

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Організація і планування міжнародних перевезень автомобільним
транспортом»**

(на матеріалах ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», м. Київ)

Студента 2-го курсу, 4мз групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Любецький Е.Б.

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Стукач Т.М.

Гарант освітньої програми
доктор економічних наук,
доцент
Г.Я.

Студінська

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Любецький Є.Б. Організація і планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом.

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка», спеціалізацією «Міжнародна економіка». Київський національний торговельно-економічний університет, 2018.

Випускна кваліфікаційна робота містить теоретико-методичні засади міжнародних перевезень та пропозиції щодо удосконалення процесу організації та планування міжнародних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС». У перебігу дослідження здійснено ґрунтовний аналіз сучасного стану міжнародного ринку вантажних автомобільних перевезень, оцінено ефективність процесу організації та планування міжнародних перевезень в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС». Проведений аналіз дозволив сформулювати пропозиції щодо розробки стратегії виходу підприємства ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС; здійснити розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів.

Ключові слова: транспорт, міжнародні перевезення, автомобільний транспорт, стратегія, вантажоперевезення.

SUMMARY

Lyubetsky Y.B. Organization and planning of international transportation by road.

Final qualification work on the receipt of the master's degree majoring in 051 "Economics", specialization "International Economics". Kyiv National University of Trade and Economics, 2018.

Final qualifying work consists of theoretical and methodical principles of international transportation and proposals for improving the organization process

as well as planning of “PROMMARKET-PLUS” LLC international transportations. During the study, a thorough analysis of the current state of the international market of freight transport by road was carried out; and the effectiveness of the international transportation’s organization and planning in “PROMMARKET-PLUS” LLC was estimated. The analysis allowed to formulate suggestions on strategy’s development as for embarking upon EU market of “PROMMARKET-PLUS” LLC; to carry out the calculation of the forecast indicators of the proposed measures’ effectiveness.

Key words: transport, international transportation, automobile transport, strategy, freight transportation

РЕФЕРАТ

«Організація і планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом»

**Випускна кваліфікаційна робота: 120 с., 11 рис.,
20 табл., 16 формул, 10 додаток, 73 джерела**

Об’єкт дослідження – процес організації та планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом.

Предмет дослідження є теоретичні та методичні підходи, сучасний стан та перспективи міжнародних перевезень автомобільним транспортом.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС».

Мета роботи – виявлення сучасних тенденцій та перспектив розвитку міжнародних перевезень автомобільним транспортом.

Методи дослідження – методи теоретичного пізнання, за допомогою яких було розкрито сутність, значення та форми міжнародних перевезень автомобільним транспортом; методи економічного аналізу, за допомогою яких було здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства та ефективності організації їх міжнародних перевезень; діалектичний та абстрактно-логічний (для узагальнення та формулювання висновків).

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

У **першому розділі «Теоретичні засади організації та планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом»** розкрито сутність та форми міжнародних перевезень; досліджено особливості організації міжнародних перевезень автомобільним транспортом; наведено методичні підходи до аналізу організації і планування міжнародних перевезень.

У **другому розділі «Аналіз організації і планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»»** здійснено оцінку сучасного стану міжнародного ринку вантажних автомобільних перевезень; наведено загальну організаційно-економічну характеристику ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»; проведено аналіз процесу організації та планування міжнародних перевезень в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»; надано оцінку ефективності міжнародних перевезень в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС».

У **третьому розділі «Шляхи підвищення ефективності організації і планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»»** здійснено розробку стратегії виходу підприємства ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС; проведено планування та

організацію процесу виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС; наведено розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів.

Висновки окреслюють теоретичне узагальнення і вирішення наукової проблеми, сутність якої полягає у комплексному дослідженні, оцінці та розробці пропозицій з удосконалення організації та планування міжнародних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС».

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЛАНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ.....	12
1.1. Сутність та форми міжнародних перевезень	12
1.2. Особливості організації міжнародних перевезень автомобільним транспорт.....	20
1.3. Методичні підходи до аналізу організації і планування міжнародних перевезень.....	29
Висновки до 1 розділу.....	40
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ І ПЛАНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ В ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС».....	42
2.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»	42
2.2. Аналіз процесу організації та планування міжнародних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС».....	53
2.3. Оцінка ефективності міжнародних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ- ПЛЮС».....	61
Висновки до 2 розділу.....	74
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ І ПЛАНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ В ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»	76
3.1. Розробка стратегії виходу підприємства ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС	76
3.2. Планування та організація процесу виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ- ПЛЮС» на ринок ЄС	84
3.3. Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів.....	91
Висновки до розділу 3.....	98

ВИСНОВКИ	100
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	106
ДОДАТКИ	114

ВСТУП

Господарювання в умовах ринкових відносин ставить принципово нові завдання у сфері управління транспортним комплексом. Розвиток України як самостійної незалежної держави зумовлює якісні зміни роботи транспорту з переорієнтацією значних обсягів перевезень в клас міжнародних. Транспорт, обслуговуючи майже всі види міжнародних економічних відносин, є найважливішим додатковим джерелом валютних надходжень.

Розширення міжнародного співробітництва, поглиблення інтеграційних процесів і збільшення обсягів міжнародної торгівлі вимагають сприятливих умов для безперешкодного пропуску транзитних вантажо- і пасажиропотоків, пов'язаних із забезпеченням міждержавних економічних зв'язків. Зростання транзитних перевезень підвищує ефективність використання національної транспортної системи, стимулює її відтворення і вдосконалення. Наслідком зростання транзитних перевезень можуть стати, без значних капіталовкладень, збільшення бюджетних надходжень, доходів транспортних організацій і відповідно їх ефективний розвиток.

Глобалізація економіки і супроводжуючі її процеси розвитку зовнішньоекономічних зв'язків вимагають нового підходу до розвитку транспорту, перерозподілу вантажних і пасажирських потоків. Зростання зовнішньої торгівлі потребуватиме якісного перегляду частки транспортної складової, стандартні підходи до формування якої в найближчій перспективі ще будуть працювати, але в середньостроковому плані потрібен глибокий перегляд класичних підходів. Аналітики прораховують транспортні витрати маршрутів руху товарних потоків по суші і по воді, досліджуючи залежність між розвитком транспорту і зростанням торгівлі через Інтернет (електронною торгівлею), демографічною динамікою і динамікою розвитку попиту і пропозиції, виробництва і споживання.

Отже, *актуальність дослідження* полягає в тому, що сьогодні активно розвивається процес глобалізації та інтернаціоналізації господарського життя, який можна вважати закономірним з огляду на посилення взаємозалежності між країнами і зростаючу схожість їх економік. Окремим питанням в зовнішньоекономічній діяльності стоїть питання транспортного обслуговування міжнародної торгівлі та перспектив міжнародних перевезень, вагому частку в системі яких займають перевезення автомобільним транспортом.

Мета дослідження – виявлення сучасних тенденцій та перспектив розвитку міжнародних перевезень автомобільним транспортом.

Досягнення поставленої мети вимагає вирішення наступних завдань дослідження:

- розкрити сутність та форми міжнародних перевезень;
- дослідити особливості організації міжнародних перевезень автомобільним транспортом;
- навести методичні підходи до аналізу організації і планування міжнародних перевезень;
- здійснити оцінку сучасного стану міжнародного ринку вантажних автомобільних перевезень;
- навести загальну організаційно-економічну характеристику ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»;
- провести аналіз процесу організації та планування міжнародних перевезень в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»;
- надати оцінку ефективності міжнародних перевезень в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»;
- здійснити розробку стратегії виходу підприємства ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС;

- провести планування та організацію процесу виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС;
- навести розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження - процес організації та планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні підходи, сучасний стан та перспективи міжнародних перевезень автомобільним транспортом.

Методи дослідження:

- методи теоретичного пізнання, за допомогою яких було розкрито сутність, значення та форми міжнародних перевезень автомобільним транспортом;
- методи економічного аналізу, за допомогою яких було здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства та ефективності організації їх міжнародних перевезень;
- діалектичний та абстрактно-логічний (для узагальнення та формулювання висновків).

Практичне значення полягає у розробці напрямів підвищення ефективності здійснення міжнародних перевезень автомобільним транспортом ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», які здатні підвищити ефективність його функціонування, позитивно вплинути на результати діяльності підприємства та принести прибуток.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків, викладених на 120 сторінках тексту. Матеріали дослідження містять 20 таблиць і 11 рисунків. Список використаних джерел складається із 73 найменувань, які розміщено на 7 сторінках, 10 додатків – на 20 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЛАНУВАННЯ

МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ

1.1. Сутність та форми міжнародних перевезень

В економічній теорії і практиці міжнародна торгівля визначається як сукупність комерційних відносин між країнами в світі, розділених на двосторонні і багатосторонні, спрямованих на обмін товарів, послуг і інших матеріальних і нематеріальних цінностей. Як вказує дослідник з цих питань, за своєю сутністю міжнародна торгівля поєднує в собі кілька значущих груп відносин:

- двосторонні торговельні відносини між країнами світу;
- міжгрупові торгові відносини між окремими одиницями, такими, як Європейський союз, комерційних, митних та інших економічних угруповань і союзів;
- багатосторонні торговельні відносини як на міжнародному, так і на галузевому рівні, встановлені відповідно до типу товарів і послуг.

З аналітичного огляду літератури встановлено, що в своїх дослідженнях провідні дослідники в галузі міжнародної торгівлі визначають виняткову важливість послуг в здійсненні міжнародних торговельних процесів [61, с. 42]. За основу приймається розуміння того, що кожна держава створює і пропонує свої послуги, які в своїй інтегральності складають значну частину предмета міжнародної торгівлі [43, с. 78]. Таким чином, наведені теоретичні аргументи дозволяють виділити розташування послуг в процесі здійснення міжнародного обміну.

Отже, вищенаведене дає нам змогу зробити висновок про необхідність своєчасного виконання такої бізнес-діяльності, яка формує спектр послуг, за допомогою якого можна отримати певні позиції на міжнародному ринку. У

той же час необхідно проводити таку економічну діяльність, яка формує спектр послуг, за допомогою якого можна отримати певні позиції на міжнародному ринку.

В рамках міжнародної торгівлі значне місце серед видів послуг мають транспортні послуги для міжнародного перевезення вантажів і пасажирів. У зв'язку з цим фахівці в даній роботі [44] визначають характер транспортних послуг для міжнародних перевезень як набір послуг на всі види транспорту, в тому числі морського, трубопровідного, повітряного, наземного, річкового.

Підкреслимо, що в міжнародній торгівлі морські перевезення з давніх часів є основним видом транспорту. В даний час створення і розвиток сучасних морських перевезень товарів визначається багатьма країнами як одного з основних напрямків національної економічної безпеки і суверенітету.

Контейнеризація вантажних перевезень є основою для створення єдиного транспортного маршруту, який є основою для зниження витрат і спрощення всієї мережі експедиторських і транспортних операцій. З іншого боку, сприяє подальшому розвитку загальної міжнародно-правової бази у сфері транспортних послуг.

Отже, зовнішньоекономічна діяльність як на мікро-, так і на макрорівні в цілому і зовнішньоторговельна зокрема тісно пов'язані з транспортними операціями. Останні є невід'ємною складовою будь-якої зовнішньоекономічної торгової угоди, її завершальним етапом, від якої багато в чому залежить ефективність всієї зовнішньоекономічної операції. При цьому питання про економічну суть міжнародних перевезень на сучасному етапі розвитку економічних відносин вимагає додаткових уточнень.

Міжнародні перевезення - це перевезення вантажів і пасажирів з однієї країни в іншу на взаємно узгоджених або прийнятих на міжнародному рівні економічних і правових умовах.

Також під міжнародним перевезенням вантажів розуміють перевезення вантажів для потреб промисловості або торгівлі за плату або без такої в тому випадку, коли на шляху проходження є, принаймні, один переїзд кордону між двома країнами.

Продукцією транспорту є процес переміщення, тобто зміна просторового положення вантажів або пасажирів. Історично для позначення продукції транспорту використовується термін «перевезення» [16, с. 71].

Слід відмітити, що до кінця ХХ ст. поняття «перевезення» використовувалося виключно під час організації та управління процесом перевезення і під процесом перевезення розуміли безпосередньо перевезення, що вимірювалися такими валовими показниками, як обсяг навантаження і вивантаження, вантажообіг тощо. Але такий метод оцінки враховував тільки кількісний аспект роботи транспорту. В сучасних умовах ринкової економіки в поняття «транспортні перевезення» окрім обсягів виконання доцільно включати і рівень якості та сервісу, що супроводжує здійснення транспортної послуги.

Як зазначає С. І. Гречана, в процес доставки в міжнародній торгівлі слід включати безпосередньо перевезення, міжнародні транзитні перевезення та транспортування від прикордонного пункту країни-імпортера до внутрішнього пункту споживання товару [18, с. 57].

На думку Я. О. Овсянникової у більш широкому сенсі у міжнародні транспортні перевезення, окрім безпосередньо діяльності в сфері перевезення, слід включати різні супутні операції, а саме: доставку вантажів від складу відправника до найближчого вантажного терміналу, навантаження товару на магістральні транспортні засоби, перевантаження на інші види транспорту в проміжних пунктах, а також переоформлення перевізних документів [41, с. 35].

В. І. Федорак стверджує, що транспортні перевезення – це певний вид діяльності транспорту, який спрямований на задоволення потреб людей і

визначається наявністю необхідного технологічного, економічного, правового, інформаційного та ресурсного забезпечення [61, с. 41].

Ю. Г. Данільсва стверджує, що транспортні перевезення – це результат діяльності по задоволенню потреб пасажирів, вантажовідправника і вантажоодержувача в перевезеннях у відповідності до законодавчо встановлених норм і вимог. Поняття «транспортні послуги» є більш широким ніж поняття «транспортні перевезення» та включає:

- безпосередньо перевезення пасажирів і вантажів;
- вантажно-розвантажувальні роботи;
- зберігання вантажів;
- обслуговування і підготовку транспортних засобів;
- надання транспортних засобів в оренду;
- доставку відремонтованих або нових транспортних засобів;
- транспортну експедицію тощо [20, с. 62].

Перевезення не визначається чимось матеріальним, а скоріше відноситься до сфери послуг. Для здійснення в міжнародних масштабах можна використовувати такі терміни, як вантажі і транспорт. Вантаж являє собою всі види товарів, що перевозяться. В документації на нього вказується лише один визначник: кількості, його ваги або об'єму. Вантажі бувають різних типів:

- наливні;
- лісові;
- насипні;
- навалочні - руда або вугілля.

Є спеціальні вантажі, до них відносяться тварини, вантажі, що швидко псується, небезпечні речовини і інше. Можуть бути вантажі генеральні, в такому випадку обов'язково визначається кількість місць, із зазначенням їх в транспортних документах.

Тип вантажу не тільки визначає вид транспорту, яким відбувається доставка вантажів за кордон, а й способи його завантаження і розвантаження. Вартість міжнародних вантажних перевезень безпосередньо залежить від виду вантажів і способів його транспортування, а також від видів страхування.

Існує безліч видів транспорту, але основними вважаються водний, повітряний, залізничний та автомобільний. Водний транспорт поділяється на річковий і морський.

Вантаж при перевезенні слідує разом із засобом, що здійснює його транспортування до місця призначення. Але вантажі можуть переміщатися не лише за допомогою перевезень. Для перекачування нафти і газу існує специфічний вид транспорту - трубопровідний. Спосіб переміщення в цьому випадку буде методом перекачування по трубопроводу. Ліс можуть транспортувати по річці методом сплаву. Такі відмінності впливають на правове регулювання перевезень.

Класифікують міжнародні вантажні перевезення і за видами транспорту - морський, повітряний, автомобільний і т. д., але ще існує поділ, залежний від кількості видів задіяного транспорту. Це може бути:

- одновидовий - одним видом транспорту;
- змішаний - при використанні декількох видів, наприклад автомобільний і морський.

Вид транспорту з використанням одного документу - прямий, а якщо документів кілька - роздільний. Якщо перевізник транспортує вантажі не своїми силами, а вдається до послуг інших компаній, такий спосіб має назву інтермодальний. Якщо доставка вантажів за кордон проходить мультимодальним способом, перевізник сам перевозить вантажі [44, с. 97].

Залежно від об'єкта перевезених вантажів існує поділ на поштові, пасажирські і вантажні операції. Така класифікація, особливо коли здійснюються міжнародні вантажні перевезення, потрібна для визначення

прав і обов'язків сторін, які беруть участь у перевезенні, оформлення документів на перевезення та визначення відповідальності за порушення умов перевезення, на які впливають типи і види перевезених об'єктів.

Багаж при перевезенні або транспортуванні не відноситься до окремого виду перевезень. Якщо здійснюється перевезення пасажирів з оформленням договору належним чином, то лише тоді виникають права і обов'язки, пов'язані з його перевезенням.

Регулярність та інтервал руху перевезень також підлягає класифікації на регулярні та нерегулярні. Регулярність перевезень характеризує встановлений маршрут прямування, графік і час проходження, встановлення тарифів на перевезення. Регулярні міжнародні вантажні перевезення можуть проводитися лінійним судноплавством або рейсами авіаперевезень. Маршрути, напрямки та терміни перевезень опубліковані і є офіційними, що полегшує укладання договору власнику вантажу на його перевезення.

Нерегулярні вантажоперевезення відрізняє відсутність певних термінів, визначається попитом на певні види вантажів. Такі перевезення виконуються трамповим судноплавством або чартерними (договір між власником вантажу і власником транспортного засобу) рейсами, в будь-який час без розкладу.

При перетині кордону між державами існує ще одна класифікація перевезень. Вона ділиться на перевантажувальні типи, з пересадкою пасажирів або вантажів на проміжних пунктах проходження, з одного засобу перевезення на інше, і неперевантажувальні, без пересадки або перевантаження.

Вантажоперевезення можна назвати індикатором стану всієї економіки. Міжнародні перевезення вантажів є специфічною сферою автотранспортної діяльності. З точки зору технології та організації транспортного процесу вони близькі до міжміських перевезень. Разом з тим, з точки зору комерційної роботи міжнародні перевезення мають важливі

особливості, пов'язані, перш за все, з правовим режимом міжнародного транспорту [13, с. 67].

Таким чином, можна вказати наступні головні особливості міжнародних перевезень:

- здійснення перевезення і супутніх ним комерційних операцій в сфері дії правових систем різних держав;
- наявність цілого ряду спеціальних міжнародних і національних нормативних правових актів, що регулюють ті чи інші аспекти міжнародних перевезень;
- необхідність дотримання митного законодавства країн, по території яких проходить перевезення;
- необхідність виконання національних вимог, пов'язаних з перетином кордонів.

Зазначені особливості створюють чимало проблем для перевізників усіх країн. Тому уряди і міжнародні організації постійно докладають зусиль до того, щоб створити єдиний правовий режим міжнародних перевезень вантажів, що забезпечує сприятливі умови для транспортної та торговельної діяльності.

З моменту свого створення в 1947 році Комітет з внутрішнього транспорту Європейської економічної комісії Організації Об'єднаних Націй (ЄЕК ООН) вів велику роботу по створенню таких умов. Основні результати діяльності урядів країн, що діють спільно в рамках Комітету з внутрішнього транспорту, знайшли відображення більш ніж в 50 міжнародних угодах і конвенціях, спрямованих на створення міжнародної правової бази для розвитку міжнародних перевезень в регіоні ЄЕК в автомобільному, залізничному, внутрішньому водному і комбінованому сполученні.

Ці міжнародні правові інструменти, які в ряді випадків застосовуються і країнами, розташованими поза регіоном ЄЕК, являють собою угоди урядів по широкому спектру найважливіших питань, які входять в сферу їх компетенції і

здійснюють відповідний вплив на розвиток міжнародних перевезень цими видами транспорту [16, с. 72]. До цих питань відносяться, зокрема, однаковий і спрощений порядок перетину кордонів, однакові правила і положення, спрямовані на забезпечення ефективності, безпеки та захисту навколишнього середовища на транспорті, створення єдиних міжнародних мереж інфраструктури та інші.

Ці правові документи набувають виключно важливого значення для урядів нових незалежних держав, яким необхідно розробляти свої транспортні правила відповідно до тих, які вже існують у всіх інших європейських країнах. Деякі з них:

1. Конвенція КДПВ - конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення вантажів, розроблена в 1956 році.
2. Європейська угода, що стосується роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (діє з 1970 року).
3. Митна конвенція про міжнародне перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП (Конвенція МДП 1975 року).
4. Європейська угода про міжнародне дорожнє перевезення небезпечних вантажів ДОПНВ (міжнародна назва - ADR).

На роботу Комітету впливають багато урядових та неурядових міжнародних організацій, зокрема, Міжнародний Союз автомобільного транспорту (МСАТ), Міжнародний Союз громадського транспорту (МСГТ), Міжнародна дорожня федерація (МДФ), Всесвітня організація туризму і автомобільного спорту (ОТА), Міжнародне бюро по контейнерах (МБК), Міжнародна організація праці (МОП), Міжнародний союз залізниць (МСЗ) і багато інших.

1.2. Особливості організації міжнародних перевезень автомобільним транспортом

Під світовим ринком міжнародних перевезень автомобільним транспортом розуміється ринок транспортної продукції, або ринок послуг з міжнародних перевезень вантажів та пасажирів автомобільним транспортом [18, с. 58]. На цьому ринку, з одного боку, виступають покупці-вантажовідправники, а з іншого – продавці-перевізники. Особливість транспортного ринку полягає в тому, що перші (вантажовідправники і вантажоодержувачі) насамперед виступають як продавці і покупці товарів, а перевізники – тією проміжною ланкою, без якої сама угода купівлі-продажу не може бути здійснена. Тому світова комерційна практика давно вже визнала рівнозначність перевезення товарів (більш точно, навіть не перевезення, а здачі вантажу до перевезення) його поставці покупцю.

Такий двоїстий характер транспортного ринку, коли, з одного боку, він є просто ринком – постачальником транспортної продукції як такої, а з іншого – ринком, що матеріалізує угоду купівлі-продажу, визначає його принциповий вплив на розвиток зовнішньої торгівлі та світогосподарські зв'язки в цілому.

В практиці господарювання існує багато різних видів перевезень на світовому ринку транспортних послуг, кожен з яких має певні особливості.

Світові ринки транспортних послуг поділяються насамперед за видами транспорту, але основне розподіл всіх транспортних ринків на дві великі групи йде за ознакою стабільності вантажопотоків, періодичності та обсягами перевезених вантажів. За цією ознакою всю систему світового руху товару можна розділити на ринки усталених регулярних (лінійних) вантажопотоків масових вантажів або пасажирів і ринки нерегулярних разових (чартерних) перевезень. Причому з впровадженням контейнеризації все більше число

разових вантажів, об'єднаних в один контейнер, потрапляє в регулярні вантажопотоки.

Структура світового ринку транспортних перевезень в першу чергу формується в залежності від виду перевезень. За певними критеріями їх можна класифікувати наступним чином [16, с. 72].

1. За видами транспорту: міжнародні автомобільні перевезення; міжнародні залізничні перевезення; міжнародні авіаційні перевезення; міжнародні морські перевезення; міжнародні річкові перевезення; переміщення трубопровідним транспортом; міжнародні змішані перевезення (при застосуванні декількох видів транспорту).

2. За об'єктом міжнародного перевезення: перевезення вантажів; перевезення пасажирів та їх багажу (на залізничному транспорті – й вантажобагажу); перевезення пошти.

3. Залежно від участі транспортних компаній в перевезенні: перевезення в прямому сполученні однією або кількома транспортними організаціями (в цьому випадку міжнародне перевезення здійснюється за єдиним транспортним документом та єдиними умовами); перевезення послідовними перевізниками (в цьому випадку укладається окремий договір з кожним спів-перевізником із застосуванням транспортної документації для кожного спів-перевізника, але деякі умови перевезення можуть бути єдиними); перевезення в непрямому сполученні (в цьому випадку з кожним із спів-перевізників укладається окремий договір перевезення із застосуванням окремої транспортної документації та умов перевезення для кожного із спів-перевізників).

4. Залежно від періодичності перевезень: регулярні (лінійні) перевезення; нерегулярні перевезення.

5. За порядком проходження прикордонних пунктів (портів слідування): перевантажувальні (пересадочні) перевезення; безперевантажувальні (безпересадочні) перевезення.

6. За маршрутом слідування: перевезення в суміжному сполученні (між двома країнами, що мають спільні кордони); транзитні перевезення (з перетинанням території іноземної держави); наскрізні перевезення (пункти відправлення і призначення знаходяться в одній країні, але маршрут слідування перетинає територію іноземної держави) [13, с. 42].

7. Особливі види міжнародних перевезень: прикордонні перевезення, які є характерними для залізничного транспорту. Звичайно здійснюються за правилами залізниці відправлення, але можливе їх здійснення за правилами міжнародних угод; маятникові перевезення, які характерні для автомобільного транспорту. В цьому випадку здійснюється перевезення пасажирів з території однієї країни до місця їх тимчасового перебування на території іншої країни та їх зворотне перевезення.

Основними елементами системи транспортного обслуговування міжнародних перевезень є безпосередньо транспорт та транспортні підприємства, експедиторські компанії, а також підприємства технічного обслуговування транспортних засобів та обслуговування вантажів.

Незалежно від видів транспорту ті й інші групи ринків мають свої тенденції розвитку, особливості регулювання і, головне, порядок ціноутворення. Ринки регулярних вантажопотоків, як правило, контролюються державами або міждержавними органами, і ціни на транспортну продукцію встановлюються у вигляді заздалегідь оголошених тарифів, мають мінімальні та максимальні межі. На ринках нерегулярних вантажопотоків ціна на транспортні послуги вільно встановлюється в процесі укладення договору перевезення і залежить не тільки від експлуатаційних витрат перевізника, а й від кон'юнктури ринку.

Отже, ринок міжнародних перевезень автомобільним транспортом - це сукупність операцій з купівлі-продажу послуг з перевезення та транспортування вантажів автомобільним транспортом з однієї країни в іншу. Транспортні послуги є провідною сполучною ланкою у зовнішній торгівлі товарами. Світовий ринок транспортних послуг динамічно розвивається [59, с. 5].

Процес доставки вантажів у міжнародному сполученні відбувається в декілька етапів. Це складний технологічний процес і він має багато варіантів продовження. Зважаючи на це розглянуто один з найбільш розповсюджених варіантів, який застосовується на багатьох автотранспортних підприємствах.

Підприємство (замовник), якому потрібно перевезти вантаж, звертається в автотранспортне підприємство по телефону або за допомогою інших видів зв'язку з пропозицією перевезти вантаж.

На підставі заявки, яку замовник надає перевізнику, перевізник погоджується або не погоджується на перевезення вантажу.

В заявці вказується:

- адреса та назва підприємства (замовника);
- пункт відправки, час прибуття (відбуття);
- пункт призначення, час прибуття (відбуття);
- вартість фрахту.

Ставиться підпис уповноваженої особи, а також печатка підприємства (замовника). Якщо перевізник дає згоду на перевезення даного вантажу, він вказує в заявці:

- марку автомобіля;
- державний номер автомобіля;
- державний номер причепа (напівпричепа);
- прізвище, ім'я та по батькові водія, номер мобільного телефону (якщо

є) водія;

– ставить свій підпис та печатку [39, с. 150].

В Україні основними внутрішніми нормативними актами, що регулюють дорожній рух, є: Закони України «Про дорожній рух» [2], Закон України «Про автомобільні дороги» [1] та Правила дорожнього руху [5].

За потреби держави укладають двосторонні угоди, які можуть передбачати вирішення адміністративних та технічних питань, що пов'язані з організацією автомобільних перевезень між цими країнами. Додатково вирішуються питання проходження митного контролю, передбачаються випадки звільнення від сплати визначених податків та зборів тощо. Такими договорами, можна сказати, визначаються умови перевезень, де умови можуть значно відрізнятись від тих, що існують під час перевезень в третіх країнах.

Перевезення пасажирів поділяються двосторонніми угодами на регулярні (коли встановлено графік перевезень) та нерегулярні (проводяться у разі потреби). Угоди вимагають, щоб перевізники мали спеціальні дозволи на такі перевезення, а також повинні узгодити тарифи на проїзд, порядок продажу квитків та інші умови.

При міжнародних перевезеннях велике практичне значення має Конвенція про договір міжнародного дорожнього перевезення вантажу (КДПВ), що укладена в Женеві 19 травня 1956 року. Цю Конвенцію підписав в свій час Радянський Союз, але пізніше 01 серпня 2006 р. Україна приєдналася офіційно до цієї угоди з певними застереженнями.

У відповідності до ст. 1, ця Конвенція застосовується до договорів перевезення вантажів автомобільним транспортом, якщо місце відправлення або місце призначення вантажу знаходиться у двох різних країнах, принаймні одна із яких підписала цю угоду. Тим самим, положення міжнародного документа сприяють найширшому застосуванню таких перевезень шляхом підписання договору [60, с. 114].

Конвенція у загальному визначає перевізника, а тому це питання детальніше визначається внутрішніми актами тих країн, що дозволяють такий вид діяльності. Сам же договір перевезення оформляється накладною, що складається у 3 примірниках (відправнику, перевізнику та отримувачу). Конвенція не встановила форму такої накладної, а називає основні суттєві умови, що сторони повинні визначити договором. Перевізник перевіряє вантаж до перевезення, витребує додаткові або відсутні документи що стосуються вантажу і по завершенню цього він починає нести відповідальність за збереження та строки доставки вантажу [23, с. 42].

Питання відповідальності перевізника більш детально найшло відображення в Конвенції. Передбачені випадки звільнення від несення відповідальності перевізником, якщо втрата, ушкодження вантажу та затримка доставки викликані внаслідок дій або недогляду позивача, внаслідок інструкцій позивача які не були викликані діями або недоглядом перевізника (п. 2 ст. 17). З цього витікає, що перевізник несе відповідальність за умови наявності його вини. За загальним правилом, умовою відповідальності перевізника є наявність вини, яка передбачається, однак у окремих випадках повинна бути доведена вантажовласником [34, с. 75].

Дещо інакше визначається вина перевізника під час перевезення небезпечних вантажів, Небезпечні вантажі, про характер яких перевізник не був обізнаний, можуть бути вивантажені, знищені чи знешкоджені перевізником без компенсації, а відправник буде додатково нести відповідальність за невиконання умов договору.

Нормами Конвенції детально вирішується розмір майнової відповідальності сторін за договором. Передбачено, що вартість вантажу може визначатись на підставі біржового котирування, за відсутності такого, на підставі поточної ринкової ціни, на підставі звичайної вартості товару такого ж роду і якості. Сторони також можуть оголосити вартість вантажу.

Крім вартості вантажу, підлягають відшкодуванню провізні платежі та інші можливі додаткові платежі пов'язані з перевезенням. Що стосується порядку сплати провізних платежів, це питання не регламентується угодою. Отримувач вантажу повинен прийняти доставлений вантаж у відповідності до супроводжувальної автотранспортної накладної. У випадку невідповідності даних приймання з даними накладної, отримувач повинен негайно повідомити про це, а коли мова йде про приховані недоліки – повідомляє протягом 7 днів.

Кожен факт порушення договору повинен бути належним чином зафіксований. Вирішення всіх можливих суперечок за договором попередньо може бути встановлено договором перевезення, або судову інстанцію буде визначено за відповідними колізійними прив'язками міжнародного приватного права [34; 40; 58].

При прийомі вантажу до перевезення на перевізника покладається зобов'язання з перевірки: правильності записів, зроблених у накладній відносно числа вантажних місць, а також їх маркування і нумерації місць; зовнішнього стану вантажу і його упаковки. Поряд з цим перевізник зобов'язаний перевірити стан завантаження.

Після завантаження транспортний засіб прямує на митний термінал. На митному терміналі перевіряються всі документи та оформлюється вантажна митна декларація (ВМД), четвертий аркуш якої разом з іншими товаросупровідними документами направляється до пункту на кордоні, де вилучається митницею призначення, яка здійснює пропуск вантажу за межі митної території України. У випадках, коли вантаж вивозиться за межі митної території України і ВМД не оформлюється митницею відправлення, при направленні такого вантажу на митницю призначення складається внутрішній транзитний документ на бланку Провізна митниця. На всіх примірниках проставляється штамп «Під митним контролем експорту». Відомості, внесені

у внутрішній транзитний документ, завіряються особистою номерною печаткою співробітника митниці відправлення.

Перевезення вантажів у міжнародному автомобільному сполученні здійснюється перетином державних кордонів і пов'язане з виконанням прикордонних, митних та інших формальностей. Митному контролю підлягають як вантажі, так і транспортні засоби [39, с. 144].

Крім вантажних, конвенційному врегулюванню піддали пасажирські перевезення. Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу [3] була відкрита для підписання з 01.03.1973 р. Україна приєдналася до неї 15.12.2004 р. Ця Конвенція застосовується до будь-якого договору автомобільного перевезення пасажирів і їхнього багажу транспортними засобами, коли в договорі зазначено, що перевезення здійснюється територією принаймні двох держав.

Детально визначається, хто є перевізником, пасажиром, а також ставляться загальні вимоги до автотранспортних засобів. Значну увагу документ присвятив транспортним документам, що видаються під час перевезення. Пасажири отримують індивідуальні або колективні квитки, відсутність або втрата яких не впливає на дійсність договору міжнародного перевезення. Перевезення багажу оформляється багажною квитанцією.

Найбільша увага приділена питанням відповідальності перевізника, визначаються випадки коли перевізник звільняється від відповідальності: якщо причиною події стали обставини, яких перевізник, незважаючи на вжиті заходи, необхідні у такому конкретному випадку, не міг уникнути і наслідкам яких він не міг запобігти; збиток виник з вини пасажирів чи в результаті такої його поведінки, що не відповідає нормальній.

Взаємовідносини з приводу здійснення міжнародних перевезень автомобільним транспортом викладаються у відповідному договорі. Договір

– угода двох або декількох юридичних осіб (підприємств, організацій, громадян), що встановлює та регулює їх взаємні права та обов'язки. В договірних правовідносинах розрізняють: суб'єкт, предмет та зміст договору.

Суб'єктами договору є сторони, що його укладають. Таким чином, у транспортних відносинах одним із суб'єктів договору є транспортні підприємства, а другим – юридична особа, що користується послугами транспорту.

Предмет договору – майно, послуги або інша діяльність, з приводу яких укладається договір.

Зміст договору складає сукупність його умов, тобто формулюються права та обов'язки, які сторони покладають на себе.

Призначення договору – регулювання відносин сторін при виконанні перевезень. Умови, встановлені транспортним законодавством, не можуть змінюватись або відмінятись, вони діють незалежно від угоди сторін, ними необхідно керуватися. Тому умови, встановлені транспортним законодавством, не є предметом угоди сторін і в договір не включаються.

З метою забезпечення стабільності договірних відносин законодавство встановлює, що жодна зі сторін не може одноосібно змінити умови договору або відмовитись від його виконання, за виключенням випадків, передбачених законом [13, с. 87].

Значення договору – на його основі організується та виконується транспортний процес.

Форма договору. Діюче законодавство встановлює письмову та усну форми договорів. Для окремих категорій договорів закон встановлює обов'язкову письмову форму.

За договором перевезень вантажу транспортна організація зобов'язується доставити довірений їй відправником вантаж в пункт призначення та видати його особі, уповноваженій на отримання вантажу, а

відправник зобов'язується сплатити за перевезення вантажу встановлену платню. Предметом договору є транспортні послуги [39, с. 156-157].

1.3. Методичні підходи до аналізу організації і планування міжнародних перевезень

Предметом економіки автомобільного транспорту є економічні відносини, закони та закономірності функціонування і розвитку виробництва автотранспортних послуг у сфері міжнародних перевезень. Економіка автомобільного транспорту розглядає взаємозв'язок технічних, експлуатаційних і економічних показників роботи автотранспорту з історичними та технологічними умовами і факторами, що впливають на ефективність використання матеріально-технічної бази, основних засобів, капітальних вкладень, інвестицій.

Основними завданнями економіки автомобільного транспорту у сфері міжнародних перевезень є:

- вивчення комплексного розвитку територій, галузевих виробництв, інших сфер суспільного життя (культури, освіти та ін.);
- вивчення взаємовпливу розвитку транспорту та розвитку міст та інших муніципальних утворень;
- вивчення форм і методів організації транспортних систем, які забезпечують транспортну доступність територій і транспортну забезпеченість населення їх територій;
- дослідження і поширення методів, що сприяють економічному розвитку країни; інтеграції країни в світову транспортну систему і економіку;
- використання економічних і технологічних методів організації виробництва автотранспортних послуг у сфері міжнародних перевезень для

поліпшення обслуговування за умови зниження транспортних витрат у ціні готової продукції.

Розглянемо підходи різних авторів до питання оцінки ефективності міжнародних автомобільних перевезень. Відповідно до першого підходу пропонується два основних напрямки у вивченні ефективності міжнародних автомобільних перевезень [9, с. 31]:

- напрямок, що враховує особливості конструкції. В цьому випадку ефективність оцінюється через наведені витрати на одиницю виконаної транспортної роботи, а до витрат включаються витрати на вантажно-розвантажувальні роботи і дорожня складова;
- напрямок, залежний від ефективності організації виробничих процесів: технічної експлуатації парку і перевізного процесу. В цьому випадку ефективність вантажних перевезень оцінюється через продуктивність і собівартість.

При оцінці ефективності за допомогою цих показників потрібно враховувати вплив на них значного числа суб'єктивних і об'єктивних факторів. Крім того, при оцінці ефективності перевезень можна ділити показники на якісні і кількісні:

- до кількісних можна віднести продуктивність транспортних засобів, продуктивність вантажно-розвантажувальних машин, витрати на одиницю транспортної роботи, витрати часу, собівартість перевезень;
- до якісних віднесемо своєчасність виконання перевезень, збереження вантажу; тривалість доставки вантажу, величину втрат вантажу в дорозі, величину надпланових простоїв у клієнта, повноту перевезень, економічність.

В якості показників ефективності міжнародних автомобільних перевезень рекомендується також застосовувати приведені витрати на перевезення, їх трудомісткість і енергоємність [11, с. 104].

Підвищення ефективності може досягатися як за рахунок економії поточних витрат, так і за рахунок кращого використання наявного капіталу. Різноманітність ресурсів, що використовуються під час виробництва транспортної продукції, дає можливість обчислити показники, що характеризують ефективність міжнародних автомобільних перевезень на чотири групи (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Показники ефективності вантажних перевезень з урахуванням ефективності використання ресурсів транспортної організації

Матеріальні ресурси	Засоби праці	Трудові ресурси	Фінансові ресурси
Енергоємність комплексу транспортно-технологічних операцій. Оборотність оборотних коштів. Період обороту оборотних коштів. Матеріаломісткість (матеріаловіддача).	Фондовіддача (фондомісткість). Продуктивність рухомого складу (погодинна). Продуктивність рухомого складу (в тонно-кілометрах на 1 т вантажопідйомності в певний часовий проміжок). Вантажообіг. Обсяг перевезень. Загальний пробіг. Коефіцієнти використання пробігу і вантажопідйомності.	Виробіток на одного водія, ткм. Трудомісткість комплексу транспортно-технологічних операцій і їх питома вага. Трудомісткість спільних вантажно-розвантажувальних і транспортних операцій. Чистий прибуток на одного водія.	Собівартість транспортної послуги. Рентабельність перевезень. Рентабельність виробництва. Затратоємність. Чистий прибуток. Капіталовіддача (капіталомісткість). Плече фінансового важеля.

Джерело: [11, с. 104]

Вчені дослідили різноманітні підходи до формування системи загальних показників оцінки міжнародного транспортного обслуговування. Найважливішими критеріями оцінки ефективності використання рухомого складу вони визнають мінімальні затрати на виконання транспортних робіт, своєчасність та якість їх виконання, збереження продукції та матеріалів, які перевозяться, а також скорочення їх втрат під час транспортування [30]. Вчений А. В. Петрик [45] розглядає транспортне забезпечення як систему та

аналізує ефективність роботи даної системи, а критерієм ефективності вважає забезпечення встановленого рівня надійності транспортного обслуговування, яке полягає у перевезенні певного обсягу продукції за визначений термін. Також ми розглянули дослідження А.І.Зіміна [24], який під критерієм економічної ефективності рухомого складу вважає максимальну продуктивність праці або мінімальні затрати на одиницю наданої послуги. До спеціальних показників, що характеризують рівень організації транспортного обслуговування відносять: [8, с. 126]

1. Коефіцієнт технічної готовності рухомого складу автотранспорту, який характеризує частку технічно справних автомобілів у загальному парку автомобілів, що знаходяться на підприємстві.

$$K_{тг} = \frac{АД_{тс}}{АД_{п}} \quad (3.1)$$

де $K_{тг}$ - Коефіцієнт технічної готовності рухомого складу автотранспорту

$АД_{тс}$ - автомобіле-дні технічно справного рухомого складу

$АД_{п}$ - автомобіле-дні перебування рухомого складу на підприємстві

2. Коефіцієнт випуску рухомого складу на лінію характеризує ступінь ефективного використання рухомого складу.

$$А_{в} = \frac{АД_{е}}{АД_{п}} \quad (3.2)$$

де $А_{в}$ - Коефіцієнт випуску рухомого складу на лінію

$АД_{е}$ - автомобіле-дні знаходження рухомого складу в експлуатації

3. Коефіцієнт використання вантажопідйомності характеризує кількість вантажу, що припадає в середньому на одиницю

вантажопідйомності транспортного засобу. Розрізняють статичний та динамічний коефіцієнти вантажопідйомності.

3.1. Статичний коефіцієнт використання вантажопідйомності визначається за кількістю перевезених вантажів, а динамічний - за кількістю виконаної роботи. Статичний коефіцієнти вантажопідйомності:

$$Y_c = \frac{\sum A_o \cdot Q_{\Phi}}{\sum A_o \cdot q \cdot Z_o} \quad (3.3)$$

де A_o – кількість одиниць рухомого складу;

Q_{Φ} – кількість перевезеного вантажу, т;

Z_o – кількість поїздок ;

q – вантажепідйомність, т;

3.2. Динамічний коефіцієнти вантажопідйомності:

$$Y_d = \frac{\sum A_o \cdot Q_{\Phi} \cdot L}{\sum A_o \cdot q \cdot Z_o \cdot L} \quad (3.4)$$

де L - шлях пройдений автомобілем з вантажем за одну поїздку, км/год

4.

5. Коефіцієнт нерівномірності перевезень характеризує повноту використання транспортних засобів.

6. Коефіцієнт використання пробігу характеризує ефективність використання рухомого складу при перевезенні вантажів.

$$\beta = \frac{L_{np}}{L_z} \quad (3.6)$$

де L_{np} – навантажений пробіг, км;

L_z – загальний пробіг, км.

Загальний пробіг визначають за формулою:

$L_3 = L'_0 + L_{\text{нп}} + L_x + L''_0$, де

L'_0 – перший нульовий пробіг, км;

L_x – холостий пробіг, км;

L''_0 – другий нульовий пробіг, км.

Слід зауважити, що при оцінці ефективності міжнародних вантажних перевезень за допомогою економічних показників не в повній мірі відображаються витрати на здійснення конкретного окремого перевезення:

$$C = C_{\text{пот}} + C_{\text{вант}} + C_{\text{секол}} + C_{\text{сінв}} + C_{\text{сінш}} \quad (3.7)$$

де C - витрати на здійснення конкретного перевезення, грн;

$C_{\text{пот}}$ - поточні витрати за період здійснення конкретного міжнародних вантажних перевезень, грн.;

$C_{\text{вант}}$ - витрати, пов'язані з характеристиками конкретного вантажу, грн.;

$C_{\text{секол}}$ - розмір платежів за викиди в атмосферу шкідливих речовин пересувними джерелами забруднення, грн.;

$C_{\text{сінв}}$ - виплати за інвестиційними проектами, грн

$C_{\text{сінш}}$ - загальногосподарські витрати підприємства, грн.

Для оцінки ефективності використання транспортних засобів в міжнародних перевезеннях можна використати і загальноприйняті показники: продуктивність праці та собівартість перевезень та величину транспортних витрат, що приходить на одиницю виконуваних робіт [19, с. 27-28].

Важливо зазначити, що міжнародні перевезення підпадають під категорію міжнародної діяльності, імпорту та експорту, тому для визначенні їх ефективності можна застосовувати систему показників ефективності міжнародної економічної діяльності. Основою визначення ефективності

міжнародної економічної діяльності підприємств є системний підхід, що надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоекономічної операції.

Базисом здійснення економічного ефективности міжнародної економічної діяльності підприємств потрібно обрати критерій ефективності. Критерій - це головна ознака, що відрізняє його від інших класифікаційних одиниць. На основі похідних даних від базисних критеріїв можна вирахувати проміжні та узагальнений показники, побудувати факторну модель, розробити формули впливу факторів на узагальнений показник, вирахувати можливі відхилення при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, обчислити резерви та обґрунтувати проблеми, які потребують негайного вирішення на управлінському рівні.

Економічне обґрунтування діяльності підприємств, у тому числі і тих його напрямків, які пов'язані із зовнішньоекономічною сферою господарювання, здійснюється на підставі аналізу показників ефективності.

Показники економічної ефективності міжнародної економічної діяльності поділяють на дві групи (рис.1.1).

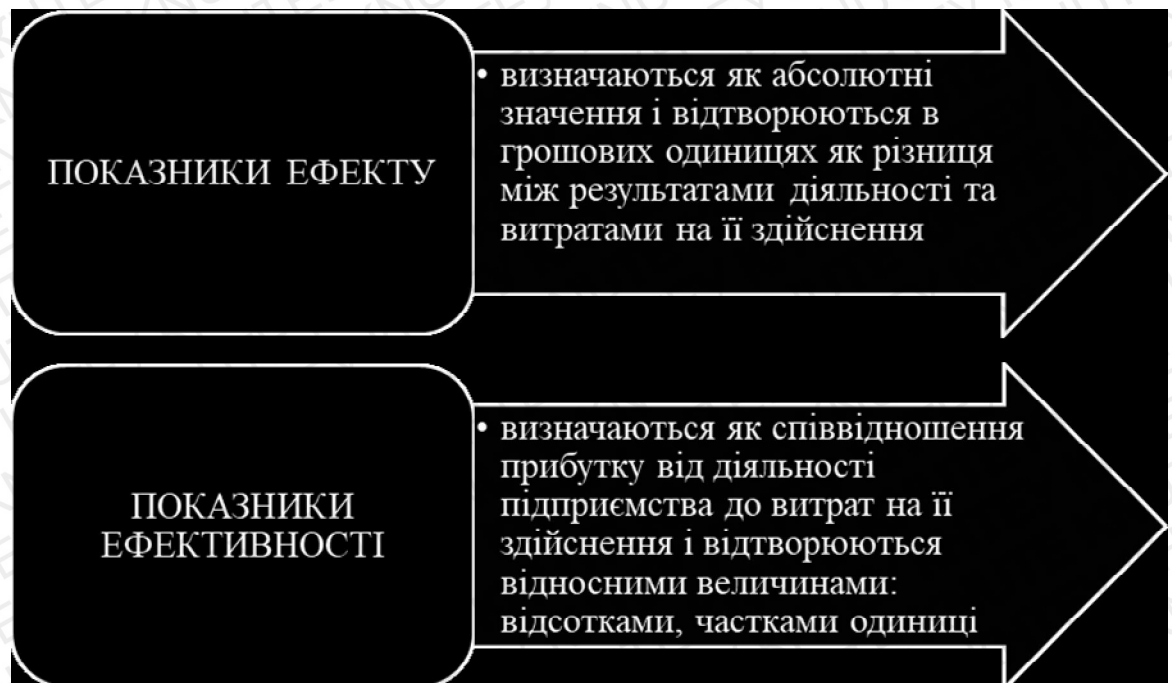


Рис.1.1. Показники економічної ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств [25, с.101]

Під витратами слід розуміти грошову, вартісну оцінку виробничих ресурсів, що залучаються у процес міжнародної економічної діяльності: вартість сировини, матеріалів, енергії, трудових ресурсів, послуг сторонніх організацій, обов'язкові відрахування в різні державні фонди та інші витрати, без яких угода, операція була б не здійснена.

Під результатами слід розуміти грошову, вартісну оцінку отриманої вигоди для підприємства: грошові кошти за поставлену продукцію, виконані роботи та послуги, вартість отриманого товару, робіт, послуг і т.д.

Конкретний розрахунок показників ефективності буде в значній мірі залежати від виду операції на зовнішньому ринку, її цілей, умов та інших особливостей конкретної угоди. Розглянемо загальні положення і приклади розрахунку показників ефективності стосовно до різних видів операцій на зовнішньому ринку.

Економічна ефективність експорту.

Базовий коефіцієнт ефективності експорту обчислюється за допомогою формули [63, с.114]:

$$E_{\text{еб}} = V_{\text{е}} / (C_{\text{т}} + T_{\text{в}} + O_{\text{в}}), \quad (3.8)$$

де

$E_{\text{еб}}$ - базовий коефіцієнт експорту;

$V_{\text{е}}$ - виручка від реалізації на експорт;

$C_{\text{т}}$ - собівартість реалізації товару;

$O_{\text{в}}$ - організаційні (трансакційні) витрати;

$T_{\text{в}}$ - транспортні витрати.

За економічним змістом показник ефекту відповідає поняттю прибутку.

Економічний сенс показника ефективності полягає в тому, що він показує, яка кількість вигоди, результату мається на кожну гривню витрат.

Необхідною умовою ефективності експорту є те, щоб цей показник був більше одиниці.

Якщо $E_{еб} > 1$, то експорт ефективний. Чим вище значення коефіцієнта, тим вища ефективність експорту.

Для визначення ефективності експорту, розрахунку лише базового коефіцієнта ефективності експорту недостатньо. Необхідно вияснити чи є експорт товару більш вигідною операцією, ніж продаж товару на внутрішньому ринку країни. Для цього обчислюється альтернативний коефіцієнт ефективності експорту [63, с.114]:

$$E_{еа} = (V_e - C_t - T_v - O_v) / (V_v - C_t), \quad (3.9)$$

де

$E_{еа}$ - альтернативний коефіцієнт ефективності експорту;

V_v - внутрішня виручка (виручка від продажу товару в середині країни).

Якщо $E_a > 1$, то такий експорт ефективний. При зазначеному розрахунку, виручка від реалізації та витрати представлені у гривневому еквіваленті.

Для прийняття більш обґрунтованого рішення з експорту продукції показник ефективності експорту $E_{екс}$ порівнюється з показником ефективності виробництва і реалізації продукції на внутрішньому ринку

Економічна ефективність експортно-імпортних операцій. Якщо підприємство займається експортом і імпортом одночасно, то для оцінки його роботи на зовнішньому ринку за певний період можуть бути розраховані інтегральні показники ефективності зовнішньоторговельної діяльності.

Показник інтегрального економічного ефекту від експортно-імпортової діяльності $E_{Еекс-імп}$ може бути розрахований таким чином [63, с.116]:

$$EE_{\text{екс-імп}} = EE_{\text{екс}} + EE_{\text{імп}}, \quad (3.10)$$

де

$EE_{\text{екс}}$ - сумарний економічний ефект від експорту, приведений до проміжку часу, за який визначається ефект, грн. Може бути визначений як сума ефектів за всіма експортними угодами, здійсненим за відповідний період часу, і розраховується за формулою (3.10);

$EE_{\text{імп}}$ - сумарний економічний ефект від імпорту, приведений до проміжку часу, за який визначається ефект, грн. Може бути визначений як сума ефектів за всіма імпортними угодами, здійсненим за відповідний період часу.

Економічний сенс показника інтегрального економічного ефекту в тому, що він показує прибуток, який мав учасник ЗЕД за відповідний період часу по всій сукупності експортно-імпортних операцій.

Також зазначимо, що заходи в галузі транспорту породжують ефект, який проявляється не тільки в найближчій, а й у віддаленій перспективі. Відповідно, оптимальна система показників ефективності вантажних перевезень дозволить об'єктивно оцінити і надалі підвищити ефективність як окремого транспортного підприємства, так і транспортної галузі в цілому, що в підсумку позначиться на результатах функціонування всієї економіки в цілому.

Ефективність є мірою як економічності, так і результативності використання ресурсів - праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, часу, інформації і т.д. - при виробництві товарів і послуг, які задовольняють запити і вимоги споживачів. Її вивчення може стимулювати поліпшення поточної діяльності підприємства, впровадження та функціонування системи контрольних показників, яка допоможе підвищити продуктивність праці на 5-10% без впровадження додаткових організаційних змін. Таким чином, правильно підібрана система показників ефективності планування та

організації допомагає встановлювати реалістичні цілі і контрольні точки для діагностики результатів діяльності в процесі розвитку транспортного підприємства.

Висновки до 1 розділу

Дослідивши теоретичні засади організації та планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом, ми дійшли наступних висновків:

1. В рамках міжнародної торгівлі значне місце серед видів послуг мають транспортні послуги для міжнародного перевезення вантажів і пасажирів. Зовнішньоекономічна діяльність як на мікро-, так і на макрорівні в цілому і зовнішньоторговельна зокрема тісно пов'язані з транспортними операціями. Останні є невід'ємною складовою будь-якої зовнішньоекономічної торгової угоди, її завершальним етапом. Міжнародні перевезення - це перевезення вантажів і пасажирів з однієї країни в іншу на взаємно узгоджених або прийнятих на міжнародному рівні економічних і правових умовах. Існує безліч видів транспорту, але основними вважаються водний, повітряний, залізничний та автомобільний. Водний транспорт поділяється на річковий і морський. Вантажоперевезення можна назвати індикатором стану всієї економіки. Міжнародні перевезення вантажів є специфічною сферою автотранспортної діяльності.

2. Основними елементами системи транспортного обслуговування міжнародних перевезень є безпосередньо транспорт та транспортні підприємства, експедиторські компанії, а також підприємства технічного обслуговування транспортних засобів та обслуговування вантажів. Ринок міжнародних перевезень автомобільним транспортом - це сукупність операцій з купівлі-продажу послуг з перевезення та транспортування вантажів автомобільним транспортом з однієї країни в іншу. При міжнародних перевезеннях велике практичне значення має Конвенція про договір міжнародного дорожнього перевезення вантажу (КДПВ), укладена в Женеві 19 травня 1956 року. Україна приєдналася офіційно приєдналась в 2006 році до цієї угоди з певними застереженнями. Взаємовідносини з

приводу здійснення міжнародних перевезень автомобільним транспортом викладаються у відповідному договорі.

3. Економіка автомобільного транспорту розглядає взаємозв'язок технічних, експлуатаційних і економічних показників роботи автотранспорту з історичними та технологічними умовами і факторами, що впливають на ефективність використання матеріально-технічної бази, основних засобів, капітальних вкладень, інвестицій. При оцінці ефективності за допомогою цих показників потрібно враховувати вплив на них значного числа суб'єктивних і об'єктивних факторів. Крім того, при оцінці ефективності перевезень можна ділити показники на якісні (продуктивність транспортних засобів, продуктивність вантажно-розвантажувальних машин, витрати на одиницю транспортної роботи, витрати часу, собівартість перевезень) і кількісні (своєчасність виконання перевезень, збереження вантажу; тривалість доставки вантажу, величина втрат вантажу в дорозі, величина надпланових простоїв у клієнта, повноту перевезень, економічність). В якості показників ефективності міжнародних автомобільних перевезень рекомендується також застосовувати приведені витрати на перевезення, їх трудомісткість і енергоємність.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ І ПЛАНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ В ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

2.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» здійснює оптову торгівлю напоями. Юридична адреса компанії: 04073, м. Київ, Оболонський, вулиця Куренівська, 14-Б.

Для аналізу ефективності управління фінансовими ресурсами ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» спершу необхідно проаналізувати динаміку фінансових результатів його господарської діяльності (табл. 2.1).

З таблиці бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зростав у 2013-2017 рр.. Собівартість реалізованої продукції зменшилась у 2015-2016 рр., і причиною такої динаміки стало зростання матеріальних витрат на виробництво одиниці продукції. Валовий прибуток підприємства у 2017 р. зменшився, хоча у 2014-2016 рр. спостерігалось збільшення його величини.

Інші операційні доходи компанії зменшились у 2014 р. та 2016 р., проте позитивним моментом є збільшення показника у 2013, 2015 та 2017 рр.

Адміністративні витрати підприємства зменшились у 2014 та 2017 рр., а у 2015-2016 рр. відбулось зростання їх величини. Інші операційні витрати, зменшившись у 2014 р., зростали у 2015-2017 рр.

В результаті фінансові результати від операційної діяльності підприємства мали додатне значення, проте негативним моментом є зменшення його величини у 2016 р.

Таблиця 2.1

**Динаміка фінансових результатів господарської діяльності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр., тис.
грн.**

Показники	Роки					Відхилення							
	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне				Темп приросту, %			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	25299	25699	42920	43918	51902	400	17221	998	7984	1,6	67,0	2,3	18,2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	20014	20003	20181	10171	22368	-11	178	-10010	12197	-0,1	0,9	-49,6	119,9
Валовий прибуток	5285	5696	22739	33747	29534	411	17043	11008	-4213	7,8	299,2	48,4	-12,5
Інші операційні доходи	2948	1539	3237	1289	7770	-1409	1698	-1948	6481	-47,8	110,3	-60,2	502,8
Адміністративні витрати	3548	3292	9881	19664	17872	-256	6589	9783	-1792	-7,2	200,2	99,0	-9,1
Витрати на збут	3309	1063	8926	9980	11003	-2246	7863	1054	1023	-67,9	739,7	11,8	10,3
Інші операційні витрати	221	204	2985	4158	4063	-17	2781	1173	-95	-7,7	1363,2	39,3	-2,3
Фінансовий результат від операційної діяльності	1355	2676	4184	1234	4366	1321	1508	-2950	3132	97,5	56,4	-70,5	253,8
Інші фінансові доходи	140	202	5	65	519	62	-197	60	454	44,3	-97,5	1200,0	698,5
Інші доходи	0	0	0	1	0	0	0	1	-1	0	0	0	-100,0
Фінансові витрати	1307	1001	1717	3148	3394	-306	716	1431	246	-23,4	71,5	83,3	7,8
Інші витрати	214	0	290	133	218	-214	290	-157	85	-100,0	0	-54,1	63,9
Чистий фінансовий результат	-26	1537	1645	-1981	482	1563	108	-3626	2463	-6011,5	7,0	-220,4	-124,3

Джерело: складено автором за даними звітності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Інші фінансові доходи підприємства зросли у 2014, 2016-2017 рр., інші доходи воно отримало лише у 2016 р., а фінансові витрати зростали упродовж досліджуваного періоду. Інші витрати зменшувались лише у 2014 та 2016 рр.

Результатом цього стало отримання прибутку лише у 2014-2015 та 2017 рр., а у 2013 та 2016 рр. її господарська діяльність була збитковою.

В таблиці 2.2 наведемо результати ліквідності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр.

Таблиця 2.2

Аналіз ліквідності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр.

Показники	Станом на 31 грудня					Відхилення			
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт покриття	2,63	6,50	3,01	2,93	3,24	3,87	-3,49	-0,08	0,31
Коефіцієнт швидкої ліквідності	2,62	6,48	3,01	2,91	3,22	3,86	-3,47	-0,1	0,31
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,72	4,38	1,94	1,77	1,93	2,66	-2,44	-0,17	0,16
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	13208	16458	37102	45160	45926	3250	20644	8058	766

Джерело: складено автором за даними звітності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Отже, коефіцієнт покриття є більшим за порогове значення (1), проте зменшується у 2015-2016 рр. Проте позитивним моментом є зростання показника у 2014 та 2017 рр., оскільки свідчить про зростання здатності підприємства забезпечити свої короткострокові зобов'язання з найбільше легко реалізованої частини активів – оборотних коштів.

Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2013-2017 рр. є більшим за рекомендоване значення (0,6-0,8) та зростає у 2014 та 2017 рр.

Це означає, що платіжні можливості підприємства щодо погашення поточних зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами збільшуються. Проте негативним моментом є зменшення показника у 2015-2016 рр.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності є більшим за 0 та збільшується у 2014 та 2017 рр., отже, зростає частка короткострокових зобов'язань, що підприємство може погасити найближчим часом, не чекаючи оплати дебіторської заборгованості й реалізації інших активів.

Чистий оборотний капітал підприємства упродовж досліджуваного періоду зростає, що свідчить про зменшення різниці між оборотними активами підприємства та його короткостроковими зобов'язаннями.

В табл. 2.3 проаналізуємо показники платоспроможності підприємства.

Таблиця 2.3

Аналіз платоспроможності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр.

Показники	Станом на 31 грудня					Відхилення			
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт платоспроможності	0,12	0,16	0,13	0,07	0,08	0,04	-0,03	-0,06	0,01
Коефіцієнт фінансування	7,37	5,44	6,92	12,77	12,06	-1,93	1,48	5,85	-0,71
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	0,62	0,85	0,67	0,66	0,69	0,23	-0,18	-0,01	0,03
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	4,40	5,40	5,28	8,94	8,68	1	-0,12	3,66	-0,26

Джерело: складено автором за даними звітності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Величина коефіцієнта платоспроможності у 2013-2017 рр. була меншою за порогове значення (0,5), і це свідчить про зменшення частини короткотермінових фінансових зобов'язань підприємства, яка може бути сплачена за рахунок першокласних ліквідних активів (грошових коштів та їх еквівалентів), тобто збільшення спроможності підприємства негайно погасити свою короткотермінову кредиторську заборгованість.

Коефіцієнт фінансування у 2013-2017 рр. був більшим за максимальне рекомендоване значення (1). Це свідчить про зростання залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування.

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами був більшим за мінімальне порогове значення (0,1) та зростав у 2014 та 2017 рр., тому

можна стверджувати, що структура відношення власних оборотних коштів до всієї величини оборотних коштів є задовільною, а збільшення величини показника свідчить про непоганий фінансовий стан підприємства і його спроможність проводити незалежну фінансову політику. Проте у 2015-2016 рр. показник зменшився.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу упродовж 2013-2017 рр. є більшим за порогове значення (0), але його зменшення у 2015 та 2017 рр. свідчить про зменшення здатності підприємства підтримувати рівень власного оборотного капіталу й поповнювати оборотні кошти в разі потреби за рахунок власних джерел.

З метою оцінки фінансового стану підприємства та ефективності управління його фінансовими ресурсами здійснимо аналіз ділової активності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз ділової активності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр.

Показники	Рік					Відхилення			
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт оборотності активів	0,19	0,25	0,59	0,54	0,43	0,06	0,34	-0,05	-0,11
Коефіцієнт оборотності кредит.заборгованості	32,78	37,13	101,51	122,27	27,78	4,35	64,38	20,76	-94,49
Коефіцієнт оборотності дебіт.заборгованості	0,45	1,05	2,71	2,05	1,45	0,6	1,66	-0,66	-0,6
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	10,98	9,70	3,55	2,94	12,96	-1,28	-6,15	-0,61	10,02
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	805,78	342,72	132,86	175,42	248,84	-463,06	-209,86	42,56	73,42
Коефіцієнт оборотності основних засобів	7,54	8,59	32,62	50,90	53,12	1,05	24,03	18,28	2,22
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,73	1,88	3,77	5,59	11,69	0,15	1,89	1,82	6,1

Джерело: складено автором за даними звітності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Як бачимо, коефіцієнт оборотності активів зростає у 2014-2015 рр., що свідчить про зростання швидкості обороту сукупного капіталу підприємства, тобто зростає кількість повного циклу виробництва й обігу, що приносить відповідний ефект у вигляді прибутку, або збільшується кількість грошових одиниць реалізованої продукції (послуг), яку принесла кожна одиниця активів.

Можна стверджувати, що коефіцієнт оборотності активів відображає швидкість обороту сукупного капіталу підприємства, тобто показує, скільки разів за аналізований період відбувається повний цикл виробництва й обіг, що приносить відповідний ефект у вигляді прибутку, або скільки грошових одиниць реалізованої продукції принесла кожна одиниця активів.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості зростає у 2014-2016 рр., що є позитивним моментом, оскільки свідчить про збільшення швидкості сплати заборгованості підприємства. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зріс у 2014-2015 рр., проте негативним явищем є зменшення його величини у 2016-2017 рр.

Коефіцієнт оборотності основних засобів зростав у 2014-2017 рр., що є свідченням зростання ефективності використання основних засобів підприємства. Коефіцієнт оборотності власного капіталу зріс у 2014-2017 рр., і це є позитивним явищем, оскільки свідчить про зростання ефективності використання власного капіталу підприємства.

Строк погашення кредиторської заборгованості зменшується у 2014-2016 рр., а дебіторської – у 2014-2015 рр., що є позитивним моментом.

З метою дослідження формування ресурсів ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» для здійснення міжнародних вантажних перевезень здійснимо аналіз обсягів майна підприємства у 2013-2017 рр. (табл. 2.5).

Отже, за результатами аналізу величини та динаміки активів підприємства, зазначимо, що їх величина зросла у 2015-2016 рр. на 36045 та 13894 тис. грн. відповідно, проте у 2014 та 2017 рр. вони зменшилась відповідно на 5202 та 467 тис. грн.

Аналізуючи динаміку оборотних активів, зазначимо, що зростання їх вартості у 2015-2016 рр. викликане:

- збільшенням виробничих запасів (у 2015-2016 рр.);
- ростом дебіторської заборгованості за продукцію, товари, послуги (у 2016 р.);
- ростом дебіторської заборгованості за виданими авансами (у 2015 р.);
- ростом дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом (у 2016 р.);
- ростом іншої поточної дебіторської заборгованості;
- ростом поточних фінансових інвестицій грошових коштів та їх еквівалентів (у 2015-2016 рр.);
- ростом витрат майбутніх періодів (у 2015 р.).

Також проаналізуємо динаміку величини пасивів підприємства (табл. 2.6).

Як показують отримані результати, зменшення величини пасивів підприємства у 2014 р. було викликано зменшенням величини довгострокових та поточних зобов'язань і забезпечень, а у 2017 р. – зменшенням величини поточних зобов'язань та забезпечень.

У 2015 р. зростання вартості пасивів зумовило збільшення величини власного капіталу та довгострокових зобов'язань та забезпечень, а у 2016 р. – довгострокових та поточних зобов'язань та забезпечень.

З табл. 2.8 бачимо, що величина зареєстрованого (пайового) капіталу підприємства зросла у 2014-2015 рр., проте у 2016-2017 рр. його величина залишалась незмінною, а також залишався незмінним розмір резервного капіталу. Також зазначимо, що компанія мала непокритий збиток у 2013 та 2016-2017 рр.

Таблиця 2.5

Аналіз обсягів майна ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр., тис. грн.

Показники	Станом на 31 грудня					Відхилення							
	2013	2014	2015	2016	2017	абсолютне				темп приросту, %			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Необоротні активи	335	186	149	966	2674	-149	-37	817	1708	-44,5	-19,9	548,3	176,8
нематеріальні активи	21	8	0	0	0	-13	-8	0	0	-61,9	-100,0	-	-
незавершені капітальні інвестиції	0	0	28	839	2567	0	28	811	1728	-	100,0	2896,4	206,0
основні засоби	314	178	121	127	107	-136	-57	6	-20	-43,3	-32,0	5,0	-15,7
Оборотні активи	21333	19450	55532	68609	66434	-1883	36082	13077	-2175	-8,8	185,5	23,5	-3,2
виробничі запаси	77	71	120	421	420	-6	49	301	-1	-7,8	69,0	250,8	-0,2
дебіторська заборгованість за продукцію, товари, послуги	940	304	55	193	183	-636	-249	138	-10	-67,7	-81,9	250,9	-5,2
дебіторська заборгованість за виданими авансами	0	0	21	-248	0	0	21	-269	248	0	100,0	-1281,0	-100,0
дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1	0	0	36	6	-1	0	36	-30	-100,0	0	100,0	-83,3
інша поточна дебіторська заборгованість	6357	3249	12839	20017	20642	-3108	9590	7178	625	-48,9	295,2	55,9	3,1
поточні фінансові інвестиції	10513	12983	35165	36638	35329	2470	22182	1473	-1309	23,5	170,9	4,2	-3,6
гроші та їх еквіваленти	3445	121	593	4815	4319	-3324	472	4222	-496	-96,5	390,1	712,0	-10,3
витрати майбутніх періодів		2722	6739	6737	5535	2722	4017	-2	-1202		147,6	0,0	-17,8
Витрати майбутніх періодів	3468	0	0	0	0	-3468	0	0	0	-100,0	0	0	0
Всього	25136	19636	55681	69575	135542	-5202	36045	13894	-467	-153,3	165,60	571,80	173,60

Джерело: складено автором за даними звітності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Джерела фінансування ресурсів ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2015 роках

Показники	Станом на 31 грудня					абсолютне		
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015
Власний капітал	3002	3050	7032	5051	5291	48	3982	-198
Зареєстрований (пайовий) капітал	7000	7502	9502	9502	9502	502	2000	0
Додатковий вкладений капітал	69	69	0	0	0	0	-69	0
Резервний капітал	68	68	68	68	68	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-4135	-4589	-2538	-4519	-4279	-454	2051	-198
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	14009	13595	30220	41075	43309	-414	16625	1085
Довгострокові кредити банків	14009	13595	30220	41075	43309	-414	16625	1085
Поточні зобов'язання і забезпечення	8125	2990	18429	23449	20508	-5135	15439	502
Поточна кредиторська заборгованість за:								
товари, роботи, послуги	164	127	295	268	1182	-37	168	-27
розрахунками з бюджетом	0	1	0	2	19	1	-1	2
розрахунками зі страхування	2	2	2	-7	140	0	0	-9
розрахунками з оплати праці	5	6	16	0	521	1	10	-16
за одержаними авансами	0	0	0	1	0	0	0	1
Поточні забезпечення	0	0	51	51	51	0	51	0
Інші поточні зобов'язання	7954	2854	18065	23134	18595	-5100	15211	506
Всього	25136	19636	55681	69575	135542	-5202	36045	1389

Джерело: складено автором за даними звітності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Аналізуючи динаміку довгострокових зобов'язань та забезпечень, зазначимо, що вони склались з довгострокових кредитів банків, величина яких зменшилась у 2014 р., проте у 2015-2017 рр. відбулось зростання даного показника.

Величина поточних зобов'язань та забезпечень у 2014 та 2017 рр. зменшилась, проте зросла у 2015-2016 рр., а сформувалась вона за рахунок інших поточних зобов'язань, які мали таку ж динаміку, та поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, величина якої зменшилась у 2014 та 2016 р., проте зросла у 2015 та 2017 рр.

Таким чином, можна стверджувати, що фінансовий стан досліджуваного підприємства був нестійким у 2016 р., що викликано його збитковою діяльністю та неефективним управлінням фінансовими ресурсами. Для підприємства існують загрози подальшого погіршення його фінансового стану, оскільки витрати на здійснення господарської діяльності зростають швидкими темпами.

2.2. Аналіз процесу організації та планування міжнародних перевезень в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Послуги з перевезення вантажів автомобільним транспортом дозволяють ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» здійснювати доставку практично в будь-яку точку світу. Це особливо актуально, коли в пункті призначення або відправлення відсутнє залізничне сполучення. Грамотне планування маршруту дозволяє зменшити витрати на автомобільні перевезення, так, при транспортуванні деяких типів вантажів, наприклад, великогабаритних, доводиться вибирати маршрут, орієнтуючись на обмеження, що діють на окремих ділянках дороги. Є й інші моменти, які важливо враховувати.

Особливої уваги потребують міжнародні перевезення автомобільним транспортом, адже будь-які недоліки планування можуть обернутися серйозною

затримкою в дорозі або іншими проблемами. При прокладанні маршруту фахівці ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» врахують наступні фактори:

- розташування митних пунктів;
- особливості перетину кордону;
- тип вантажів, що транспортуються: тоннаж, кількість автомобілів, бажані терміни доставки;
- безпека переміщення особливих вантажів, які можуть становити небезпеку (нафтопродукти, хімічні речовини та інші);
- терміни та умови зберігання продукції.

Замовник отримує кілька варіантів маршрутів із зазначенням вартості перевезення, строків доставки та інших особливостей, після чого схвалює один з них. Будь-які автомобільні перевезення з перетином кордону змушують подбати про коректність заповнення супровідних документів. Навіть невелика помилка може стати причиною затримки при проходженні митного контролю.

ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» здійснює:

- транспортування вантажу від пункту відправлення до пункту призначення;
- супровід протягом усього шляху слідування;
- проходження митного контролю;
- оформлення страхового договору.

Лояльна цінова політика компанії поєднується з вибором оптимального маршруту, а також гарантією його збереження і своєчасної доставки.

Процес перевезення вантажу в міжнародному сполученні можна розділити на три ключові етапи, відмінність в плані перевезення експортом і імпортом в даному процесі не істотні і зауваження будуть додані далі. Отже, процес перевезення в компанії ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» складається з:

- планування транспортування;
- організації транспортування;

— контролю руху і прийому-передачі вантажу вантажоодержувачу.

Першим етапом є планування перевезення вантажу. Перед тим, як займатися доставкою вантажу, компанія отримує замовлення, визначає тип перевезення, необхідний для перевезення даного вантажу, визначає, як і куди його необхідно вантажити, вид автомобільного транспорту.

I. Планування включає в себе такі пункти:

1) прийняття заявки на перевезення. Ніяка операція з транспортування вантажів у ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» не обходиться без заявки. У тому випадку, якщо поставок кілька з одним і тим же замовником, то оформляється договір. У заявці (дорученні експедитору) прописуються:

- дата отримання доручення;
- номер доручення;
- вантажовідправник;
- клієнт;
- експедитор;
- вантажоодержувач;
- відмітка про необхідність повідомлення про прибуття вантажу;
- країна походження вантажу;
- найменування вантажу і точна адреса;
- вид транспорту;
- пункт призначення;
- номер і дата страхового поліса;
- розпізнавальний номер вантажу;
- маркування;
- кількість вантажних місць та вид упаковки;
- вага брутто, нетто;
- об'єм вантажу;

2) вибір транспорту і перевізника:

а) вибір виду транспорту. Вид транспорту, як правило, вказується вже в дорученні експедитору. У разі, коли компанії ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» потрібно самостійно вибрати вид транспорту, в розрахунок йде, як правило, специфікація самого вантажу або найбільш використовуваний вид транспорту, і факторами служать вартість, час доставки;

б) оптимізація завантаження транспорту. Ґрунтуючись на правилах навантаження певного вантажу і транспорту, організація ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» готує інформацію щодо завантаження вантажу і необхідні матеріали;

в) вибір організації-перевізника (у випадку, якщо власного транспортного парку недостатньо або він використовується на інших маршрутах). Вибір організації-перевізника залежить від обраного виду транспорту. Вибір організації-перевізника полягає в двох факторах: віддаленість організації, вартість перевезення.

Наступним етапом є організація доставки. Цей етап характеризується оформленням договорів і підготовкою документаційної бази для поставки вантажу на імпорт або на експорт, а також оформленням вантажу згідно законів про перевезення вантажів. Експедитор ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» зобов'язаний оформити замовлення, організувати навантаження на транспорт, застрахувати вантаж, якщо цього вимагає замовник, а так само пройти митне оформлення.

II. Організація доставки включає в себе такі пункти:

1) замовлення транспортування;

а) оформлення замовлення. Визначившись з транспортом, експедитор ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» здійснює виконання замовлення транспортування. Замовлення оформляється відповідно до правил компанії, вказуючи при цьому:

- дати завантаження-розвантаження;
- адреса навантаження і адреса розвантаження;
- телефони і контакти;
- характеристики вантажу, габарити, вага і об'єм;

- характеристики техніки;
- умови і форми оплати;
- відповідальність за невиконання умов доставки.

У разі необхідності укладається договір:

а) перевезення транспортним забезпеченням компанії;

б) оплата послуг перевізника. Оплата послуг проводиться в установленому порядку і необхідний час;

2) замовлення додаткових послуг:

а) страхування вантажу. Страхування вантажу здійснюється або ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», або компанією-одержувачем залежно від умов Інкотермс, так само в заявці може бути зазначено доручення, що вказує на необхідність ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» застрахувати даний вантаж;

б) замовлення вантажно-розвантажувальних робіт. Експедитор компанії ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» оформляє здійснення вантажно-розвантажувальних робіт, які можуть бути замовлені як на складі, так і у сторонніх компаній. Для замовлення необхідна інформація про вантаж, його класифікацію, обсяг і терміни завантаження, так само обговорюється ціна і вноситься плата за дані послуги;

3) організація митного оформлення;

а) підготовка документів. Перед тим, як відправити вантаж одержувачу, що знаходиться в іншій країні, потрібна підготовка документів для проходження митного контролю. Документи надаються митному брокеру:

- контракт на закупівлю товару;
- паспорт угоди;
- довідки з банку і податкової інспекції;
- копія свідоцтва про постановку ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на облік в податковій інспекції;
- оплачене доручення на мито і митне оформлення;
- інвойс і його переклад;

– копія свідоцтва про реєстрацію одержувача як учасника зовнішньоекономічної діяльності;

– сертифікати на товар;

б) вибір митного брокера ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» здійснюється виходячи з декількох критеріїв:

– вартість послуг;

– митний пост, на який прибуває вантаж;

– особистий досвід роботи з тим чи іншим брокером.

в) здійснення контролю митного оформлення. В період, коли вантаж надходить на митний пост, експедитор повинен контролювати організацію митним брокером митного оформлення товару і термін її виконання. Після закінчення митного оформлення експедитор організовує доставку вантажу з митного складу, у разі, якщо цього не було зроблено заздалегідь.

Далі слідує транспортування заздалегідь оформленого вантажу на обраному ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» транспорті. Експедитор повинен контролювати рух вантажу і знати, коли він прибуде на місце, щоб організувати вантажно-розвантажувальні роботи і передати вантаж замовнику.

Наступний етап - «Контроль руху та прийом-передача вантажу» можна розділити на кілька пунктів:

1) контроль руху і прибуття вантажу. В першу чергу експедитор ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» отримує підтвердження про прийняття вантажу. Після цього здійснюється контроль місцезнаходження вантажу та стану вантажу під час його транспортування до пункту призначення. Експедитор повинен вказувати всі точки стикування від контрольних дат за договором з перевізником, всі факти порушень його пунктів і умов для зменшення ризику подальших претензій клієнтів. Також експедитор контролює прибуття товару в пункт призначення а саме - на митний пункт, повідомляє одержувача про прибуття вантажу і організовує перевезення до одержувача;

2) передача вантажу замовнику. Відповідно до зазначеного доручення експедитору компанія, що замовила перевезення вантажу, повинна забезпечити

приймання вантажу в узгодженому місці і терміни. Приймання забезпечується присутністю відповідального представника компанії одержувача і місцем, відповідним для проведення вантажно-розвантажувальних робіт.

Перед безпосереднім розвантаженням товару вантажоодержувачем проводиться його огляд, перевірка стану, цілісності і комплектації. Після перевірки заповнюється акт відповідності, де реєструються всі відхилення. Акт підписується представником перевізника і представником одержувача, після чого вантажоодержувач підписує супровідні документи;

3) вантажно-розвантажувальні роботи. У тому випадку, якщо проведення вантажно-розвантажувальних робіт після здійснення процесу вантажоперевезення прописано в договорі (дорученні експедитору), то експедитор зобов'язаний організувати ці роботи відповідно до умов договору.

У разі відносин імпорту-експорту порядок пунктів в етапах буде змінюватися. Даний процес описує експорт продукції. В разі імпорту необхідно 3 пункт етапу: «організація доставки», перенести в етап «контроль руху і прийом-передача вантажу вантажоодержувачу», слідом за пунктом 1. Отже, у ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» після планування, організації доставки, і здійснення перевезення до митного пункту, відбувається митне очищення товару.

Для того, щоб змодельовати процес міжнародного вантажоперевезення ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», використаємо IDEF0 модель бізнес-процесу, яку зобразимо на рис. 2.1.



Рис. 2.6. IDEF0 модель процесу міжнародного вантажоперевезення ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Джерело: власна розробка автора

Практично всі умови перевезення вантажу можуть бути вказані в договорі на перевезення, від виду транспорту до шляху проходження. З цього можна зробити висновок про те, що документальне оформлення вантажу і складання договору є вкрай істотною ланкою здійснення міжнародного вантажного перевезення ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС».

В результаті аналізу було встановлено, що в першу чергу, після отримання доручення експедитором відбувається планування перевезення, визначення виду транспорту, маршруту, визначення оптимальних термінів.

У другу чергу відбувається оформлення документів на вантаж і його перевезення, укладення договорів з бригадою вантажників.

Далі в процесі перевезення експедитор контролює передачу вантажу на завантаження, рух і прибуття вантажу на митний пункт.

Аналізуючи процес міжнародного вантажоперевезення, можна помітити те, що переважно документообіг безпосередньо займає більшу частину процесу. Це є вкрай важливим моментом здійснення перевезення, так як в умовах сучасної економіки неможливо обійти факт документаційного оформлення вантажного перевезення.

Оцінюючи роботу експедитора, найбільше клієнти звертають увагу на два фактори - час і витрати. Згідно зі встановленими мінімальними строками на проведення міжнародних вантажних перевезень, в договорі обумовлюється резервний буфер часу на перевезення.

Отже, ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» має великий досвід роботи з міжнародними вантажними перевезеннями, що підтверджує точність доставок за

термінами договору. У зв'язку з цим більшу увагу слід приділити питанню зниження витрат на доставку. Провівши аналіз процесу вантажоперевезення, слід зазначити, що більшу частину займають етапи планування та організації.

2.3. Оцінка ефективності міжнародних перевезень в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Сегмент послуг з транспортування вантажів (без трубопровідного транспорту) включає діяльність спеціалізованих транспортних організацій і підприємців (фізичних осіб), які працюють за наймом. Сюди також включаються комерційні вантажні перевезення, здійснювані автомобільним, залізничним, внутрішнім водним, морським і повітряним транспортом.

Автомобільні вантажоперевезення - це невід'ємна ланка в ланцюжку, що зв'язує виробника товарів і кінцевого споживача. На відміну від повітряного або морського транспорту, автомобільна доставка не залежить від пори року, а в порівнянні із залізничним транспортом вантажний автотранспорт має високий ступінь мобільності та може доставити вантаж практично в будь-яке місце. Крім цього, цей вид вантажоперевезень є найбільш економічно вигідним для відправника вантажу.

Основними елементами системи транспортного обслуговування міжнародних перевезень є безпосередньо транспорт та транспортні підприємства, експедиторські компанії, а також підприємства технічного обслуговування транспортних засобів та обслуговування вантажів.

Незалежно від видів транспорту ті й інші групи ринків мають свої тенденції розвитку, особливості регулювання і, головне, порядок ціноутворення. Ринки регулярних вантажопотоків, як правило, контролюються державами або міждержавними органами, і ціни на транспортну продукцію встановлюються у

вигляді заздалегідь оголошених тарифів, мають мінімальні та максимальні межі. На ринках нерегулярних вантажопотоків ціна на транспортні послуги вільно встановлюється в процесі укладення договору перевезення і залежить не тільки від експлуатаційних витрат перевізника, а й від кон'юнктури ринку.

Отже, ринок міжнародних перевезень автомобільним транспортом - це сукупність операцій з купівлі-продажу послуг з перевезення та транспортування вантажів автомобільним транспортом з однієї країни в іншу. Транспортні послуги є провідною сполучною ланкою у зовнішній торгівлі товарами.

ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» здійснює вантажні перевезення продукції як на внутрішньому ринку України, так і на інших зарубіжних ринках.

Світовий ринок транспортних послуг динамічно розвивається, про що свідчать дані звітів UNCTAD [71] (рис. 2.2).

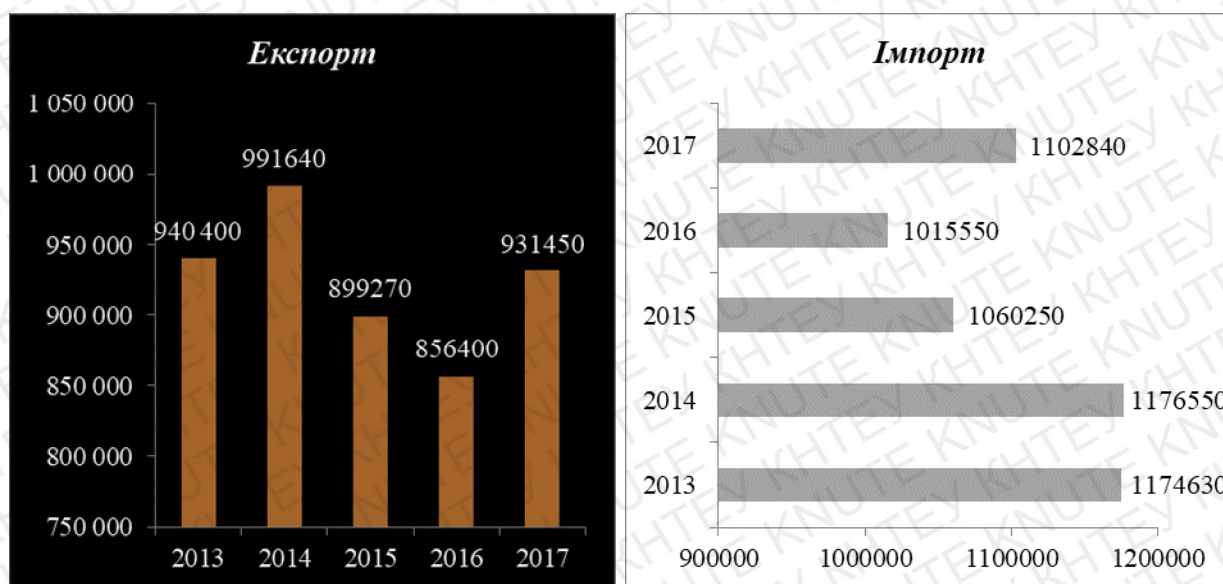


Рис. 2.2. Динаміка розвитку світового ринку транспортних послуг у 2013-2017 рр., млн.. дол.. США

Джерело: [71]

Зазначимо, що експорт послуг з автомобільних вантажних перевезень знизився у 2015-2016 рр., проте у 2017 р. він зріс. Що стосується імпорту даних послуг на світовому ринку, то його величина мала подібну динаміку.

Також варто зазначити, що найбільше послуг з автомобільних вантажних перевезень експортують розвинені країни, а найменше - країни з перехідною економікою. Що стосується імпорту даних послуг, то лідерами є країни, що розвиваються (у 2013 р.) та країни з розвинутою економікою (у 2014-2017 рр.) (рис. 2.3).

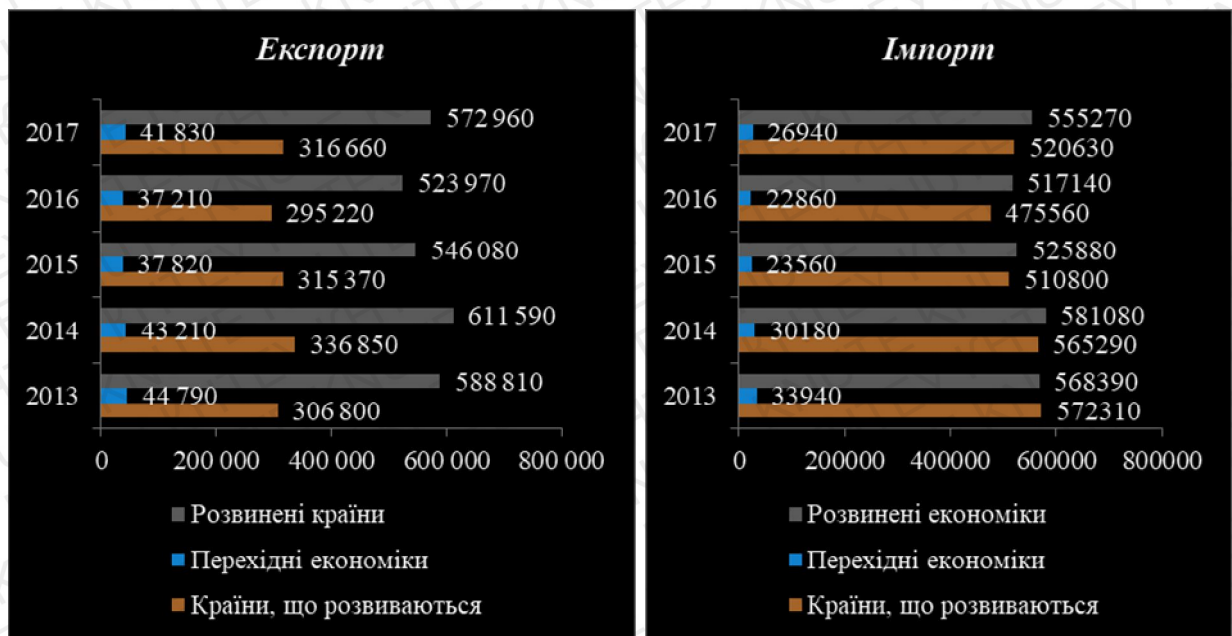


Рис. 2.3. Експорт та імпорт послуг з автомобільних вантажних перевезень у 2013-2017 рр., млн.. дол.. США

Джерело: [71]

Зроблені висновки підтверджують дані рис. 2.4.

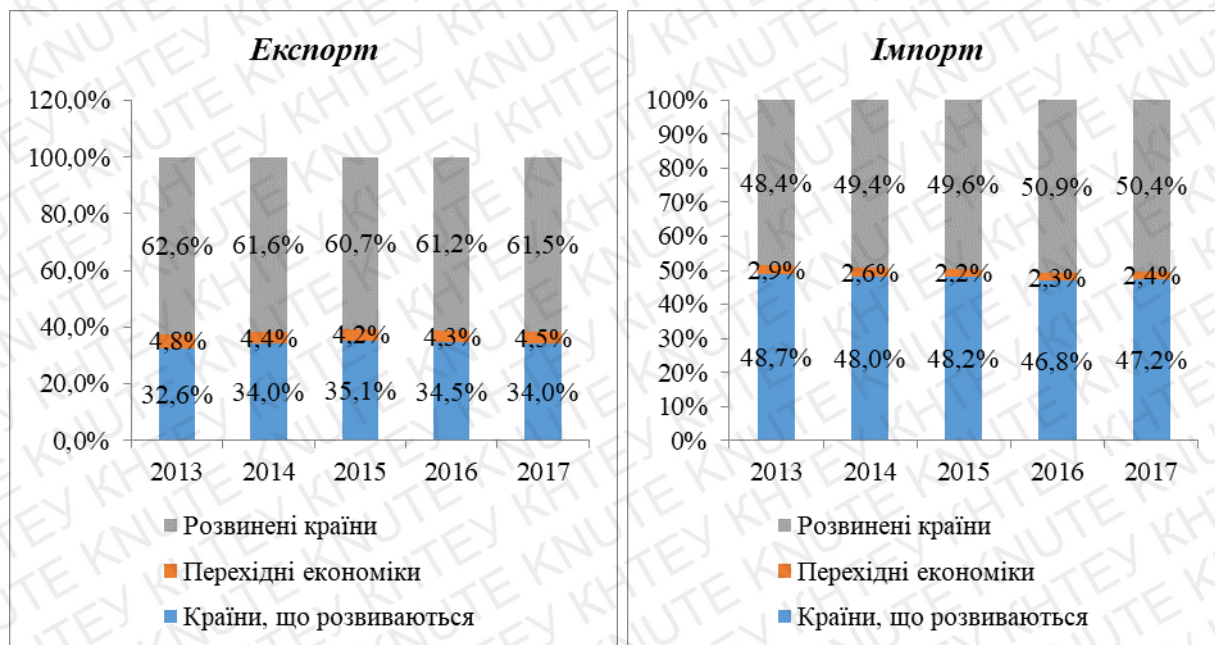


Рис. 2.4. Географічна структура експорту та імпорту послуг з автомобільних вантажних перевезень у 2013-2017 рр., %

Джерело: [71]

У країнах Західної Європи, за обсягами вантажоперевезень, лідирують автомобільний і залізничний транспорт, на частку яких припадає 40% і 25% відповідно. Інший обсяг розподіляється між морським, внутрішнім водним і авіатранспортом. У Північній Америці однаково добре розвинені автомобільні та залізничні перевезення, які практично дорівнюють за обсягами. У східноєвропейських країнах переважає залізничний транспорт, проте і ринок вантажних автоперевезень активно розвивається.

Лідируючі позиції в сегменті автомобільних перевезень в Центральній Європі займає Польща: парк налічує понад 150 тисяч автомобілів. За даними Євростату [72], протягом останніх років у країнах ЄС відбулось поступове зростання обсягів вантажних перевезень автомобільним транспортом (рис. 2.5).

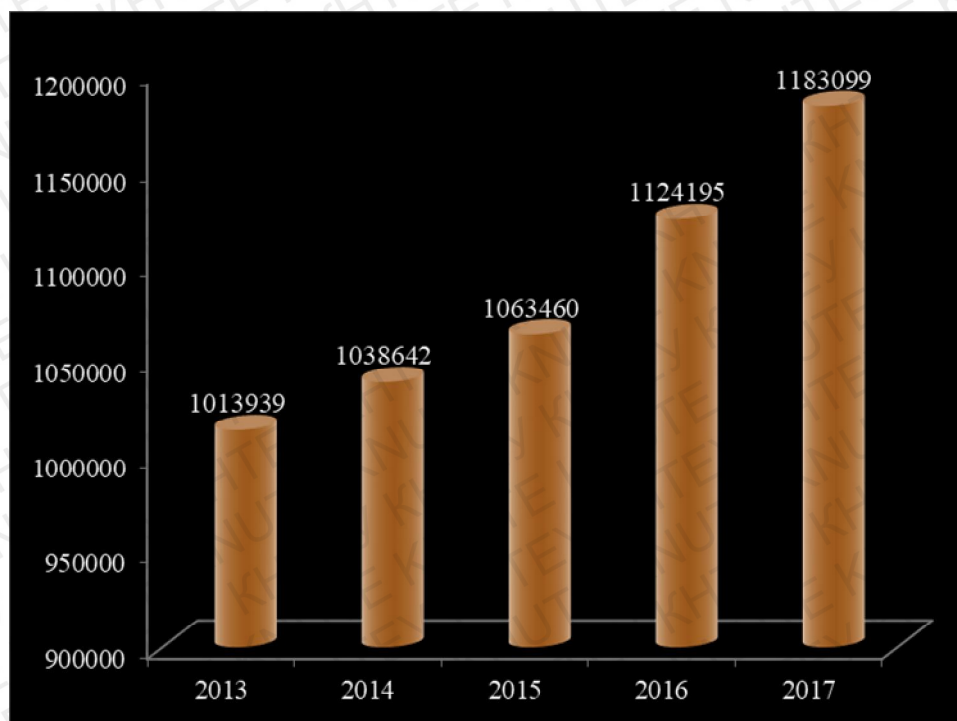


Рис. 2.5. Обсяги вантажних перевезень автомобільним транспортом в країнах ЄС у 2013-2017 рр., тис. т

Джерело: [72]

Лідерами на європейському ринку вантажних автомобільних перевезень є Польща, Нідерланди та Німеччина (рис. 2.6).

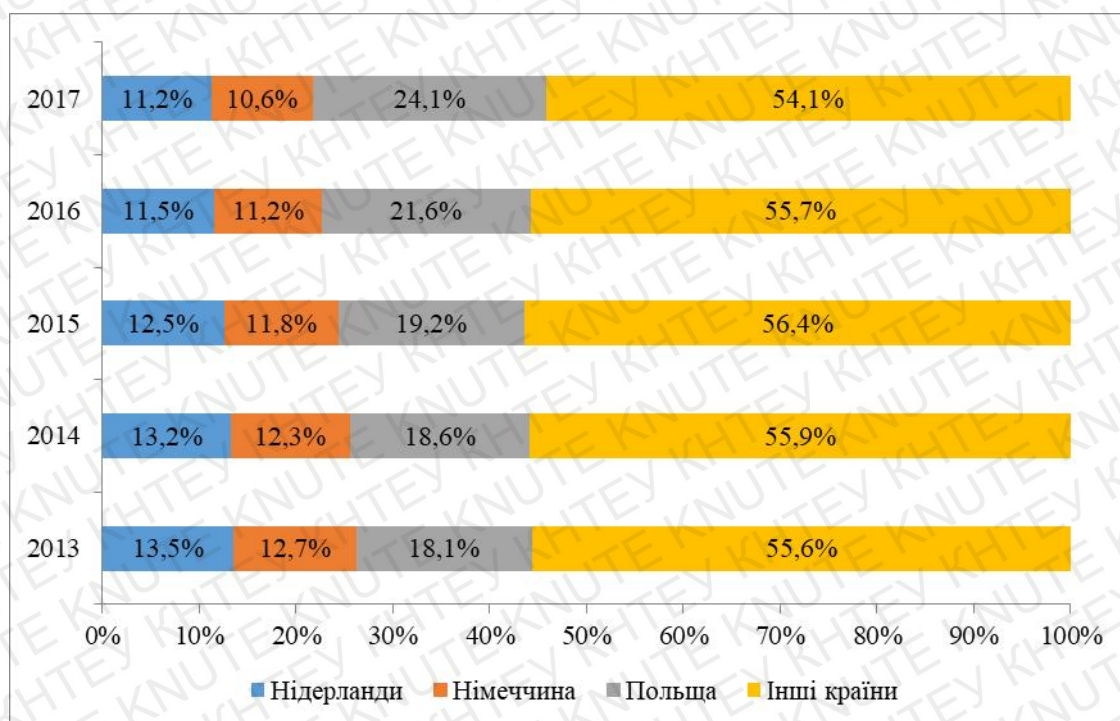


Рис. 2.6. Структура європейського ринку вантажних перевезень автомобільним транспортом в країнах ЄС (за географічною ознакою) у 2013-2017 рр., %

Джерело: [72]

Найменшу частку займають такі країни, як Кіпр, Данія та Ірландія.

У сегменті авіаперевезень вантажів і інтенсивності руху експерти традиційно виділяють три регіони - це Західна Європа, Далекий Схід і США: сукупний вантажообіг - $2/3$ від загального світового обсягу. Ще один великий регіон розташований в Азії - це КНР, Сінгапур, Таїланд, Японія, на їх частку припадає $1/5$ обсягів.

Найбільша кількість автомобілів в Європі (40%), США (32%) та Азії (21%). Автомобільний транспорт активно розвивається за рахунок удосконалення характеристик транспортних засобів, впровадження високоефективних технологій та розширення мережі автомагістралей. Спостерігається світова тенденція поступового переходу на екологічні види палива [73].

Вантажоперевезення авіатранспортом вважаються витратними, тому їх частка в загальному обсязі транспортно-логістичного ринку становить не більше 2-2,5%. Що стосується світових вантажоперевезень морським транспортом, то тут лідирують «морські» держави: Греція, Великобританія, Фінляндія, Норвегія, Японія, Кіпр, Китай, США.

Серед чинників, активно впливають на ринок транспортно-логістичних послуг (ТЛУ) розвинених країн світу - поточний стан світової торгівлі. Так, на тлі зростання світового ВВП у 2017 році (+ 2,9%) проти аналогічного періоду в 2016 році (+ 2,4%), світовий імпорт товарів зріс до 4,3% (у 2016 році + 2,2%). На думку експертів, пожвавлення в світовій торгівлі зв'язано зі зростанням інвестиційного попиту та імпорту, причому як в розвинених, так і в країнах, що розвиваються. Про це свідчить, наприклад, динаміка морських перевезень: в 2015 році показник зростання знаходився на рівні 2,3% проти 4%, зафіксованих у минулому році. Не варто забувати про збільшення ставок фрахту, що також говорить про підвищення

попиту на цей вид послуг. Так, самий, мабуть, високий показник був зафіксований у вантажних авіаперевізників - 7,2% в 2017 році проти 1,4% в 2015 році.

Тим часом, автомобільні транспортні компанії, скориставшись поживавленням зовнішньої торгівлі, також наростили обсяги робіт (+ 1,4%). При цьому європейський напрямок збільшився всього на 0,5%, проте азіатський, зокрема китайський, зріс на 25%. Регіональна структура світового ринку виглядає наступним чином: США - 23%, країни ЄС - 19%, КНР - 15% від загального обсягу ринку.

В даний час найбільшими транспортно-логістичними корпораціями світу є: DHL (Німеччина); UPS (США); FedEx (США); A.P. Moller-Maersk (Данія); DB Schenker (Німеччина).

Так, прибутковість лідера ринку в минулому році склала \$ 54,985 млрд. Американські компанії фінішували з показниками \$ 54,127 млрд. і \$ 43,471 млрд. Відповідно, активи A.P. Moller-Maersk поповнилися на \$ 40,529 млрд., А DB Schenker заробила \$ 26,1 млрд. Крім наданого рейтингу варто зазначити, що показник загального доходу став меншим на 2,6% проти 8,4%, зафіксованого роком раніше.

В умовах економічної нестабільності експерти вважають за краще уникати прогнозів, відзначаючи лише, що тарифи на світовому ринку перевезення вантажів автомобільним транспортом досить стабільні. Будь-які зміни пов'язані переважно з коливаннями валютних курсів.

Згідно з дослідженнями англійського консалтингового агентства Drewry [69], що базуються на показниках темпів зростання світового ВВП, до 2020 року обсяги контейнерних перевезень у всьому світі досягнуть 1 млрд. ДФЕ. При цьому зростання ринку транспортно-логістичних послуг становитиме від 2,9 до 3,2% щорічно, що цілком відповідає зростанню економіки в даний час.

За версією дослідницького агентства M.A. Research [70], цей показник буде майже в два рази вище - 5,7%. Фахівці також припускають, що до 2020 року частка

країн Азії в світовому контейнерному трафіку збільшиться з поточних 56% до 65%. Цьому сприяє стабільне щорічне зростання обсягів контейнерообігу, який здійснюється переважно за рахунок азіатських країн, зокрема Китаю (до 40% всього контейнерного вантажопотоку).

Серед галузевих гравців вже сьогодні йде серйозна конкурентна боротьба, яка веде за собою «природний відбір»: малі вантажоперевізники стануть об'єднуватися або зйдуть з дистанції, а великі транспортно-логістичні компанії будуть примножувати свої переваги (модернізація, інноваційні технології, сучасні управлінські рішення).

Обсяги вантажних перевезень продукції ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» проаналізуємо в табл. 2.7.

Як бачимо, обсяги вантажних перевезень продукції зменшились у 2017 р., що було зумовлено загостренням політичної та економічної ситуації в Україні (анексія Криму, загострення конфлікту на сході України), а частка міжнародних вантажних перевезень в загальній структурі вантажних перевезень досліджуваного підприємства у 2016 р. зменшилась.

Як бачимо, чистий дохід (виручка) від вантажних перевезень зростала у 2014-2016 рр., проте у 2017 р. його величина зменшилась на 283 тис. грн.

Таблиця 2.7

Динаміка ефективності міжнародних вантажних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр.

Показники	Роки					Відхилення							
	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне				Темп приросту, %			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Чистий дохід (виручка) від вантажних перевезень продукції, тис.грн.	3005	3368	14530	20484	20201	363	11162	5954	-283	12,1	331,4	41,0	-1,4
Собівартість вантажних перевезень, тис.грн.	1459	1754	7346	10117	11234	295	5592	2771	1117	20,2	318,8	37,7	11,0
Витрати, пов'язані з вантажними перевезеннями:	1434	1317	5610	8260	6909	-117	4293	2650	-1351	-8,2	326,0	47,2	-16,4
- транспортні витрати, тис. грн..	450	320	1300	2150	1989	-130	980	850	-161	-28,9	306,3	65,4	-7,5
- вантажно-розвантажувальні витрати, тис. грн..	310	298	1150	1800	1750	-12	852	650	-50	-3,9	285,9	56,5	-2,8
- складські витрати, тис. грн..	300	250	1200	1650	1700	-50	950	450	50	-16,7	380,0	37,5	3,0
- експедиторські витрати, тис. грн.	211	180	862	980	770	-31	682	118	-210	-14,7	378,9	13,7	-21,4
- страхові витрати, тис. грн..	115	210	658	1100	920	95	448	442	-180	82,6	213,3	67,2	-16,4
- інші витрати, тис. грн..	48	59	440	580	550	11	381	140	-30	22,9	645,8	31,8	-5,2
Ефективність вантажних перевезень	2,10	2,56	2,59	2,48	2,93	0,46	0,03	-0,11	0,45	21,9	1,2	-4,2	18,1
Ефект вантажних перевезень, тис. грн..	112	297	1574	2107	2058	185	1277	533	-49	165,2	430,0	33,9	-2,3

При цьому собівартість вантажних перевезень зростала упродовж досліджуваного періоду, а витрати, пов'язані із вантажними перевезеннями, зростали у 2015-2016 рр., проте зменшились у 2014 та 2017 рр.

Ефективність вантажних перевезень, таким чином, зростала у 2014-2015 та 2017 рр., а ефект вантажних перевезень – у 2014-2016 рр., проте у 2017 р. спостерігалось зменшення показника на 49 тис. грн.

Далі проаналізуємо обсяги вантажних перевезень підприємства в розрізі країн (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Обсяги вантажних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» в розрізі країн у 2013-2017 рр., тис. грн.

Показники	Роки					Відхилення			
	2013	2014	2015	2016	2017	абс.			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Обсяг вантажних перевезень, в т.ч.:	3005	3368	14530	20484	20201	363	11162	5954,01	-283,03
Польща	363,6	434,02	2135,91	3256,96	3514,98	70,42	1701,89	1121,05	258,02
Білорусія	231,39	272,81	1496,59	2458,08	4222	41,42	1223,78	961,49	1763,92
Німеччина	676,12	967,31	4373,53	10836,04	12464	291,19	3406,22	6462,51	1627,96
Росія	1733,89	1693,86	6523,97	3932,93	-	-40,03	4830,11	-2591,04	-3932,93

Джерело: складено автором за даними ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Як бачимо, величина вантажних перевезень продукції до Польщі упродовж досліджуваного періоду зростала.

Так само у 2013-2017 рр. зростала величина вантажних перевезень до Німеччини та Білорусії.

Міжнародні вантажні перевезення продукції до Росії зменшився у 2014 та 2016 р., а в 2017 р. взагалі припинилися і причиною зменшення показника в останні роки було зумовлено загостренням політичної ситуації з Росією.

Далі проаналізуємо географічну структуру вантажних перевезень досліджуваного підприємства (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Географічна структура вантажних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр., %

Показники	Роки					Відхилення			
	2013	2014	2015	2016	2017	Темп приросту, %			
						2014 /2013	2015 /2014	2016 /2015	2017 /2016
Обсяг вантажних перевезень, в т.ч.:	100,0	100	100	100	100	0	0	0	0
Польща	12,1	12,9	14,7	15,9	17,4	0,8	1,8	1,2	1,5
Білорусія	7,7	8,1	10,3	12,0	20,9	0,4	2,2	1,7	8,9
Німеччина	22,5	28,7	30,1	52,9	61,7	6,2	1,4	22,8	8,8
Росія	57,7	50,3	44,9	19,2	0,0	-7,4	-5,4	-25,7	-19,2

Джерело: складено автором за даними ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Таким чином, ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», здійснюючи міжнародні вантажні перевезення продукції до зарубіжних країн, найбільшу частку перевозить до Німеччини.

Далі проаналізуємо показники рентабельності вантажних перевезень підприємства (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Аналіз рентабельності вантажних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» у 2013-2017 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016
Коефіцієнт рентабельності активів	0,00	0,07	0,04	-	0,01	0,07	-0,03	-	0,01
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-	0,51	0,27	-	0,19	-	-0,24	-	0,19
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,00	0,27	0,07	-	0,02	0,27	-0,20	-	0,02
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,49	0,73	1,30	-	0,65	0,24	0,57	-	0,65

Джерело: складено автором за даними звітності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Коефіцієнт рентабельності активів зменшується упродовж 2015-2016 рр., оскільки зменшується рівень прибутку, що створюється всіма активами підприємства, які перебувають у його використанні згідно з балансом.

Зменшення коефіцієнта рентабельності власного капіталу свідчить про зниження рівня прибутковості власного капіталу, вкладеного в дане підприємство, у 2015-2016 рр.

Зменшення коефіцієнта рентабельності діяльності у 2015-2016 рр. – свідчення зниження ефективності господарської діяльності підприємства.

Зниження у 2016-2017 рр. коефіцієнта рентабельності продукції – свідчення зменшення ефективності реалізації продукції підприємства.

Також на підставі проведення опитування співробітників ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» та замовників, була виявлена проблема планування вантажоперевезення (таблиця 2.11).

Таблиця 2.11

Опитування співробітників ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

Склад опитаних працівників	Процеси міжнародного вантажоперевезення		
	Планування транспортування	Організація транспортування	Контроль руху та прийому-передачі вантажу
Директор	+	-	-
Експедитор	+	-	-
Бухгалтер	+	-	-

Джерело: складено автором за результатами опитування

При проведенні опитування було поставлено питання: «Який буде найбільш вагомий і значущий процес міжнародного вантажного перевезення в ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», який вимагає аналізу і вдосконалення?». Проблема полягає у визначенні оптимального транспорту, маршруту, зменшенні витрат замовника, збільшенні власного прибутку. Дане питання є дуже актуальним для досліджуваної компанії.

Провівши аналіз проблем планування міжнародних вантажних перевезень ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», були виявлені кілька ключових факторів що впливають на вартість перевезення вантажу. До них відносяться: необхідні терміни доставки, величина транспортних витрат, величина додаткових транспортних витрат, вплив держави на процес перевезення, митний ПДВ (податок на додану вартість) і т.ін.

Отже, керівництву компанії необхідно розробити напрями щодо мінімізації негативного впливу даних факторів на ефективність міжнародних вантажних перевезень автомобільним транспортом ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС».

Висновки до 2 розділу

Здійснивши аналіз організації і планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом В ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», ми дійшли наступних висновків:

1. Ринок міжнародних перевезень автомобільним транспортом - це сукупність операцій з купівлі-продажу послуг з перевезення та транспортування вантажів автомобільним транспортом з однієї країни в іншу. Транспортні послуги є провідною сполучною ланкою у зовнішній торгівлі товарами. За результатами аналізу доведено, що експорт послуг з автомобільних вантажних перевезень знизився у 2015-2016 рр., проте у 2017 р. він зріс. Що стосується імпорту даних послуг на світовому ринку, то його величина мала подібну динаміку. Лідируючі позиції в сегменті автомобільних перевезень в Центральній Європі займає Польща: парк налічує понад 150 тисяч автомобілів. У сегменті авіаперевезень вантажів і інтенсивності руху експерти традиційно виділяють три регіони - це Західна Європа, Далекий Схід і США: сукупний вантажообіг - 2/3 від загального світового обсягу. Ще один великий регіон розташований в Азії - це КНР, Сінгапур, Таїланд, Японія, на їх частку припадає 1/5 обсягів.

2. Проаналізувавши фінансові результати діяльності підприємства, ми дійшли висновку, що чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зростав у 2014-2017 рр. Собівартість реалізованої продукції зменшилась у 2015-2016 рр., і причиною такої динаміки стало зростання матеріальних витрат на виробництво одиниці продукції. Фінансовий стан досліджуваного підприємства був нестійким у 2016 р., що викликано його збитковою діяльністю та неефективним управлінням фінансовими ресурсами.

3. Процес перевезення в компанії ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» складається з планування транспортування; організація транспортування; контроль руху і

прийом-передача вантажу вантажоодержувачу. В результаті аналізу було встановлено, що в першу чергу, після отримання доручення експедитором відбувається планування перевезення, визначення виду транспорту, маршруту, визначення оптимальних термінів. У другу чергу відбувається оформлення документів на вантаж і його перевезення, укладення договорів з бригадою вантажників. Далі в процесі перевезення експедитор контролює передачу вантажу на завантаження, рух і прибуття вантажу на митний пункт. При прокладанні маршруту фахівці ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» врахують наступні фактори: розташування митних пунктів; особливості перетину кордону; тип вантажів, що транспортуються (тоннаж, кількість автомобілів, бажані терміни доставки); безпека переміщення особливих вантажів, які можуть становити небезпеку (нафтопродукти, хімічні речовини та інші); терміни та умови зберігання продукції.

4. Обсяги вантажних перевезень продукції зменшились у 2017 р., що було зумовлено загостренням політичної та економічної ситуації в Україні (анексія Криму, загострення конфлікту на сході України), а частка міжнародних вантажних перевезень в загальній структурі вантажних перевезень досліджуваного підприємства у 2016 р. зменшилась. Ефективність вантажних перевезень, таким чином, зростала у 2014-2015 та 2017 рр., ефект вантажних перевезень – у 2014-2016 рр., проте у 2017 р. спостерігалось зменшення показника на 49 тис. грн. ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», здійснюючи міжнародні вантажні перевезення продукції до зарубіжних країн, найбільшу частку здійснює до Німеччини.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ І ПЛАНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ В ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

3.1. Розробка стратегії виходу підприємства ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС

Формування стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС є лише першим кроком на шляху формування тісної співпраці з компаніями-споживачами транспортних послуг на ринку країни. Першочерговою стадією реалізації існуючого потенціалу фірми є надання послуг міжнародних автомобільних перевезень автомобільним транспортом шляхом розробки стратегії виходу компанії на ринок ЄС. За умови успішного виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС наступним кроком стане розширення асортименту послуг, яке буде збуватись, а також вихід на нові ринки.

Питома вага маркетингової стратегії в загальній стратегії компанії становить близько 80%. Основне призначення стратегії – взаємоузгодження маркетингових цілей компанії з її можливостями, вимогами споживачів, негайне реагування на послаблення позицій конкурентів на обраному ринку та результативне використання існуючих конкурентних переваг компанії.

Перед розробкою маркетингової стратегії необхідно чітко сформулювати основні компоненти, з яких вона буде складатись. Для формування необхідних елементів стратегії була застосована комбінація запропонованих маркетингологами Ж.-Ж. Ламбеном та Ф. Котером підходів, результати представлено у вигляді схеми – рис. 3.1.

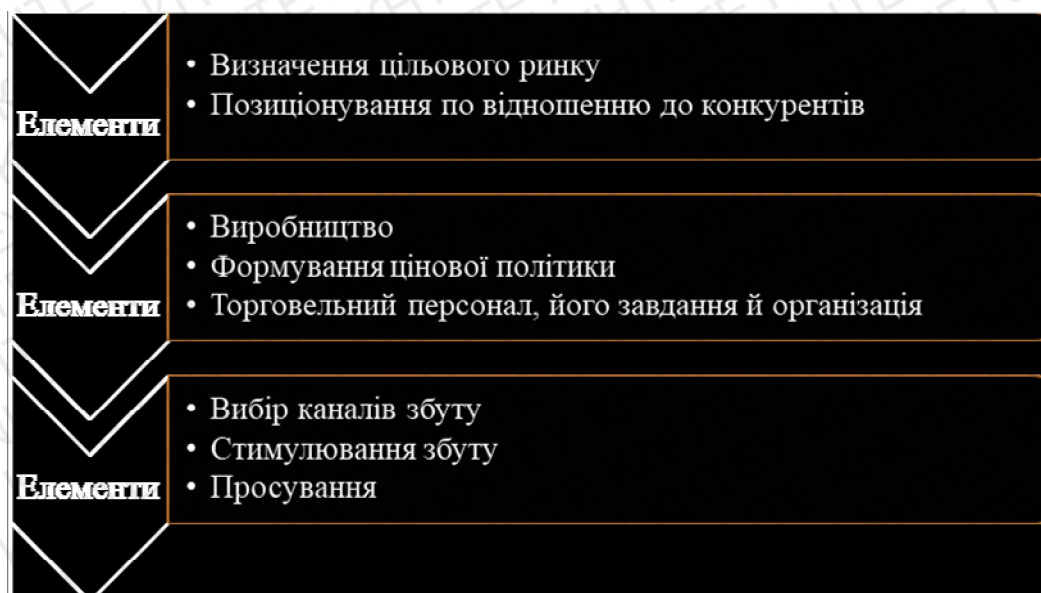


Рис. 3.1. Потенційні елементи маркетингової стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС

Класифікаційно розроблена нами стратегія відноситься до глобальних маркетингових стратегій і такого їх виду, як інтернаціоналізація. Відповідно до неї, формою виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС обрано прямий експорт через експортний відділ компанії в Україні (рис. 3.2).

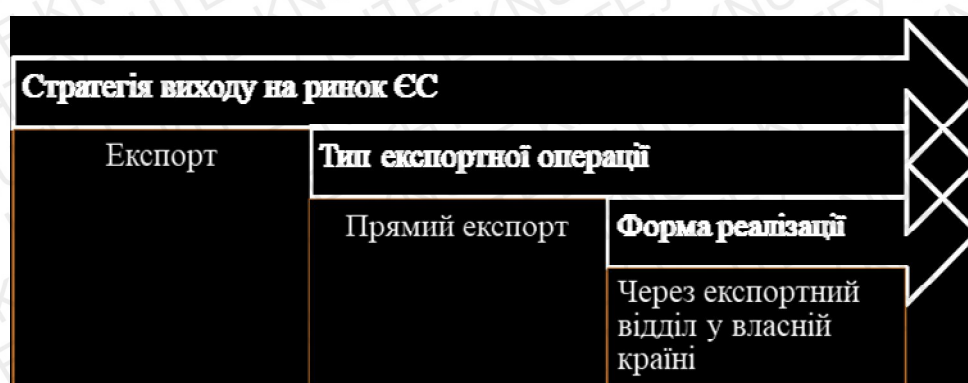


Рис. 3.2. Пріоритети форм виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС

Перед формуванням стратегії необхідно чітко окреслити та виділити особливості послуг, які будуть збуватись на новому ринку (у нашому випадку – ринку ЄС). Для виходу на ринок було обрано послуги міжнародних перевезень

автомобільним транспортом, а саме - вантажні перевезення, оскільки така послуга є невід'ємною одиницею у арсеналі будь-якої компанії, яка здійснює міжнародні вантажні перевезення в обсягах, які недоцільно перевозити залізничним чи морським транспортом (не настільки великі обсяги) або повітряним транспортом (через найвищі ціни на послуги серед інших видів транспорту).

Важливим компонентом стратегії є вибір конкурентної стратегії компанії, відповідно до якої вона буде діяти на новому ринку. Виходячи з частки ринку, яку утримує компанія (планує утримувати на новому ринку), розрізняють чотири типи конкурентної стратегії: лідер, послідовник, челенджер, фахівець.

Для ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», на нашу думку, буде доцільно використати стратегію фахівця («нішера») на ринку ЄС, оскільки вихід запланований з однією категорією послуг, що дозволить, просуваючи цю послугу, акцентувати увагу на її характеристиках, в той час коли конкуренти, які вже працюють із компаніями-споживачами на ринку, націлені на декілька сегментів (перевезення пасажирів та вантажів, використання інших видів транспорту). Дана стратегія є найбільш ефективною для компанії, яка лише розпочинає свою діяльність на ринку.

Зазначимо, що однією із умов ефективної стратегії виходу компанії на ринок ЄС є належне інформаційне забезпечення, що надасть необхідні інформаційні ресурси для розробки стратегії. Розглядаючи інформаційне забезпечення як центральну і невід'ємну частину загального процесу розробки стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС, в якості основи для запропонованої класифікації потоків документації покладений принцип їх участі у виконанні основних функцій управління (аналіз – орієнтація, вибір і прийняття управлінського рішення, в тому числі планування, організація, облік, контроль і регулювання стратегії).

Такий підхід підпорядковує строгій логіці реалізацію поставленої мети:

1. Планово-економічна.
2. Техніко-технологічна (спеціальна).
3. Звітно-статистична.
4. Організаційно-правова.
5. Нормативно-довідкова.
6. Оперативна (організаційно-оперативна).

Перший розділ об'єднує планово-економічну і проектну документацію, яка реалізує функцію планування, куди включаються плани і проекти планів; плани-графіки, завдання, штатні розклади і кошторисно-фінансові розрахунки ефективності стратегії та ін.

Облік і контроль здійснює розділ звітно-статистичної документації, де представлені наступні документи: зведення, таблиці, наряди, звіти, довідки, відомості, списки, дані та ін.. Організаційно-правовий розділ реалізує функцію організації прийняття управлінських рішень і включає документи: розпорядження, накази, протоколи, посадові інструкції, договори, економічні претензії, стандарти, положення, обґрунтування, зауваження та ін.

Нормативно-довідковий розділ бере участь у реалізації функції аналізу і містить: норми і нормативи, преїскуранти, наряди, нормативні карти, цінники та ін. Організацію і аналіз здійснює оперативна (організаційно-оперативна) інформація, де можуть бути представлені: заявки, добові рапорти, баланси, розрахунки, аналіз, дані, заяви, висновки та ін.

Відзначимо, що як правило, звітно-статистична та оперативна групи характеризують інформацію першого рівня, здійснюючи документообіг знизу вгору; планово-економічна, техніко-технологічна (спеціальна), організаційно-правова і нормативно-довідкова групи направляють документи зверху вниз у структурі управлінської ієрархії.

Аналіз сучасного документообігу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» і відповідного формування потоків інформації дозволяє зробити такі основні висновки:

- існуючі потоки інформації не відповідають сучасним вимогам, які ставляться до системи управління в рамках АСУ;
- наявність невиправданого дублювання даних в переважній більшості документів гостро порушує питання про розробку критеріїв достатнього інформування на кожному управлінському рівні;
- заповнення багатьох форм документації є рутинною роботою;
- функціонуюча інформація вимагає методичної уніфікації і розробки ефективної організації структури управління.

Важливою частиною аналізу інформаційної системи ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» є розподіл функцій для формування управляючої системи.

Для розробки інформаційної системи забезпечення реалізації стратегії виходу компанії на ринок ЄС необхідно чітко уявити функції управління, які виконує кожен структурний підрозділ.

Виходячи з відповідного набору тих чи інших функцій, формується вхідна і вихідна документація, утворюються потоки інформації, які дозволяють на різних рівнях приймати відповідні управлінські рішення.

Типове положення і посадові інструкції керівникам структурних підрозділів є основними документами, які визначають з достатньою повнотою цілі, завдання, функції по відділах і підрозділах підприємства. В кожній виробничій одиниці виділені головне завдання, основні функції, права та обов'язки керівника.

Однак даний підхід до визначення функцій кожної виробничої одиниці не дає можливості виділити і конкретизувати діяльність відділу за конкретними функціями управління, тому в процесі аналізу весь перелік наведених в «Положенні» функцій був розділений на п'ять основних функцій управління:

організація, планування, аналіз, облік, контроль відповідно до логіки управляючої системи.

Такий підхід дозволяє конкретизувати діяльність кожної структурної одиниці, представити діяльність її працівників відповідно до перерахованих функцій управління.

У ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» розроблена та впроваджена система стратегічного управління та планування, проте, на нашу думку, особливу увагу слід приділити плануванню ефективності стратегії виходу компанії на ринок ЄС.

Вся планова робота щодо удосконалення стратегічного управління, на нашу думку, має розпочинатися із встановлення орієнтаційних критеріїв діяльності підприємства та виділення з їхньої сукупності ключових, що стануть підґрунтям політики розвитку компанії на європейському ринку вантажних перевезень автомобільним транспортом.

На цьому етапі важливо визначити моменти, які потребують врахування:

- забезпечення взаємозв'язку між плановими цілями;
- конкретизація планів і їх максимальне наближення до реальності і практичного втілення;
- уникнення абстрактності, зменшення жорсткості і схематичності планів;
- одночасна розробка кількох варіантів планів з моделюванням сценарію розвитку подій, враховуючи прогнозовані чинники впливу;
- посилення уваги на ключові результати, господарської діяльності;
- врахування динамічності ринкових умов, технологічних, технічних і соціальних зрушень через адаптивність планів;
- перехід від «мислення категоріями витрат виробництва» до «мислення, що відштовхується від результату»;
- повідомлення планових завдань кожному працівникові на всіх рівнях управління;
- достатня кваліфікованість і надійність розробників та виконавців планів.

Отже, підприємство, яке має у своєму арсеналі досконалий механізм стратегічного управління, може не боятися змін, оскільки заздалегідь розробляє альтернативні варіанти планів.

Далі наведемо основні етапи формування стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС:

1. Формування цінової політики.

У ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринку ЄС ціни на послуги міжнародних автомобільних перевезень є порівняно нижчими, ніж у конкурентів, що дозволить застосовувати стратегію «проникнення на ринок».

Відповідно до цієї стратегії, компанія встановить порівняно низьку ціну, основною метою чого буде залучення великої кількості компаній-спожитвачів послуг, що дозволить завоювати значну частку ринку.

Основний вплив на зміну ціни будуть здійснювати умови надання послуг, які зазначаються у контракті.

2. Вибір каналів збуту. Для ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС нами обрано прямий канал збуту послуг (канал нульового рівня – «виробник-споживач»). Компанія, зацікавлена у отриманні послуг, буде зв'язуватись із представниками компанії та отримувати детальну інформацію про ціни, умови надання послуг, наявні види транспорту, їх технічні характеристики, можливі умови надання послуг та терміни, а також умови оплати ціни, вказаної у контракті.

3. Просування. Оскільки ринок міжнародних вантажних перевезень автомобільним транспортом відноситься до ринку послуг, а не товарів, методи просування значно відрізняються від тих, що використовуються для просування товарів споживчого призначення.

Основною метою компанії повинна бути участь у найбільших міжнародних спеціалізованих виставках, в яких беруть участь великі транспортні компанії, які мають рухомий вантажний склад. Це дозволить

спростити пошук потенційних компаній-споживачів транспортних послуг та підняти рівень обізнаності на ринку серед цільової аудиторії.

Також на замовлення компанії буде розроблено та встановлено білборди у столиці Італії – Римі, основним завданням яких буде розповсюдження інформації про діяльність компанії на ринку ЄС. Такий вибір країни обумовлений наступним:

- Італія є країною ЄС, яка є лідером з розвитку економіки, промисловості, зовнішньої торгівлі, отже, попит на транспортні послуги для міжнародних перевезень продукції є високим;
- між Україною та Італією встановлено стійкі торговельні зв'язки, і країна входить до трійки країн-лідерів з експорту та імпорту продукції.

Для роботи з потенційними компаніями-замовниками буде розроблено та вироблено сувенірну продукцію (канцелярські товари) із фірмовим стилем: найменуванням компанії, адресою та контактами головного офісу. Ця продукція буде розповсюджуватись на виставках, а також даруватись для клієнтів компанії.

Підсумовуючи вищенаведені компоненти стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС, сформуємо єдину стратегію у вигляді схеми (рис. 3.3).

<i>Цільовий ринок</i>	Європейський ринок вантажних перевезень, сегмент - автомобільні перевезення вантажів
<i>Цільова аудиторія</i>	Європейські компанії, які експортують та імпортують продукцію
<i>Позиціонування по відношенню до конкурентів</i>	Фахівець «нішер»
<i>Цінова політика</i>	Стратегія «проникнення на ринок»
<i>Канал збуту</i>	Канал нульового рівня «виробник-споживач»
<i>Просування</i>	Участь у міжнародних спеціалізованих виставках компаній, які мають рухомий склад; реклама, Інтернет-просування

Рис. 3.3. Потенційні стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС

Отже, основні складові стратегії відображені на рис. 3.3. На основі обраних стратегій ціноутворення, цінової політики, каналів збуту та методів просування компанія «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» буде реалізовувати послуги з міжнародних перевезень вантажів автомобільним транспортом.

3.2. Планування та організація процесу виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на ринок ЄС

Як вже було зазначено, для виходу на європейський ринок ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» обрало послуги з міжнародних вантажних перевезень автомобільним транспортом. Докладніше асортимент послуг, які будуть представлені на ринку, подано в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Асортимент послуг ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на європейському ринку вантажних перевезень автомобільним транспортом

Види послуг	Асортимент
Послуги із ввезення продукції на територію ЄС	Харчова продукція
	Будівельні матеріали
	Сільськогосподарська продукція
	Деревина
Послуги із вивезення продукції з території ЄС	Обладнання, устаткування
	Одяг, взуття
Внутрішні перевезення вантажів у межах ЄС	Рідина
	Тверді матеріали

Цінова політика підприємства спрямована на отримання рентабельності на рівні 35%, оскільки першим завданням підприємства є завоювання своєї ніші. Стратегія ціноутворення – «собівартість+прибуток».

ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» з метою виходу на європейський ринок міжнародних вантажних перевезень автотранспортом повинне використовувати наступні рекламні засоби:

1. Візуальна реклама.

Така реклама повинна передбачати:

- біл-борди в тих містах, де буде працювати компанія;
- реклама вздовж автомобільних шляхів.

2. Реклама у ЗМІ та Інтернет-мережі.

Хоча даний вид реклами є найдорожчим, проте, на нашу думку, частину рекламного бюджету ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» варто направити саме на цей вид реклами, оскільки клієнти шукають інформацію про транспортні послуги в друкованих ЗМІ, а також є активними користувачами мережі Інтернет. В цьому випадку підприємство може розмішувати свої рекламні банери в мережі Інтернет, і саме цей інструмент є порівняно недорогим.

3. Спеціалізовані міжнародні виставки транспортних компаній, які мають рухомий склад. За результатами таких виставок підприємство також зможе отримати результати щодо тих видів послуг, які користуються найбільшим попитом, а також з'ясувати, які саме характеристики послуг з низьким попитом не сподобалися споживачам.

4. Інформація у спеціалізованих виданнях.

Для цього підприємство повинне періодично розмішувати статті про своє підприємство та послуги у спеціалізованих журналах та газетах, описувати технологію надання послуг, їх переваги та види й технічні характеристики рухомого складу. Отже, важливим інструментом просування послуг ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на європейському ринку міжнародних вантажних перевезень автомобільним транспортом є виставкова діяльність. Виставки являють собою універсальний, багатоцільовий інструмент маркетингу. Вони відображають стан і перспективи розвитку конкретного ринку послуг в глобальному або локальному контексті (в залежності від виду виставки: міжнародна, регіональна), збираючи разом постачальників, покупців, фахівців з науки, представників державної влади і ЗМІ.

Участь в міжнародних виставках підвищує популярність, конкурентоспроможність підприємства на ринку ЄС, а також дає можливість

забезпечити успішний подальший розвиток підприємства і проникнення на нові зарубіжні ринки.

Невід'ємною частиною комплексного міжнародного маркетингу є участь в різних зарубіжних виставках. В ході таких заходів можуть бути досягнуті різні підприємницькі цілі. По-перше, відвідування виставок за кордоном є одним з найефективніших інструментів презентації підприємства та його послуг, а по-друге, воно надає дуже зручну можливість встановити особисті контакти з клієнтами.

Складно переоцінити важливість особистих довірчих відносин, які складаються між діловими партнерами при прийнятті ключових рішень. Близькість до покупця і вміння налагодити з ним контакт стають важливим стратегічним чинником успіху як на внутрішніх, так і на міжнародних ринках. Відвідування зарубіжних виставок дозволить ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» домогтися комплексного позитивного ефекту: отримати актуальну інформацію про зміни, темпи і напрямки розвитку галузі.

Важливою особливістю, яка характеризує участь в подібних заходах, є можливість діяти на «чужій території». Компанія не розшукує клієнта самостійно, вона лише організовує свою експозицію, а потенційні споживачі відвідують її самостійно. При цьому зробити відвідувачів клієнтами - непросте завдання, що вимагає високопрофесійного підходу. Саме ця конвертація потенційних споживачів в реальних клієнтів і є ключовим показником успішної участі у виставці.

Клієнту участь у виставці дозволяє отримати доступ до величезного розмаїття послуг, зібраних в одному місці. Універсалізм подібних заходів дозволяє кожному підібрати саме те, що необхідно.

Форма участі вибирається відповідно до індивідуальних завдань та фінансових можливостей компанії. Існує кілька варіантів:

- стандартний індивідуальний стенд;

- індивідуальний стенд з тематичними експонатами і приміщенням для роботи стендистів;
- колективна експозиція (як правило, разом представляються підприємства окремих регіонів) за участю в семінарах, «круглих столах» та презентаціях;
- рекламно-інформаційний стенд з каталогами, проектами та іншою інформаційною літературою, з пакетами бізнес-пропозицій і рекламою;
- «діловий візит» - участь у виставці в якості відвідувача, що включає в себе відвідування всіх необхідних заходів;
- заочна участь - поширення на виставці інформаційних і рекламних матеріалів компанії з розміщенням даних у офіційному каталозі заходу.

Вибрати виставку, в якій ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» доцільно брати участь, досить важко - адже в світі щороку проводиться безліч подібних заходів. Є ряд ключових для відповідних галузей промисловості виставок, проте є й велика кількість заходів, користь від участі в яких не очевидна з першого погляду. Скласти повне уявлення про ту чи іншу виставку можна лише після її відвідування, тому багато компаній прагнуть використовувати всі можливості для участі у виставкових заходах не лише в своїй країні, а й за кордоном.

Однак перш, ніж починати підготовку до поїздки, потрібно отримати інформацію по ряду ключових питань. Важливо правильно оцінити масштаби виставки, дізнатися, які очікуються відвідувачі і учасники. Корисно також порівнювати виставку з іншими заходами за подібною тематикою, які очікуються в майбутньому. Щоб зібрати всі дані, необхідні для прийняття виваженого рішення, можна порадитися з фахівцями відділу збуту.

Досить складно оцінити, яким чином участь у виставці позначиться на підвищенні престижу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», тому рішення про це часто приймаються швидше інтуїтивно. Проте, підвищити ефективність участі можна за допомогою ряду PR-заходів, які доповнять власну експозицію компанії.

Приймаючи рішення про участь у виставковому заході, потрібно враховувати і час його проведення - важливо, щоб виставка не суперечила виробничим планам і не заважала брати участь в інших корисних заходах.

Не варто брати участь у виставках лише тому, що там будуть інші компанії. Рішення варто приймати на основі ретельних досліджень, адже участь у заході відніме не лише час, а й фінансові ресурси. Корисно визначити критерії успішної участі у виставці для компанії, які потім буде зручно використовувати для оцінки ефективності вже минулих заходів. Не потрібно забувати і про те, що з часом стан справ може змінюватися, і виставка, участь в якій була дуже успішним кілька років тому, може вже не принести бажаного результату.

Щоб оцінити, наскільки доречно участь в тій чи іншій виставці, потрібно відповісти на кілька запитань:

1. Які завдання потрібно буде вирішити в ході виставки?
2. Чи потрібно представити нові послуги?
3. Чи важливо оновити імідж компанії?
4. Чи є зацікавленість в прямих продажах?
5. Чи важливо досліджувати ринок для нової послуги?
6. Чи варто ставити перед компанією завдання розширення мережі?
7. Яке коло цільових споживачів послуг перевезення?
8. Які виставки відвідують кращі клієнти?
9. Які регіони найбільш перспективні?
10. Які виставки найкраще вписуються в бюджетний план компанії?
11. Які заходи зможуть підвищити продажі послуг перевезень в проблемних регіонах?

Таким чином, можна встановити критерії, які дозволять аналізувати різні виставки. Корисно оцінити кількість можливих відвідувачів стенду компанії, а також число потенційних замовників послуг з міжнародних вантажних перевезень автомобільним транспортом на ринку ЄС.

Для того, щоб компанія отримувала найкращі місця на виставкових заходах, корисно заздалегідь підтверджувати рішення про участь, а також регулярно брати участь в різних виставках.

В таблиці 3.3 наведемо план рекламної кампанії ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на рік.

Таблиця 3.3

План рекламної кампанії ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на 2019 рік

Види рекламних заходів	Місяці року											
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
1. Візуальна реклама:												
<i>біл-борди</i>												
<i>реклама у торговельних мережах</i>												
2. Реклама у ЗМІ												
3. Реклама в мережі Інтернет												
4. Участь у виставках												
5. Розповсюдження інформації у фахових виданнях												

Джерело: власна розробка автора

Як бачимо, реклама в мережі Інтернет повинна розміщуватись постійно, оскільки вона не вимагає особливих фінансових витрат, проте має позитивний ефект впливу на свідомість потенційних споживачів.

Біл-борди та виставки, на нашу думку, варто реалізувати у період свят, коли споживачі найбільше користуються послугами перевезення.

Також зазначимо, що розповсюдження інформації про підприємство та його продукцію у фахових спеціалізованих виданнях принесе свої результати: найбільші компанії зможуть отримати необхідну інформацію про нового гравця на ринку міжнародних вантажних перевезень автотранспортом ЄС, матимуть бажання ознайомитись з асортиментом послуг та технічними характеристиками рухомого складу. Таким видом реклами повинні займатись не лише працівники відділу маркетингу та реклами ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»: підприємство повинне залучити до написання необхідних матеріалів спеціалістів, які не лише опишуть всі переваги послуг, але й врахують національні аспекти щодо вибору послуг (ціна, якість, технічні характеристики транспорту і т.д.).

Отже, використання вищеперерахованих рекламних методів дозволить досліджуваному підприємству зайняти свою нішу на європейському ринку міжнародних вантажних перевезень автотранспортом.

3.3. Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів

Для розрахунку ефективності обраної стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на європейський ринок міжнародних вантажних перевезень автотранспортом буде використовуватись наступний алгоритм:

1. Визначення планової собівартості маркетингового дослідження.
2. Розрахунок витрат на оплату праці виконавців дослідження.

3. Розрахунок витрат на матеріали необхідні для проведення досліджень.

4. Розрахунок вартості офісного та спеціального обладнання. Розрахунок амортизаційних відрахувань на виконання дослідження.

5. Розрахунок інших прямих витрат на виконання дослідження.

6. Складання планової калькуляції кошторисної собівартості маркетингового дослідження.

7. Розрахунок витрат на комплекс заходів для просування послуг.

8. Порівняння здійснених витрат на розробку даної стратегії з плановими доходами від її реалізації.

1 етап.

Трудовитрати на виконання окремих етапів дослідження. Результати розрахунків представлені у таблиці 3.4

Таблиця 3.4

Трудовитрати на виконання окремих етапів дослідження європейського ринку міжнародних вантажних перевезень автотранспортом

Етапи дослідження	Трудовитрати за категоріями виконавців, людино-днів	
	Відповідальний виконавець етапу дослідження	Маркетолог-дослідник (2)
1. Визначення проблеми та формулювання цілей маркетингового дослідження	1	2
2. Аналіз мікро- та макромаркетингового середовища	2	7
3. Розробка опитувальної анкети	1	2
4. Апробація анкети	2	10
5. Підведення підсумків дослідження	1	2
6. Формування стратегії виходу компанії на ринок міжнародних вантажних	1,5	3

перевезень автотранспортом ЄС		
7. Розрахунок ефективності стратегії	1	2
Разом	9,5	28

У табл. 3.4 представлені основні етапи дослідження, які необхідно реалізувати для формування стратегії виходу компанії на новий ринок. Відповідальним виконавцем етапу дослідження виступає автор дослідження, реалізаторами етапів дослідження є маркетинголог-дослідник, який працює у відділі маркетингу компанії.

Загальна кількість необхідних людино-днів на реалізацію проекту становить 28 для кожного з маркетингологів та 9,7 - для відповідального виконавця.

Наступною витратною складовою є витрати на оплату праці виконавців дослідження. Результати розрахунків представлено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунок витрат на оплату праці

Посада виконавця	Планові трудовитрати, людино-днів	Розрахунок витрат на оплату праці, грн.		
		Посадовий місячний оклад	Середньоденна оплата	Разом
1. Відповідальний виконавець етапу дослідження	9,7	8000	381	3692
2. Маркетинголог- дослідник	28	6000	286	8008
Разом				11700,00

За результатами проведених розрахунків було визначено, що загальна сума заробітної плати, що буде нарахована учасникам дослідження, становитиме 11700 грн.

Для більш детального аналізу європейського ринку міжнародних вантажних перевезень автотранспортом для маркетологів-дослідників необхідно придбати звіт консалтингової компанії Freedonia Group «World Mining Equipment Market». Його вартість – 6121 дол. США, що у перерахунку у гривневому еквіваленті, за курсом НБУ долар/гривня 1\$=27,891641 грн., складатиме 170730 грн., і дані витрати будуть включені у підсумкову таблицю при калькуляції загальних витрат.

У таблиці 3.6 представлено розрахунок амортизаційних відрахувань на виконання дослідження. Розрахунок здійснювався на основі калькуляції амортизаційних відрахувань у розмірі 2,083%, за умови використання маркетологами основних засобів, наявних у відділі маркетингу компанії. До статей було включено лише основне обладнання та офісні меблі, відсутність яких ускладнювала би здійснення необхідної роботи.

Таблиця 3.6

Розрахунок амортизаційних відрахувань на виконання дослідження

Основні засоби	Кількість	Загальна балансова вартість на початок періоду експлуатації	Місячна норма амортизації, %	Кількість місяців експлуатації	Сума амортизаційних відрахувань, грн.
1. Ноутбук HP ProBook 450	3	8868,00	2,083	1	184,72
2. МФУ HP LaserJet Pro M1536dnf	1	3852,00	2,083	1	80,24
3. Офісні меблі:					
Стілець	3	825,00	2,083	1	17,18
Офісний стіл	3	939,00	2,083	1	19,56
Шафа офісна	2	1266,00	2,083	1	26,37
Разом	12	15750,00	-	1	797,37

Результати розрахунків витрат за всіма наведеними калькуляційними статтями наведено у зведеній таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Планова калькуляція кошторисної собівартості дослідження

Калькуляційні статті витрат	Сума	
	грн.	% від загальних витрат
1. Оплата праці виконавців дослідження	11700,00	1,45
2. Матеріали для виконання дослідження	170730,00	21,10
3. Офісне та спеціальне устаткування (амортизація основних засобів)	797,37	0,10
4. Інші прямі витрати	625891,00	77,35
Разом	809118,37	100,0

Отже, на основі проведених розрахунків було виявлено, що загальна сума витрат на оплату праці виконавцям дослідження, придбання матеріалів для виконання досліджень, здійснення амортизаційних відрахувань та інших прямих витрат, становитиме 809118,37 грн. При цьому найбільшу частку витрат складуть прямі витрати (рис. 3.4).

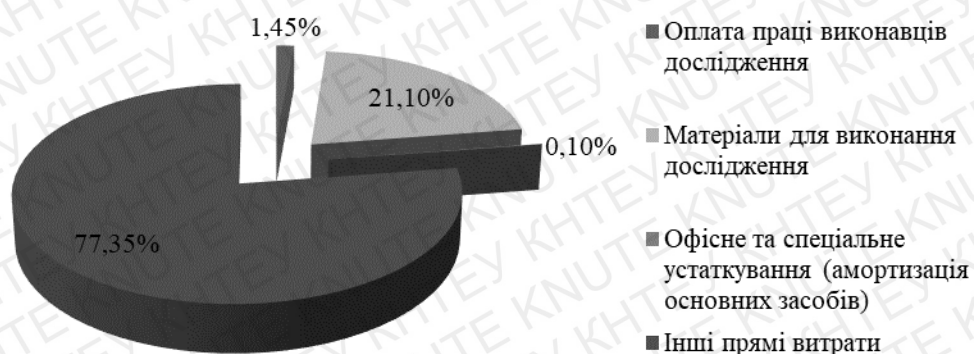


Рис. 3.4. Структура витрат на проведення дослідження європейського ринку міжнародних вантажних перевезень автотранспортом працівниками компанії ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», %

У таблиці 3.8 приведено розрахунки за статтею «Інші витрати», до яких входять витрати на службові відрядження до Італії, які були здійснені впродовж проведених маркетингових досліджень, основною метою яких був аналіз тенденцій на ринку та проведення бізнес-зустрічей з потенційними компаніями-споживачами послуг ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС».

Припускається, що у відрядженні була проектна група, що складалась з маркетолога на чолі з відповідальним виконавцем досліджень та комерційним директором – 3 особи. Загальна сума витрат за статтею склала 625891 грн.

Таблиця 3.8

Інші прямі витрати на виконання дослідження

Інші прямі витрати	Розрахунок витрат на відрядження, грн.		Разом, грн.
	Кількість відряджень	Вартість (1 відрядження в день)	
Витрати на службові відрядження:			
1. Квитки на літак, шт.	12	26106,00	313272,00
2. Проживання у готелі, днів	10	32994,00	329940,00
3. Оренда авто Toyota Camry	10	697,90	6979,00
Разом	-	29575,90	625891,00

Розрахунок витрат на комплекс заходів для просування послуг.

При розробці стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на європейський ринок міжнародних вантажних перевезень автотранспортом одним із компонентів у алгоритмі було просування послуг на ринок. Було визначено, що найбільш дієвим варіантом (на ринку послуг) є участь компанії у міжнародних спеціалізованих виставках.

У табл. 3.9 до даного варіанту додано витрати на розташування білбордів у перші 2 квартали виходу компанії на ринок, а також витрати на виробництво сувенірної продукції, яка здебільшого буде розповсюджуватись при підписанні контрактів на надання послуг.

Таким чином, загальні витрати на проведення дослідження ринку складуть 1035102,37 тис. грн. Очікуваний (плановий) дохід (чистий прибуток) від надання послуг заплановано на рівні 1382017,63 грн.

Отже, беручи до уваги проведені вище розрахунки, можна розрахувати ефективність обраної стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на європейський ринок міжнародних вантажних перевезень автотранспортом:

$$E = \frac{1382017,63}{1035102,37} = 1,34. \quad (3.1)$$

Таблиця 3.9

Плановий кошторис витрат на комплекс просування

Заходи для просування продукції компанії	Загальні витрати, грн.	Розподіл витрат за періодами життєвого циклу проекту, грн.			
		I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
		2019 рік			
1. Виставки	10000,00				
2. Візуальна реклама (білборди), 3 шт.:	196560,00	98280,00	98280,00	x	x

розміщення	46800,00	23400,00	23400,00	x	x
монтаж	7020,00	3510,00	3510,00	x	x
виробництво (друк)	11700,00	5850,00	5850,00	x	x
3. Виробництво сувенірної продукції:	19424,00				
ручка металева (100 шт.)	4012,00	1003,00	1003,00	1003,00	1003,00
тека для документів (50 шт.)	10826,00	10826,00	x	x	x
щоденник датований, 100 шт.	4586,00	4586,00	x	x	x
Разом	225984,00				

Оскільки отриманий коефіцієнт більше 1, запропонована стратегія є ефективною та вигідною для компанії з економічної точки зору.

Таким чином, підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що для розширення меж діяльності, після успішного виходу на ринок та отримання компанією доходу у перший рік діяльності, пропонуємо змінити конкурентну стратегію з обраної на першому етапі «фахівець (нішер)» на стратегії «лідер» або «челенджер» для охоплення більшої долі ринку.

Розширення діяльності можна здійснити шляхом внесення змін до пропонованих на ринку послуг, розширивши їх асортимент.

Висновки до розділу 3

1. При визначенні потенціалу компанії на ринку ЄС було визначено, що їй необхідно обрати стратегію використання сильних сторін та реалізації існуючих можливостей. У ході формування стратегії виходу компанії на ринок було розроблено алгоритм на основі комбінації теоретичних підходів розроблених Котлером Ф. та Ламбенем Ж.-Ж.

При розгляді основних форм виходу компаній на ринок було зроблено припущення, що пріоритетним для компанії є вихід на ринок шляхом прямого експорту. У ході формування стратегії було деталізовано,

що прямий експорт буде відбуватись через наявний експортний відділ компанії, така форма виходу значно зменшить витратну частину на впровадження стратегії та дасть змогу отримати компанії порівняно високий чистий дохід від здійсненої операційної діяльності, який можна буде використати в подальшому на відкриття власного представництва у столиці Італії.

2. Вирішено обрати для компанії стратегію фахівця «нішера», що дасть змогу сконцентрувати потенціал компанії на збуті послуг на європейському ринку міжнародних вантажних перевезень автотранспортом та поступово переходити на стратегію лідерства або челенджера, що дозволить охопити більшу долю ринку.

Було обрано цінову стратегію «проникнення на ринок», що дозволить компанії реалізувати свої конкурентні переваги. На основі обраного алгоритму було схематично формалізовано стратегію виходу компанії на ринок беручи до уваги основні аспекти.

3. В результаті проведеного дослідження, яке дозволило сформувати єдину пріоритетну стратегію виходу компанії на ринок, було розраховано ефективність. Для розрахунку ефективності в основу розрахунків брався запропонований алгоритм, в ході якого відбувався розрахунок витрат компанії понесених на впровадження даної стратегії: витрати на дослідження ринку, витрати на просування послуг, інші витрати, до яких входили відрядження групи маркетологів до Риму.

Було розраховано планові показники доходів від операційної діяльності. Результатом роботи стало порівняння витрат на впровадження стратегії та отриманого чистого доходу від операційної діяльності, що дозволило зробити висновок про ефективність впровадження даної стратегії.

ВИСНОВКИ

Дослідивши теоретичні та практичні засади організації та планування міжнародних перевезень автомобільним транспортом, було зроблено наступні висновки та пропозиції щодо розроблення стратегії виходу ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» на європейський ринок міжнародних вантажних перевезень автотранспортом:

1. Економіка автомобільного транспорту розглядає взаємозв'язок технічних, експлуатаційних і економічних показників роботи автотранспорту з історичними та технологічними умовами і факторами, що впливають на ефективність використання матеріально-технічної бази, основних засобів, капітальних вкладень, інвестицій. При оцінці ефективності за допомогою цих показників потрібно враховувати вплив на них значного числа суб'єктивних і об'єктивних факторів.

Для оцінки ефективності використання транспортних засобів в міжнародних перевезеннях можна використати і загальноприйняті показники: продуктивність праці та собівартість перевезень та величину транспортних витрат, що приходить на одиницю виконуваних робіт. Ефективність є мірою як економічності, так і результативності використання ресурсів - праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, часу, інформації і т.д. - при виробництві товарів і послуг, які задовольняють запити і вимоги споживачів.

2. Основними елементами системи транспортного обслуговування міжнародних перевезень є безпосередньо транспорт та транспортні підприємства, експедиторські компанії, а також підприємства технічного обслуговування транспортних засобів та обслуговування вантажів. Світовий ринок транспортних послуг динамічно розвивається, експорт послуг з автомобільних вантажних перевезень знизився у 2015-2016 рр.,

проте у 2018 р. він зріс. Що стосується імпорту даних послуг на світовому ринку, то його величина мала подібну динаміку.

Лідируючі позиції в сегменті автомобільних перевезень в Центральній Європі займає Польща: парк налічує понад 150 тисяч автомобілів. За даними Євростату, протягом останніх років у країнах ЄС відбулось поступове зростання обсягів вантажних перевезень автомобільним транспортом. Лідерами на європейському ринку вантажних автомобільних перевезень є Польща, Нідерланди та Німеччина. Серед чинників, активно впливають на ринок транспортно-логістичних послуг (ТЛУ) розвинених країн світу - поточний стан світової торгівлі.

5. За результатами проведеного аналізу доведено, що фінансові результати від операційної діяльності ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» мали додатне значення, проте негативним моментом є зменшення його величини у 2016 р. Результатом цього стало отримання прибутку лише у 2014-2015 та 2017 рр., а у 2013 та 2016 рр. її господарська діяльність була збитковою.

Для підприємства існують загрози подальшого погіршення його фінансового стану, оскільки витрати на здійснення господарської діяльності зростають швидкими темпами. Фінансовий стан досліджуваного підприємства був нестійким у 2016 р., що викликано його збитковою діяльністю та неефективним управлінням фінансовими ресурсами.

6. ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» здійснює транспортування вантажу від пункту відправлення до пункту призначення; супровід протягом усього шляху слідування; проходження митного контролю; оформлення страхового договору. Першим етапом є планування перевезення вантажу. Перед тим, як займатися доставкою вантажу, компанія отримує замовлення, визначає тип перевезення, необхідний для перевезення даного вантажу, визначає, як і куди його необхідно вантажити, вид автомобільного транспорту.

Наступним етапом є організація доставки. Цей етап характеризується оформленням договорів і підготовкою документаційної бази для поставки вантажу на імпорт або на експорт, а також оформленням вантажу згідно законів про перевезення вантажів. Наступний етап - контроль руху та прийом-передача вантажу. ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» має великий досвід роботи з міжнародними вантажними перевезеннями, що підтверджує точність доставок за термінами договору.

7. За результатами аналізу величини та динаміки активів підприємства відзначено, що їх величина зросла у 2015-2016 рр. на 36045 та 13894 тис. грн. відповідно, проте у 2014 та 2017 рр. вони зменшилась відповідно на 5202 та 467 тис. грн. У 2015 р. зростання вартості пасивів зумовило збільшення величини власного капіталу та довгострокових зобов'язань та забезпечень, а у 2016 р. – довгострокових та поточних зобов'язань та забезпечень.

Обсяги вантажних перевезень продукції зменшились у 2017 р., що було зумовлено загостренням політичної та економічної ситуації в Україні (анексія Криму, загострення конфлікту на сході України), а частка міжнародних вантажних перевезень в загальній структурі вантажних перевезень досліджуваного підприємства у 2016 р. зменшилась. Чистий дохід (виручка) від вантажних перевезень зростала у 2014-2016 рр., проте у 2017 р. його величина зменшилась на 283 тис. грн.

ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», здійснюючи міжнародні вантажні перевезення продукції до зарубіжних країн, найбільшу частку перевозить до Німеччини. В компанії основна проблема полягає у визначенні оптимального транспорту, маршруту, зменшення витрат замовника, збільшенні власного прибутку. Дане питання є дуже актуальним для досліджуваної компанії.

8. ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС», на нашу думку, буде доцільно використати стратегію фахівця («нішера») на ринку ЄС, оскільки вихід запланований з однією категорією послуг, що дозволить, просуваючи цю послугу, акцентувати увагу на її характеристиках, в той час коли конкуренти, які вже працюють із компаніями-споживачами на ринку, націлені на декілька сегментів (перевезення пасажирів та вантажів, використання інших видів транспорту).

Однією із умов ефективної стратегії виходу компанії на ринок ЄС є належне інформаційне забезпечення, що надасть необхідні інформаційні ресурси для розробки стратегії. Важливою частиною аналізу інформаційної системи ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» є розподіл функцій для формування управляючої системи. У ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС» розроблена та впроваджена система стратегічного управління та планування, проте, на нашу думку, особливу увагу слід приділити плануванню ефективності стратегії виходу компанії на ринок ЄС.

9. Основною метою компанії повинна бути участь у найбільших міжнародних спеціалізованих виставках, в яких беруть участь великі транспортні компанії, які мають рухомий вантажний склад. Це дозволить спростити пошук потенційних компаній-споживачів транспортних послуг та підняти рівень обізнаності на ринку серед цільової аудиторії. Участь в міжнародних виставках підвищує популярність, конкурентоспроможність підприємства на ринку ЄС, а також дає можливість забезпечити успішний подальший розвиток підприємства і проникнення на нові зарубіжні ринки.

Клієнту участь у виставці дозволяє отримати доступ до величезного розмаїття послуг, зібраних в одному місці. Універсалізм подібних заходів дозволяє кожному підібрати саме те, що необхідно. Приймаючи рішення про участь у виставковому заході, потрібно враховувати і час його

проведення - важливо, щоб виставка не суперечила виробничим планам і не заважала брати участь в інших корисних заходах.

Реклама в мережі Інтернет повинна розміщуватись постійно, оскільки вона не вимагає особливих фінансових витрат, проте має позитивний ефект впливу на свідомість потенційних споживачів. Розповсюдження інформації про підприємство та його продукцію у фахових спеціалізованих виданнях принесе свої результати: найбільші компанії зможуть отримати необхідну інформацію про нового гравця на ринку міжнародних вантажних перевезень автотранспортом ЄС, матимуть бажання ознайомитись з асортиментом послуг та технічними характеристиками рухомого складу.

10. Для розрахунку витрат на проведення дослідження європейського ринку було зроблено певні припущення: загальна кількість необхідних людино-днів на реалізацію проекту становить 28 для кожного з маркетингологів та 9,7 - для відповідального виконавця. За результатами проведених розрахунків було визначено, що загальна сума заробітної плати, що буде нарахована учасникам дослідження, становитиме 11700 грн. На основі проведених розрахунків було виявлено, що загальна сума витрат на оплату праці виконавцям дослідження, придбання матеріалів для виконання досліджень, здійснення амортизаційних відрахувань та інших прямих витрат, становитиме 809118,37 грн.

Загальні витрати на проведення дослідження ринку складуть 1035102,37 тис. грн. Очікуваний (плановий) дохід (чистий прибуток) від надання послуг заплановано на рівні 1382017,63 грн. Оскільки отриманий коефіцієнт більше 1, запропонована стратегія є ефективною та вигідною для компанії з економічної точки зору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про автомобільні дороги» від 08.09.2005 № 2862-IV.
2. Закон України «Про дорожній рух» від 30.06.1993 № 3353-XII.
3. Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_845.
4. Конвенція про договір міжнародного дорожнього перевезення вантажів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_234.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про Правила дорожнього руху» від 10.10.2001 № 1306.
6. Абрамцова Т., Авер'янова Є., Богданов В., Василенко В., Діброва Н Зовнішньоекономічна діяльність: Консультації. Роз'яснення спеціалістів міністерств та відомств. Нормативна база. Первинна документація:Практ. керівництво - Д. : ТОВ «Баланс-Клуб», 2006. – 175 с.
7. Алексеева Т.І. Міжнародна торгівля: навч. посібник / Харківський національний економічний ун-т. - Х. : ХНЕУ, 2007. – 252 с.
8. Аничин Л. М. Розподіл матеріальних ресурсів як факторів підвищення ефективності їх використання / Л. М. Аничин, М. Г. Дрощенко, М. Т. Лебідь, В. П. Філатов // Вісник ХДАУ. – 2001. – № 5. – С. 122–130.
9. Білоус А.Б. Організація міжнародних автомобільних перевезень [Текст] : конспект лекцій : навч. посіб. / А. Б. Білоус, Г. В. Півторак, М. М. Жук ; Нац. ун-т "Львів. політехніка", Ін-т

дистанц. навчання. - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. - 131 с. - (Серія "Дистанційне навчання" ; № 63). - Бібліогр.: с. 126.

10. Бовтрук Ю.А. Вступ до спеціальності «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»: навч. посібник / Міжрегіональна академія управління персоналом. - К. : МАУП, 2007. – 153 с.

11. Бондарєв С.І. Організація міжнародних автомобільних перевезень [Текст] : навч. посіб. / Бондарєв С. І. ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. - Київ : Компрінт, 2017. - 428 с

12. Борисова Т.М. Конкурентна стратегія на міжнародному ринку: сутність, основні характеристики та види / Т.М. Борисова // Вісник ХНУ. – 2010. - № 2. – Т. 1. – С. 156-160.

13. Бурковський І. Д. Організаційно-економічне обґрунтування системного оновлення та ефективного використання транспортних засобів у сільському господарстві / І. Д. Бурковський, І. В. Кушнір, І. І. Червен, О. В. Шебаніна. – Миколаїв : МДАУ, 2006. – 165 с.

14. Бутенко Н. В. Маркетинг: Підручник.- К.: Атіка, 2008. - 300 с.

15. Веремеєнко В.Г. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / В.Г. Веремеєнко // Економічний форум. - 2014. - № 7. - С. 22-25.

16. Волинець Л. М. Вплив політичних рішень на міжнародні перевезення України / Л. М. Волинець // Вісник Національного транспортного університету. – 2015. – № 3. – С. 70-74.

17. Волинець Л. М. Моделі та стратегії забезпечення ефективності міжнародних перевезень пасажирів : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04 / Л. М. Волинець; Нац. трансп. ун-т. - К., 2009. - 20 с.

18. Гречана С. І. Розвиток транспортних зв'язків у міжрегіональному співробітництві / С. І. Гречана, І. А. Попова // Економіка України. – 2017. – № 4. – С. 56–66.

19. Гринь Я.О. Методичні підходи щодо оцінки ефективності міжнародних транспортних перевезень підприємств / Я.О. Гринь // Бізнес-навігатор. - 2013. - № 3(32). - С. 27-30.

20. Данільєва Ю. Г. Інтеграція України до ринку транспортних послуг країн ЄС / Ю. Г. Данільєва // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2017. – № 3. – С. 59-63.

21. Дубей В. Міжнародні автомобільні перевезення в країнах Європейського Союзу: виклики часу та пошук відповідей на них [Електронний ресурс] / В. Дубей, В. Маліченко // Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії. - 2015. - Вип. 26. - С. 190-193. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apvtvi_2015_26_69

22. Дудник О.С. Підвищення ефективності організації міжнародних вантажних перевезень [Текст] : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.22.01 / Дудник Олексій Сергійович ; Нац. трансп. ун-т. - Київ, 2015. - 21 с.

23. Єременко О. Деякі аспекти міжнародних автотранспортних перевезень / О. Єременко // Бізнес. Бухгалтерія. – 2011. – № 21. – С. 41–43.

24. Зіміна А. І. Пріоритети розвитку логістичної активності національної економіки в сучасному бізнес-середовищі / А. І. Зіміна // [Бізнес Інформ](#). - 2016. - № 2. - С. 88-95

25. Калініченко О.П. Рішення задач оперативного планування вантажних перевезень на автомобільному транспорті [Текст] : навч. посіб. / О. П. Калініченко ; Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. - Харків : ХНАДУ, 2015. - 139 с.

26. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: Навч. посіб. – 2-ге вид., переробл. – К.: ІВЦ “Видавництво «Політехніка»”, 2004. – 152 с.

27. Каніщенко О.Л. Методологія і практика міжнародного маркетингу в Україні: автореф. дис...доктора екон. наук: 08.00.02 / Олена Леонідівна Каніщенко. – К., 2008. – 27 с.

28. Каніщенко О.Л. Управління підприємством в умовах посилення нестабільності міжнародного ринкового середовища / О.Л. Каніщенко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2015. - № 1(30). – С. 154-162.

29. Кашканов В.А. Організація автомобільних перевезень [Текст] : навч. посіб / В. А. Кашканов, А. А. Кашканов, В. В. Варчук ; Вінниц. нац. техн. ун-т. - Вінниця : ВНТУ, 2017. - 138 с.

30. Кіндій М. В. Чинники та їх вплив на формування тарифів на міжнародні вантажні автомобільні перевезення[Електронний ресурс] / М. В. Кіндій, Я. В. Малиш // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. - 2014. - № 811. - С. 156-161. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2014_811_25

31. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К.: Знання-Прес, 2002. - 384 с.

32. Козар Л.М. Логістика вантажних перевезень у прикладах на залізничному та автомобільному видах транспорту [Текст] : навч. посіб. / Л. М. Козар, Є. В. Романович, Г. М. Афанасов ; Укр. держ. ун-т залізн. трансп. - Харків : УкрДУЗТ, 2016. - 206 с.

33. Ліманський А. Міжнародні орієнтації підприємств на сучасному ринку – маркетинговий аспект / А. Ліманський, Драбик І. // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. - № 10. – С. 27-31.

34. Луцик М. Відповідальність автомобільного перевізника при виконанні міжнародних перевезень вантажів / М. Луцик // Юридичний журнал. – 2007. – № 11. – С. 74–76.

35. Маркетинг: підручник / А. О. Старостіна [та ін.] ; ред. А. О. Старостіна. - К. : Знання, 2009. - 1071 с.

36. Маркетинговий менеджмент : підруч. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Хімджест, 2008. – 720 с.
37. Міжнародна економіка: Навчальний посібник / Солонінко К. С. - К.: Кондор, 2008.- 380 с.
38. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях[текст]: навч. посіб. / За ред. М. Барановської, Ю. Козака, С. Смычека, - К.: Центр учбової літератури, 2013. - 302 с.
39. Нагорний Є.В. Комерційна робота на автомобільному транспорті / Є.В. Нагорний, Н. Ю. Шраменко: підручник. – Харків: ХНАДУ, 2010. – 324 с.
40. Нікітіна З. Конвенції МДП (TIR COntentiOn): основні риси та можливості / З. Нікітіна // Адвокат. – 2004. – № 6. – С. 22–23.
41. Овсянникова Я. О. Фінансування транспортного сектору України: сучасний стан та перспективи розвитку / Я. О. Овсянникова // Финансовые услуги. – 2017. – № 2. – С. 34-37.
42. Організація міжнародних автомобільних перевезень вантажів [Текст] : навч. посіб. / [Пономарьова Н. В. та ін.] ; Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. - Харків : ХНАДУ, 2014. - 179 с.
43. Папаїка О.О. Зовнішньоекономічні зв'язки / О.О. Папаїка // Регіональна економіка. – 2011. - № 12. – С. 77-79.
44. Перебийніс В. І. Транспортний фактор забезпечення конкурентоспроможності продукції : монографія / В. І. Перебийніс, О. М. Помаз. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 187 с.
45. Петрик А. В. Формування транспортних систем в агропромисловому виробництві / А. В. Петрик; Нац. транспорт. ун-т. – К. : Політехніка, 2004. – 316 с.
46. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. / За заг. ред. В. Є. Москалюка. – К.: КНЕУ, 2005. – 384 с.

47. Планування діяльності підприємства: Опорний конспект лекцій / Н.Г. Грядунова, О.В. Пахлова., І.В. Тісагдіо, А.В. Семенькова – Дніпропетровськ: НМетАУ, 2009. - 56 с.
48. Планування та прогнозування в умовах ринку. – Навч. посіб./ За ред. В.Г. Воронкової. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 608 с.
49. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Н.Ю. Подольчак. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 400 с.
50. Порохня Ю.Л. Конкурентоспроможність підприємства та вплив на нього операційної стратегії / Ю.Л. Порохня // Економічні науки. – 2014. – Вип. 6. – С. 11-14.
51. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер ; [пер. с англ. И. Минервин.] – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
52. Портер М. Конкуренция: Пер. з англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. — 219 с.
53. Пригара О. Методика аналізу привабливості міжнародних товарних ринків в умовах глобалізації світогосподарських процесів / О. Пригара // Регіональний розвиток економіки. – 2014. - № 12. – С. 15-21.
54. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / [А. О. Старостіна, А. О. Длігач, В. А. Кравченко]; за ред. А. О. Старостіної. - К. : Знання, 2005. - 764 с.
55. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч . посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 384с.
56. Старостіна А.О. Міжнародні маркетингові дослідження та управління ризиками – важливі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – Вип. 26. – С. 14-26.

57. Старостіна А.О., Длігач А.О., Кравченко В.А. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий догляд, українська практика: Підручник / За ред. А.О. Старостиної. – К.: Знання, 2005. – 764 с.

58. Урусова Г. Договірні умови міжнародних перевезень вантажів / Ганна Урусова // Бизнес [Збірник систематизованого законодавства]. Блиц-Інформ. – 2011. – № 6 (червень). – С. 1014.

59. Фалатюк О.С. Адміністративно-правове забезпечення вантажних перевезень автомобільним транспортом в Україні [Текст] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Фалатюк Олександр Сергійович ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. - Київ, 2017. - 21 с.

60. Фединак Г. Уніфіковані норми міжнародних договорів про міжнародні автомобільні перевезення / Г. Фединак // Право України. – 2000. – № 10. – С. 113–116.

61. Федорак В. І. Міжнародні транспортні перевезення : навч. посіб. / В. І. Федорак, О. Я. Савчук; ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК", Ін-т упр. природ. ресурсами. – Київ: ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК", 2016. – 227, [1] с.

62. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Т.Б. Харченко // АПК. – 2013. – № 2. – С. 70-73.

63. Чандлер А. Стратегия и структура/А.Чандлер – М., Маркетинг, 2001. – 312 с.

64. Чаюн І.О., Бондар І.Ю. Планування виробничої програми підприємства та її ресурсного обґрунтування: Навч. посіб. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2000. – 127 с.

65. Чейз Р.Б. Производственный и операционный менеджмент. – М.: Вильямс, 2008. – 1184 с.

66. Чупик Г.Р. Наукові підходи до визначення категорій «конкуренція» та «конкурентоспроможність» / Г.Р. Чупик // Вісник Львівської КА. – 2014. – № 22. – С. 55-58.

67. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. – Л.: Магнолія Плюс, 2004. – 268 с.

68. Швець Л. М. Процес стратегічного планування на підприємстві / Л.М. Швець // Регіональна економіка. - 2012. - № 4. - С. 19-24.

69. Drewry [Електронний ресурс]t. - Режим доступу: <https://www.drewry.co.uk/>.

70. М.А. Research [Електронний ресурс]t. - Режим доступу: <https://ma-research.ru/>.

71. UNCTAD [Електронний ресурс]t. - Режим доступу: <tp://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>.

72. Євростат [Електронний ресурс]t. - Режим доступу: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>.

73. Перспективы развития автомобильных перевозок в мире [Електронний ресурс]t. - Режим доступу: <https://www.interfreight.biz/ru/okompanii/zhizn-kompanii/343-perspektivy-razvitiya-avtomobilnykh-perevozok-v-mire.html>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Підприємство **ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»**Територія **Київська**Організаційно-правова форма господарювання **товариство з обмеженою відповідальністю**

Вид економічної діяльності _____

Середня кількість працівників¹ _____

Адреса, телефон _____

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ

2014 01 01

39896873

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)

на 31 грудня 2013 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	25	21
первісна вартість	1001	27	29
накопичена амортизація	1002	3	(8)
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	525	314
первісна вартість	1011	733	654
знос	1012	(209)	(340)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	549	335
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	86	77
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1062	940
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135		1
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	15048	6357

Поточні фінансові інвестиції	1160	7754	10513
Гроші та їх еквіваленти	1165	2643	3445
Витрати майбутніх періодів	1170	3873	3468
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	30467	24801
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	31016	25136
Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	3
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	7000	7000
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	69	69
Резервний капітал	1415	68	68
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(4108)	(4135)
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	3028	3002
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	12044	14009
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	12044	14009
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	85	164
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	56	2
розрахунками з оплати праці	1630	6	5
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	15797	7954
Усього за розділом III	1695	15944	8125
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	31016	25136

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток Б

Підприємство ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2014	01	01
39896873		

**ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)
ЗА СІЧЕНЬ-ГРУДЕНЬ 2013 Р.**

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	25299	27920
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(20014)	(22897)
Валовий:			
прибуток	2090	5285	5023
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	2948	2816
Адміністративні витрати	2130	(3548)	(3652)
Витрати на збут	2150	(3009)	(3064)
Інші операційні витрати	2180	(221)	(217)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	1355	906
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	140	134
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(1307)	(1424)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(214)	(198)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290		
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		
збиток	2355	(26)	(582)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(26)	(582)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	129	144
Витрати на оплату праці	2505	1311	1462
Відрахування на соціальні заходи	2510	466	587
Амортизація	2515	179	182
Інші операційні витрати	2520	3324	3432
Разом	2550	5409	5807

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток В

Підприємство ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
Територія Київська	за ЄДРПОУ	2015	01	01
Організаційно-правова форма господарювання товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	39896873		
Вид економічної діяльності _____	за КОПФГ			
Середня кількість працівників ¹ _____	за КВЕД			
Адреса, телефон _____				

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

КОДИ

**БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)
на 31 грудня 2014 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД **1801001**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	21	8
первісна вартість	1001	29	29
накопичена амортизація	1002	(8)	(20)
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	314	178
первісна вартість	1011	654	673
знос	1012	(340)	(495)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	335	186
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	77	71
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	940	304
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135	1	
у тому числі з податку на прибуток	1136		

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	6357	3249
Поточні фінансові інвестиції	1160	10513	12983
Гроші та їх еквіваленти	1165	3445	121
Витрати майбутніх періодів	1170	3468	2722
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	24801	19450
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	25136	19636
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	7000	7502
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	69	69
Резервний капітал	1415	68	68
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(4135)	(4589)
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	3002	3050
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	14009	13595
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	14009	13595
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	164	127
розрахунками з бюджетом	1620		1
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	2	2
розрахунками з оплати праці	1630	5	6
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	7954	2854
Усього за розділом III	1695	8125	2990
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	25136	19636

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток Г

Підприємство ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2015	01	01
39896873		

**ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)
ЗА СІЧЕНЬ-ГРУДЕНЬ 2014 Р.**

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	25699	25299
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(20003)	(20014)
Валовий:			
прибуток	2090	5696	5285
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	1539	2948
Адміністративні витрати	2130	(3292)	(3548)
Витрати на збут	2150	(1063)	(3009)
Інші операційні витрати	2180	(204)	(221)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	2676	1355
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	202	140
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(1001)	(1307)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	()	(214)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290		
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(340)	
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	1537	
збиток	2355	()	(26)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1537	(26)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	79	129
Витрати на оплату праці	2505	1149	1311
Відрахування на соціальні заходи	2510	412	466
Амортизація	2515	168	179
Інші операційні витрати	2520	2637	3324
Разом	2550	4445	5409

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток Д

Підприємство **ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»**Територія **Київська**Організаційно-правова форма господарювання **товариство з обмеженою відповідальністю**

Вид економічної

діяльності

Середня кількість працівників¹

Адреса, телефон

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ

2016 01 01

39896873

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)

на 31 грудня 2015 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	8	-
первісна вартість	1001	29	28
накопичена амортизація	1002	(20)	28
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	178	121
первісна вартість	1011	673	722
знос	1012	(495)	(601)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	186	149
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	71	120
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	304	55
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		21
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3249	12839
Поточні фінансові інвестиції	1160	12983	35165
Гроші та їх еквіваленти	1165	121	593
Витрати майбутніх періодів	1170	2722	6739
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	19450	55532
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	19636	55681
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	4	
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	7502	9502
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	69	
Резервний капітал	1415	68	68
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(4589)	(2538)
Неоплачений капітал	1425	()	
Вилучений капітал	1430	()	
Усього за розділом I	1495	3050	7032
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	13595	30220
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	13595	30220
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	127	295
розрахунками з бюджетом	1620	1	
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	2	2
розрахунками з оплати праці	1630	6	16
Поточні забезпечення	1660		51
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	2854	18065
Усього за розділом III	1695	2990	18429
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	19636	55681

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток Ж

Підприємство ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2016	01	01
39896873		

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)
ЗА СІЧЕНЬ-ГРУДЕНЬ 2015 Р.

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	42920	25699
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(20181)	(20003)
Валовий:			
прибуток	2090	22739	5696
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	3237	1539
Адміністративні витрати	2130	(9881)	(3292)
Витрати на збут	2150	(8926)	(1063)
Інші операційні витрати	2180	(2985)	(204)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	4184	2676
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	5	202
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(1717)	(1001)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(290)	()
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	2182	
збиток	2295	(537)	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		(340)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	1645	1537
збиток	2355	()	()

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1645	1537

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	726	79
Витрати на оплату праці	2505	3652	1149
Відрахування на соціальні заходи	2510	1312	412
Амортизація	2515	114	168
Інші операційні витрати	2520	15987	2637
Разом	2550	21791	4445

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток 3

Підприємство **ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»**Територія **Київська**Організаційно-правова форма господарювання **товариство з обмеженою відповідальністю**

Вид економічної

діяльності

Середня кількість працівників¹

Адреса, телефон

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
2017	01	01
39896873		

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)

на 31 грудня 2016 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	28	28
накопичена амортизація	1002	28	28
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	121	127
первісна вартість	1011	722	545
знос	1012	(601)	(418)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	149	966
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	120	421
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	55	193
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	21	(248)
з бюджетом	1135		36
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12839	20017
Поточні фінансові інвестиції	1160	35165	36638

Гроші та їх еквіваленти	1165	593	4815
Витрати майбутніх періодів	1170	6739	6737
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	55532	68609
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	55681	69575
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	4	
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9502	9502
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	68	68
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(2538)	(4519)
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	7032	5051
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	30220	41075
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	30220	41075
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	295	268
розрахунками з бюджетом	1620		2
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	2	(7)
розрахунками з оплати праці	1630	16	
Поточні забезпечення	1660	51	
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	18065	23134
Усього за розділом III	1695	18429	23449
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	55681	69575

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток К

Підприємство ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2017	01	01
39896873		

**ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)
ЗА СІЧЕНЬ-ГРУДЕНЬ 2016 Р.**

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43918	42920
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(10171)	(20181)
Валовий:			
прибуток	2090	33747	22739
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	1289	3237
Адміністративні витрати	2130	(19664)	(9881)
Витрати на збут	2150	(9980)	(8926)
Інші операційні витрати	2180	(4158)	(2985)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	1234	4184
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	65	5
Інші доходи	2240	1	
Фінансові витрати	2250	(3148)	(1717)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(133)	(290)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290		2182
збиток	2295	(1981)	(537)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		1645
збиток	2355	(1981)	()

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(1981)	1645

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1707	726
Витрати на оплату праці	2505	8879	3652
Відрахування на соціальні заходи	2510	3205	1312
Амортизація	2515	61	114
Інші операційні витрати	2520	19951	15987
Разом	2550	33803	21791

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток Л

Підприємство ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія Київська	за ЄДРПОУ	2018 01 01
Організаційно-правова форма господарювання товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	39896873
Вид економічної діяльності	за КОПФГ	
Середня кількість працівників ¹	за КВЕД	
Адреса, телефон		

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)
на 31 грудня 2017 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	28	28
накопичена амортизація	1002	28	28
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	127	107
первісна вартість	1011	545	567
знос	1012	(418)	(460)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	966	2674
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	421	420
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	193	183
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	(248)	
з бюджетом	1135	36	6
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	20017	20642

Поточні фінансові інвестиції	1160	36638	35329
Гроші та їх еквіваленти	1165	4815	4319
Витрати майбутніх періодів	1170	6737	5535
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	68609	66434
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	69575	135542
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9502	9502
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	68	68
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(4519)	(4279)
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	5051	5291
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	41075	43309
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	41075	43309
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	268	1182
розрахунками з бюджетом	1620	2	19
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	(7)	140
розрахунками з оплати праці	1630		521
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	23134	18595
Усього за розділом III	1695	23449	20508
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	69575	135542

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток М

Підприємство ТОВ «ПРОДМАРКЕТ-ПЛЮС»

(НАЙМЕНУВАННЯ)

**ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)
ЗА СІЧЕНЬ-ГРУДЕНЬ 2017 Р.**

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2018	01	01
39896873		

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	51902	43918
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(22368)	(10171)
Валовий:			
прибуток	2090	29534	33747
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	7770	1289
Адміністративні витрати	2130	(17872)	(19664)
Витрати на збут	2150	(11003)	(9980)
Інші операційні витрати	2180	(4063)	(4158)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	4366	1234
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	519	65
Інші доходи	2240		1
Фінансові витрати	2250	(3394)	(3148)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(218)	(133)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	1273	
збиток	2295	()	(1981)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(791)	
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	482	
збиток	2355	()	(1981)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	482	(1981)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2053	1707
Витрати на оплату праці	2505	9910	8879
Відрахування на соціальні заходи	2510	2155	3205
Амортизація	2515	83	61
Інші операційні витрати	2520	18737	19951
Разом	2550	32938	33803

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер