

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Організація експортної діяльності підприємства

(на матеріалах ТОВ «РосКосметика», м. Миколаїв)

Студентки 2 курсу, 3мз групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Кісюри
Лесі Євгенівни

Науковий керівник
канд. екон. наук,
асистент

Воробей
Юлія Миколаївна

Гарант освітньої програми
д-р екон. наук,
доцент

Студінська
Галина Яківна

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «РОСКОСМЕТИКА».....	6
1.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «РосКосметика»	6
1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «РосКосметика».....	14
1.3. Дослідження ефективності експортних операцій ТОВ «РосКосметика»	26
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «РОСКОСМЕТИКА».....	33
2.1. Обґрунтування напрямів удосконалення процесу організації операцій з експорту ТОВ «РосКосметика»	33
2.2. Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності експорту продукції ТОВ «РосКосметика»	40
2.3. Прогнозування фінансових результатів ТОВ «РосКосметика» в наслідок реалізації запропонованих заходів	49
Висновки до розділу 2	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57
ДОДАТОК А.....	60
ДОДАТОК Б	61
ДОДАТОК В	71
ДОДАТОК Г	75

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних ринкових умовах ефективність діяльності підприємства в сфері ЗЕД залежить від якості його експортних операцій, оскільки саме вони визначають його позицію на зовнішньому ринку. Головною складовою експортної діяльності є постійний моніторинг розподілу каналів збуту іноземним покупцям. В сучасних ринкових умовах моніторинг підприємства може мати різну періодичність проведення та різну глибину дослідження. Під глибиною слід розуміти використання множини різноманітних критеріїв і показників. Основна проблема полягає у виборі оптимальної кількості показників раціонального оцінювання експорту, що в свою чергу дає змогу підвищити ефективність експортних операцій. Проблема відсутності універсальної методики стимулювання експортних операцій, яка б враховувала основні переваги та недоліки різних засобів просування, постає перед усіма суб'єктами ринку.

Аналіз літературних джерел, присвячених питанню удосконалення експортної діяльності, показує, що дане питання розглядається у працях таких науковців, як Кандиба А.М. [5], Кириченко О.А. [7], Князь С.В. [8], Ковтун Е.О. [9], Кузнєцова К.О. [10], Кутідзе Л.С. [11], Маталка С.М. [13], Мельник О.Г. [14], Мадяр Р.О. [12], , Невмержицький В.І. [15], Оверко М.А. [16], Піддубна Л.І. [17], Рогожин В.Д. [24], Трифонова О.Д. [25], Федоронько Н.І. [26], тощо. Підхід кожного автора передбачає висвітлення окремих питань у сфері організації експортної діяльності підприємств. Водночас недостатньо дослідженими залишилися питання, що стосуються особливостей сучасних засобів стимулювання експорту у сфері міжнародного бізнесу.

Метою дослідження випускної кваліфікаційної роботи роботи є науково-теоретичне обґрунтування напрямів та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності експортних операцій у сфері міжнародного бізнесу.

Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань:

- провести аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «РосКосметика»;

- здійснити аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «РосКосметика»;
- провести дослідження ефективності експортних операцій ТОВ «РосКосметика»;
- навести обґрунтування напрямів удосконалення процесу організації операцій з експорту ТОВ «РосКосметика»;
- здійснити розробку комплексу заходів щодо підвищення ефективності експорту продукції ТОВ «РосКосметика»;
- обґрунтувати результати прогнозування фінансових результатів ТОВ «РосКосметика» в наслідок реалізації запропонованих заходів.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження у роботі є процес здійснення експортної діяльності підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти організації експортної діяльності підприємства.

Методи дослідження. У процесі дослідження були використані загальнонаукові методи: теоретичного узагальнення та порівняння, статистичного аналізу, індукції, дедукції, системного підходу, синтезу.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною основою дослідження стала чинна нормативно-правова база, офіційні матеріали Державного комітету статистики України, Державної митної служби України, монографічні дослідження, матеріали міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференцій, дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, опубліковані в спеціальних літературних джерелах.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що його результати та розроблені пропозиції можуть бути використані у практичній діяльності ТОВ «РосКосметика» в напрямку удосконалення операцій з експорту підприємства-суб'єкта ЗЕД.

Апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження було підготовлено наукову статтю на тему «Особливості

експортної діяльності підприємства-суб'єкта ЗЕД» і опубліковано у збірнику наукових праць студентів КНТЕУ [6, с.212-219].

Структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури із 28 джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 76 с.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «РОСКОСМЕТИКА»

1.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «РосКосметика»

Компанія «РосКосметика» була заснована в 2001 році, з моменту заснування йде активна робота по розширенню сфери діяльності. На даний момент компанія є найбільшим сертифікованим українським виробником ароматів (більше сотні ароматів), що застосовуються при виробництві косметики та побутової хімії: пральних порошків (СМЗ), кремів, шампунів [27].

На сьогоднішній компанією день представлений великий асортимент ароматів для різних середовищ. Серед них аромати для агресивних середовищ, аромати для кислих і лужних середовищ, ізопропілового спирту (ізопропанола), ацетону. Є також спеціалізовані аромати для туалетного (кускового) мила, водорозчинні віддушки. Асортимент ароматів постійно розширюється. Одночасно компанія пропонує широкий спектр ароматичних масел і запашних речовин (aroma chemicals).

Іншим напрямком діяльності компанії є виробництво різних миючих засобів, рідкого мила, рідини для миття посуду, кондиціонерів (ополіскувачів) для білизни, рідини для миття скла. Дана група продукції також представлена широким асортиментом товарів [27].

Компанія широко представлена на ринку автохімії. На сьогоднішній день випускаються різні види автокосметики: автошампуні для ручної і безконтактної мийки (типу "Керхер"), поліролі для внутрішніх поверхонь автомобілів і пластмаси, рідини для миття скла автомобілів.

Організаційну структуру підприємства наведено у Додатку А. 3 Додатку А можемо бачити, що організаційна структура підприємства сформована за лінійним принципом. Керівником підприємства є генеральний директор, який виконує основні функції бізнес-адміністрування. У період відсутності

директора комерційний директор і директор з розвитку також виконують частину його обов'язків.

Наведемо характеристику основних показників фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства. З цією метою було використано інформацію з річної фінансової звітності підприємства за 2014-2018 рр. Приклади фінансових звітів наведено у Додатках Б.1 – Б.5.

Динаміку показників доходів, витрат та фінансових результатів досліджуваного підприємства наведено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Динаміка доходів, витрат та фінансових результатів ТОВ
«РосКосметика» за 2014-2018 рр., тис.грн**

Показники	Роки					Зміна (+/-) за 2014-2015 рр.		Зміна (+/-) за 2015- 2016 рр.		Зміна (+/-) за 2016-2017 рр.		Зміна (+/-) за 2017 - 2018 рр.	
	2014	2015	2016	2017	2018	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Чистий дохід від реалізації продукції	25806	38910	49287	53264	62101	13104	50,8	10376	26,7	3977	8,1	8837	16,6
Інші операційні доходи	4067	10853	7312	9146	10003	6786	166,9	-3541	-32,6	1834	25,1	857	9,4
Інші доходи	231	803	70	785	774	572	247,0	-733	-91,3	715	1021,3	-11	-1,4
Разом доходи	30105	50567	56669	63195	72878	20462	68,0	6102	12,1	6526	11,5	9683	15,3
Собівартість реалізованої продукції	-16874	-24301	-31101	-33989	-40964	-7427	44,0	-6801	28,0	-2888	9,3	-6975	20,5
Інші операційні витрати	-5790	-13494	-11860	-11385	-13811	-7704	133,1	1634	-12,1	475	-4,0	-2426	21,3
Інші витрати	-29	-3	-	-	-	26	-88,3	3	-100,0	-	-	-	-
Разом витрати	-22693	-37798	-42961	-45374	-54776	-15105	66,6	-5163	13,7	-2413	5,6	-9402	20,7
Фінансовий результат до оподаткування	7412	12769	13708	17821	18102	5357	72,3	939	7,4	4113	30,0	281	1,6
Податок на прибуток	-1338	-2172	-2526	-3698	-3208	-833	62,2	-355	16,3	-1172	46,4	491	-13,3
Чистий прибуток (збиток)	6073	10597	11182	14122	14894	4524	74,5	585	5,5	2940	26,3	772	5,5

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

З даних табл. 1.1 бачимо, що обсяги чистого доходу підприємства у період з 2014 по 2015 рр. збільшились на 13104 тис. грн. (+50,8%), а у 2018 році проти рівня 2017-го року відбулося зростання чистого доходу підприємства на 8837 тис. грн. (16,6%). Обсяги чистого прибутку підприємства ТОВ «РосКосметика» у період з 2014 по 2015 роки зросли на 4524 тис. грн. (+74,5%). Зростання чистого прибутку відбулося за рахунок збільшення сукупних доходів на 20462 тис.грн або на 68,0%. У 2018 році порівняно з 2017 роком чистий прибуток збільшився на 772 тис. грн (+5,5%). Зростання обсягу чистого прибутку у 2018 році порівняно з 2017 роком було зумовлено перевищенням сукупних доходів над сукупними витратами.

Динаміку показників обсягу активів підприємства наведено у Додатку В. Як свідчать дані табл. В.1 (Додаток В), обсяг активів досліджуваного підприємства за 2014-2015 рр. зменшився на 9890,8 тис.грн переважно за рахунок зниження обсягу оборотних активів на 9144,9 тис.грн. У 2015-2016 рр. зростання вартості активів було зумовлене збільшенням обсягу оборотних активів на 13314,4 тис.грн та необоротних активів на 365,4 тис.грн. У структурі активів підприємства переважала частка оборотних активів, зокрема запасів та дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом (рис. 1.1).

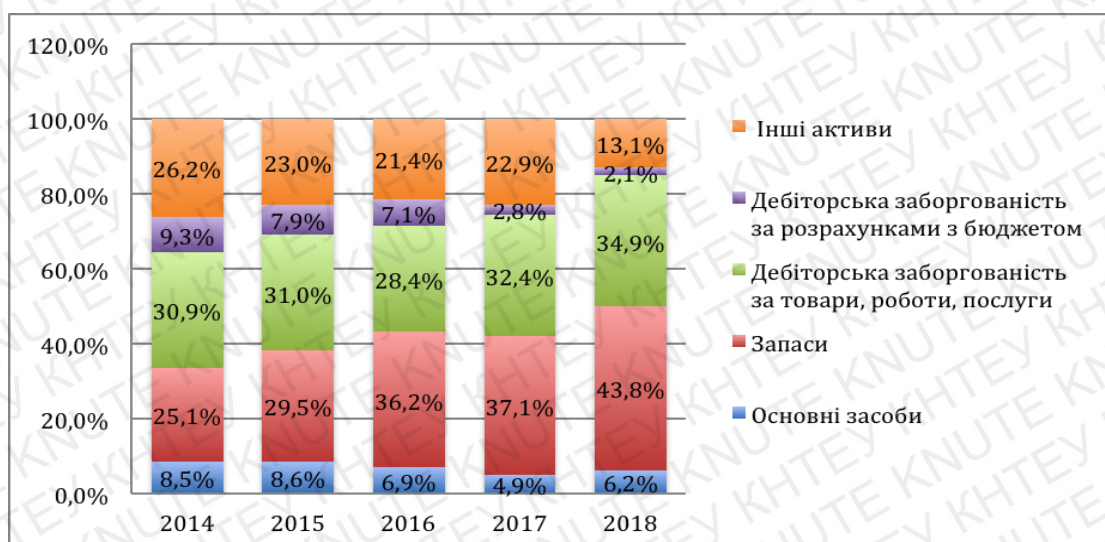


Рис. 1.1. Динаміка структури активів ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр.

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

У структурі активів досліджуваного підприємства у 2014-2018 рр. переважала частка дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги та запаси, частка яких зроста на 18,7% за останні 5 років і склала 43,8% всіх активів підприємства у 2018р. При цьому за цей же термін частка дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом (податковий кредит від здійснення експортних операцій) знизилась на 7,2%.

Динаміку показників обсягу пасивів (капіталу) досліджуваного підприємства наведено у табл. В.2 (Додаток В). Як свідчать дані табл. В.2, обсяг капіталу досліджуваного підприємства повністю повторював динаміку активів. У структурі капіталу підприємства переважала частка власного капіталу, що зумовлено специфікою його діяльності. Так, за звітний період частка власного капіталу виросла на 16,3% та сягнула 79% за рахунок зростання нерозподіленого прибутку у 2016-2017 рр. (рис. 1.2).

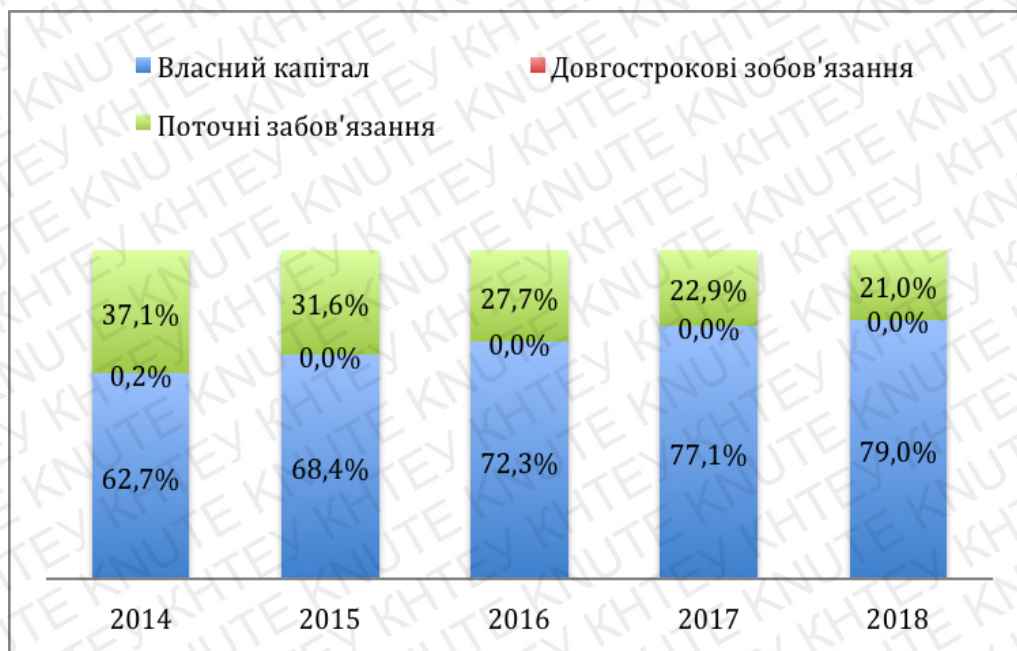


Рис. 1.2. Динаміка структури джерел фінансування діяльності ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр.

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

Варто відмітити, що починаючи з 2015 р. ТОВ «РосКосметика» зовсім не мала довгострокових зобов'язань перед кредиторами, а частка цієї статті становила 0% всього капіталу. При цьому ще у 2014 р. сума довгострокових

забов'язань становила 51,8 тис. грн. Також поточні забов'язання підприємства скоротилися на 16,1% за звітний період.

Проведемо оцінку ліквідності та платоспроможності підприємства ТОВ «РосКосметика» (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Динаміка коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності
ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр.**

Показник	Станом на кінець року:					Абсолютне відхилення, (пунктів +/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	2014- 2015	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт загального покриття	2,38	2,83	3,31	4,11	4,40	0,45	0,48	0,80	0,29
Коефіцієнт проміжного покриття	1,70	1,90	2,00	2,49	2,32	0,20	0,11	0,48	-0,16
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,12	0,18	0,21	0,26	0,17	0,06	0,03	0,04	-0,09
Власний оборотний капітал (тис. грн.)	12713	20169	31063	44668	57200	7455	10894	13604	12532

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

Як можемо бачити з даних табл. 1.2, значення коефіцієнта загального покриття на підприємстві упродовж 2014-2018 років коливалося в межах 2,38-4,40 пункти. Нормативне значення даного показника становить 1,5-2. Тобто, можна зробити висновок про те, що загальна платоспроможність підприємства знаходилася наприкінці 2018 року на дуже високому рівні, відповідно до передбачених меж рекомендованими значеннями показника загальної платоспроможності.

Значення коефіцієнту проміжного покриття змінювалося аналогічним чином до показника загального покриття і мало тенденцію до зростання у

звітньому періоді. Рекомендоване значення даного показника становить 1-1,5. Отже за останні п'ять років підприємство мало достатній обсяг середньоліквідних активів для погашення своїх поточних зобов'язань.

Рекомендоване значення показника абсолютної ліквідності становить 0,1-0,3. Можна зробити висновок, що за весь звітний період підприємство мало достатній обсяг грошових активів для погашення своїх поточних зобов'язань, а лише у 2018р. значення показника скоротилось на 0,9.

Також з даних таблиці видно, що сума власних оборотних активів, яка доступна для щоденної операційної діяльності підприємства за останні 5 років зросла на 31955 тис. грн. і становила у 2018р. 57200 тис. грн.

Показники, що характеризують фінансову стійкість підприємства ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр. наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

**Динаміка коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «РосКосметика»
за 2014-2018 рр.**

Показник	Станом на кінець року:					Абсолютне відхилення, (пунктів +/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	2014- 2015	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт автономії	0,63	0,68	0,72	0,77	0,79	0,06	0,04	0,05	0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	1,60	1,46	1,38	1,30	1,27	-0,13	-0,08	-0,09	-0,03
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,82	0,85	0,88	0,92	0,91	0,03	0,04	0,04	-0,01
Співвідношення позикового і власного капіталу	0,60	0,46	0,38	0,30	0,27	-0,13	-0,08	-0,09	-0,03

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

Отже, значення показника фінансової автономії за останні 5 років зростало, що було зумовлено збільшенням нерозподіленого збитку та скороченням обсягу позикового капіталу. Це свідчить про те, що в цілому підприємство є фінансово-стійким та відповідно до значень отриманих показників, має стабільний рівень фінансової рівноваги, оскільки всі отриманні значення відповідають нормативним.

Показники, що характеризують ділову активність підприємства ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр. наведено в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Показники, що характеризують ділову активність ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр.

Показник	За період					Абсолютне відхилення, (пунктів +/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	2014- 2015	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт оборотності активів	1,03	1,12	1,02	0,85	0,78	0,08	-0,10	-0,17	-0,07
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,77	3,54	3,67	3,71	3,70	0,77	0,14	0,04	-0,01
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2,22	2,61	2,56	1,97	2,00	0,38	-0,04	-0,59	0,03
Період погашення дебіторської заборгованості (дні)	162	138	141	182	180	-23,66	2,37	41,94	-2,41
Період погашення кредиторської заборгованості (дні)	130	102	98	97	97	-28,13	-3,76	-0,96	0,33
Коефіцієнт оборотності запасів	4,12	3,79	2,80	2,29	1,78	-0,34	-0,98	-0,52	-0,51
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	12,18	12,99	14,79	17,34	12,49	0,82	1,80	2,55	-4,85
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,65	1,63	1,40	1,10	0,98	-0,02	-0,23	-0,31	-0,11

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

Значення оборотності сукупних активів підприємства мало позитивну тенденцію до 2017р. В цілому можна сказати, що активи підприємства оберталися 0,78 рази на рік станом на 2018 р. Варто звернути увагу на зростання періоду погашення дебіторської заборгованості, що не є добрим для діяльності підприємства, оскільки впливає на зниження його фінансової стійкості.

Динаміку показників рентабельності наведено у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

**Динаміка показників рентабельності ТОВ «РосКосметика»
за 2014-2018 рр.**

Показник	За період					Абсолютне відхилення, (пунктів +/-)			
	2014	2015	2016	2017	2018	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Рентабельність активів, %	24,33	30,41	23,04	22,46	18,64	6,08	-7,37	-0,58	-3,82
Рентабельність власного капіталу, %	38,82	44,44	31,85	29,12	23,61	5,62	-12,59	-2,73	-5,51
Рентабельність реалізованої продукції (робіт, послуг), %	23,53	27,24	22,69	26,51	23,98	3,70	-4,55	3,83	-2,53

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

Динаміка показників рентабельності не мала визначеної тенденції. У 2014-2018 рр. підприємство отримувало чистий прибуток. В цілому варто відмітити, що зниження рентабельності ряду показників (активів, власного капіталу, реалізованої продукції) у 2018 році може розцінюватися як тренд до зростання результативності господарської діяльності ТОВ «РосКосметика».

Отже, у даному питанні було проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності та особливості управління на ТОВ «РосКосметика». Обсяги чистого прибутку підприємства ТОВ «РосКосметика» у період з 2014 по 2015 роки зросли на 4524 тис. грн. (+74,5%). Зростання чистого прибутку

відбулося за рахунок збільшення сукупних доходів на 20462 тис.грн або на 68,0%. У 2018 році порівняно з 2017 роком чистий прибуток збільшився на 772 тис. грн (+5,5%). Зростання обсягу чистого прибутку у 2018 році порівняно з 2017 роком було зумовлено перевищенням сукупних доходів над сукупними витратами. Значення оборотності сукупних активів підприємства мало тенденцію до поступового зростання. В цілому можна сказати, що активи підприємства оберталися 0,78 рази на рік станом на 2018 р. Варто звернути увагу на зростання періоду погашення дебіторської заборгованості, що не є добрим для діяльності підприємства, оскільки впливає на зниження його фінансової стійкості. Рівень віддачі власного капіталу мав негативну тенденцію за останні 5 років. В цілому варто відмітити, що зниження рентабельності ряду показників (активів, власного капіталу, реалізованої продукції) у 2018 році може розцінюватися як тренд до зростання результативності господарської діяльності ТОВ «РосКосметика».

1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «РосКосметика»

Як було зазначено в попередніх питаннях роботи, підприємство ТОВ «РосКосметика» спеціалізується в основному на експорті сировинної продукції для парфумерно-косметичної галузі та хімічної промисловості. Тому досить важливо розглянути особливості механізму здійснення даних операцій, визначивши при цьому їх специфіку саме для досліджуваного підприємства, оскільки воно також може працювати за схемами давальницької сировини, відправляючи перероблену продукцію на експорт.

Розглядаючи механізм здійснення експортних операцій ТОВ «РосКосметика», варто відмітити, що він належить до зовнішнього толінгу - імпорту сировини з-за кордону з подальшою її переробкою та відвантаженням. На підприємстві ці операції проходять з активною і пасивною переробкою. При цьому активною є переробка наданих ресурсів іноземними партнерами в Україні, а пасивною - переробка здійснюється для іноземного замовника [1].

Проте на самому підприємстві ТОВ «РосКосметика» поки що механізм управління цими процесами досконало не відпрацьований, особливо щодо забезпечення конкурентних переваг перед іншими парфумерно – косметичними фабриками.

Організацією зовнішньоторговельних операцій на підприємстві займається відділ ЗЕД, який керує процесами укладення та виконання зовнішньоторговельних контрактів. Роботу з контрагентами у сфері ЗЕД здійснюють окремі менеджери, які відповідають за роботу із зарубіжними партнерами відповідно до закріпленого за кожним з них регіоном.

Загальну організаційну схему проведення експортних операцій на ТОВ «РосКосметика» наведено на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Організаційно-економічний механізм проведення експортних операцій за умови участі двох сторін: ТОВ «РосКосметика» (виконавець) та замовник (він же і постачальник сировини)

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства, [4]

Іноземний партнер ТОВ «РосКосметика» виконує функції замовника, який надає напівфабрикати, а саме підприємство - функції виконавця, який надає послуги з доробки напівфабрикатів.

В процесі здійснення експортної операції іноземний постачальник (замовник) здійснює за власний рахунок організацію доставки сировини та матеріалів, необхідних для виробництва і виготовлення готової продукції на склад ТОВ «РосКосметика». В свою чергу підприємство ТОВ «РосКосметика» здійснює переробку привезеної сировини та відвантажує готову продукцію постачальнику на умовах EXW-Київ. Всі ризики по транспортуванню, а також витрати на організацію доставки готової продукції до митного кордону несе замовник. Аналогічно він несе всі ризики та транспортні витрати при транспортування сировини до складу ТОВ «РосКосметика» [4]. Вартість транспортних втрат враховується у формуванні вартості послуг (націнки), яка виступає прибутком ТОВ «РосКосметика». Згідно умов діючих договорів, сторони домовляються про певну величину вартості послуг по переробці, яка виступає доходом для ТОВ «РосКосметика» та витратами для замовника. За умови зростання по якихось обставинах величини транспортних витрат, згідно умов діючого договору сторони домовляються про коригування суми вартості послуг переробки в бік зменшення [18; 20].

Однак, в практиці діяльності ТОВ «РосКосметика» існує і інший вид схем проведення експортних операцій, коли участь в схемі беруть три компанії – замовник, переробник та покупець (рис. 1.4-1.5).

Відповідно до схеми, що наведена на рис. 1.4, участь у здійсненні експортної операції беруть три сторони - ТОВ «РосКосметика» (виконавець), іноземний замовник (покупець) та іноземний постачальник сировини. При цьому договір між ТОВ «РосКосметика» та іншими сторонами може підписується у двох можливих варіантах, і від змісту кожного з них залежить організація самої схеми [4; 18]:

- Варіант 1: Підписання договору між ТОВ «РосКосметика» (виконавець) та замовником (він же і постачальник). Відповідно до такої схеми

замовник організовує постачання сировини і матеріалів до складу ТОВ «РосКосметика».



Рис. 1.4. Організаційно-економічний механізм проведення ЗТО за умови участі трьох сторін: ТОВ «РосКосметика» (виконавець), іноземний замовник та іноземний постачальник сировини

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства, [4]

- Виконавець переробляє сировину і відвантажує готову продукцію третій компанії яка прописана в договорі. Дана компанія виступає в інтересах замовника (здійснює посередництво в торгівлі і продає продукції для замовника);
- Варіант 2: Підписання договору між ТОВ «РосКосметика» (виконавець) та замовником (він не є постачальником). Відповідно до такої схеми всі три сторони підписують тристоронню угоду, відповідно до якої третя

компанія здійснює постачання сировини до складу підприємства, а замовник забирає готову продукцію.

При такій схемі для ТОВ «РосКосметика» принципово важливою є умова – розрахунки з постачальником сировини має здійснювати сам замовник, в іншому випадку для ТОВ «РосКосметика» довелося би відкривати безвідкличний строковий акредитив, що потребує додаткового штату бухгалтерів та працівників комерційного відділу [20].

В практиці ТОВ «РосКосметика» також існує і третій вид експортних схем, відповідно до яких участь в операціях беруть також три сторони, але замовником є вітчизняне підприємство. Приклад організаційного механізму такої схеми наведено на рис. 1.5.



Рис. 1.5. Організаційно-економічний механізм проведення імпортних операцій за умови участі трьох сторін: ТОВ «РосКосметика» (виконавець), вітчизняний замовник та іноземний постачальник сировини

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства, [4]

Відповідно до наведеної на рис. 1.5 схеми, між замовником, постачальником та ТОВ «РосКосметика» укладається тристоронній договір, в

якому значиться, що замовник здійснює заказ продукції на виробництво, а постачальник зобов'язується поставити у визначений строк сировину для виробництва [18].

Специфікою цього виду операцій є те, що завезення сировини на територію України оподатковується ПДВ та підлягає розмитненню, однак понесені витрати компенсуються включенням до складу ціни суми ПДВ та митних зборів [22].

Порівняльну характеристику трьох можливих схем експортних операцій для ТОВ «РосКосметика» наведено в табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Характеристика фінансово-економічних та митно-фіскальних параметрів основних схем здійснення експортних операцій ТОВ «РосКосметика»

Вид операцій	Учасники	Характер розмитнення	Формування ціни готової продукції
Двостороння експортна схема	Виконавець («РосКосметика») – іноземний замовник (він же і постачальник)	На ввезену сировину «РосКосметика» платить мито, однак не платить ПДВ при перетині митного кордону	Відвантаження готової продукції здійснюється без врахування ПДВ; нарахування ПДВ у витратах на території України компенсуються з бюджету (але не скоро)
Тристороння експортна схема	Виконавець («РосКосметика») – іноземний замовник (він же і постачальник) – покупець нерезидент		

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

З даних табл. 1.6 ми бачимо, що організація дво- та тристоронніх експортних схем для ТОВ «РосКосметика» є вигідною, оскільки для кожної схеми враховуються податкові аспекти та особливості формування виробничої собівартості готової продукції.

При організації експортних схем на підприємстві ТОВ «РосКосметика» необхідно також визначити основні категорії та особливості цього процесу. Давальницькою сировиною для ТОВ «РосКосметика» вважається сировина, матеріали, напівфабрикати, комплектуючі, енергоносії, ввезені на митну

територію України іноземним замовником (чи закуплені іноземним замовником за іноземну валюту в Україні) або вивезені за її межі українським замовником задля використання для виробництва готової продукції з наступним поверненням усієї продукції або її частини до країни власника (чи реалізації в країні виконавця замовником або за його дорученням виконавцем) або експортера до іншої країни [2].

Готова продукція може бути реалізована в Україні, якщо давальницька сировина, з використанням якої вироблено цю продукцію, ввезена іноземним замовником на митну територію України чи закуплена іноземним замовником за іноземну валюту в Україні. Право власності на імпортовані напівфабрикати та вироблену з неї готову продукцію належить іноземному замовнику.

В усіх угодах між ТОВ «РосКосметика» та замовниками, суб'єкт господарської діяльності, який надає напівфабрикати, є замовником, а суб'єкт господарської діяльності, який здійснює переробку, обробку, збагачення чи використання давальницької сировини, — виконавцем. Під готовою продукцією розуміють продукцію або товар, який вироблений з використанням давальницької сировини (крім тієї частини, що використовується для проведення розрахунків за її переробку). Операції здійснюються у режимах "Переробка на митній території" та "Переробка за межами митної території" [3].

За умови переробки на митній території України для ТОВ «РосКосметика» вводиться митний режим, відповідно до якого ввезені на митну територію України товари, що походять з інших країн, піддаються у встановленому законодавством порядку переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання, за умови експорту за межі митної території України продуктів переробки відповідно до митного режиму експорту [2].

Охарактеризуємо особливості здійснення зовнішньоекономічної діяльності на досліджуваному підприємстві. Спочатку проаналізуємо загальний обсяг експорту досліджуваного підприємства (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

**Динаміка показників зовнішньоекономічної діяльності ТОВ
«РосКосметика» за 2014-2018 рр. (тис.грн.)**

Показники	Роки					Відхилення за 2014- 2015 рр.		Відхилення за 2015- 2016 рр.		Відхилення за 2016- 2017 рр.		Відхилення за 2017-2018 рр.	
	2014	2015	2016	2017	2018	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Чистий дохід від експорту, тис.грн	16516	27237	35486	41546	50923	10721	64,9	8249	30,3	6059	17,1	9377	22,6
Чистий дохід від реалізації, тис.грн	25806	38910	49287	53264	62101	13104	50,8	10376	26,7	3977	8,1	8837	16,6
Частка експорту у загальних доходах від реалізації, %	64	70	72	78	82	6	9,4	2	2,9	6	8,3	4	5,1

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

Як свідчать дані табл. 1.7, в цілому у 2015 році порівняно з 2014-м роком обсяг експорту товарів підприємством збільшився на 10721 тис.грн або на 64,9%. Порівнюючи обсяг експорту у 2018 році зі значенням даного показника у 2017 році, можна побачити тенденцію до зростання обсягу експорту на 9377 тис.грн або на 22,6%.

Наразі перейдемо до характеристики товарної складової експорту підприємства. ТОВ «РосКосметика» експортує не дуже широкий асортимент продукції. Обсяги експорту косметичних напівфабрикатів за видами впродовж 2014-2018 рр. наведено в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

**Динаміка обсягів експорту продукції ТОВ «РосКосметика» на зовнішній
ринок за 2014-2018 рр., тис.грн**

Показники	Роки					Відхилення за 2014- 2015 рр.		Відхилення за 2015- 2016 рр.		Відхилення за 2016- 2017 рр.		Відхилення за 2017-2018 рр.	
	2014	2015	2016	2017	2018	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Віддушки для парфумів	2763	4601	5914	6435	8208	1838	66,5	1314	28,5	520	8,8	1774	27,6

Продовження табл. 1.8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Віддушки для кремів	1412	2300	3020	4476	4864	888	62,9	720	31,3	1456	48,2	388	8,7
Віддушки для побутової хімії	4236	6993	9186	11750	13681	2757	65,1	2193	31,4	2564	27,9	1930	16,4
Концентрати для миючих засобів	2640	4325	5663	7134	8360	1685	63,8	1338	30,9	1471	26,0	1226	17,2
Екстракти олійних культур	2333	3865	5034	4197	6232	1532	65,6	1169	30,2	-837	-16,6	2036	48,5
Ароматичні масла	3193	5245	6795	7554	9424	2052	64,3	1550	29,6	758	11,2	1871	24,8
Разом	16516	27237	35486	41546	50923	10721	64,9	8249	30,3	6059	17,1	9377	22,6

Джерело: розраховано автором за даними відділу ЗЕД підприємства

В цілому варто відмітити, що зростання обсягів експорту спостерігалось по усім товарним групам.

Як свідчать дані табл. 1.8, особливо відбувалося зростання обсягів експорту групи «Віддушки для парфумів». Відбувалося зростання даного виду парфумерних напівфабрикатів і у 2018 році – на 1774 тис.грн. (+27,6%). Слід відмітити, що даний вид косметичних напівфабрикатів є відносно важливим для зовнішнього ринку, а тому користується великим попитом при реалізації продукції підприємства. У 2018 році можна спостерігати збільшення обсягів експорту товарної групи «Екстракти олійних культур». У 2018 році обсяг реалізації даного виду товару збільшився на 2036 тис.грн або на 48,5%. Важливим елементом формування експортної діяльності виробничого підприємства ТОВ «РосКосметика» є регулювання структури експорту. Ароматичні масла є стратегічним товаром для експорту на ринки країн ЄС. Обсяги експорту у 2018 році даного виду товару збільшилися на 1871 тис.грн або на 24,8%.

Динаміку фактичної структури експорту за видами косметичних напівфабрикатів наведено на рис. 1.6.

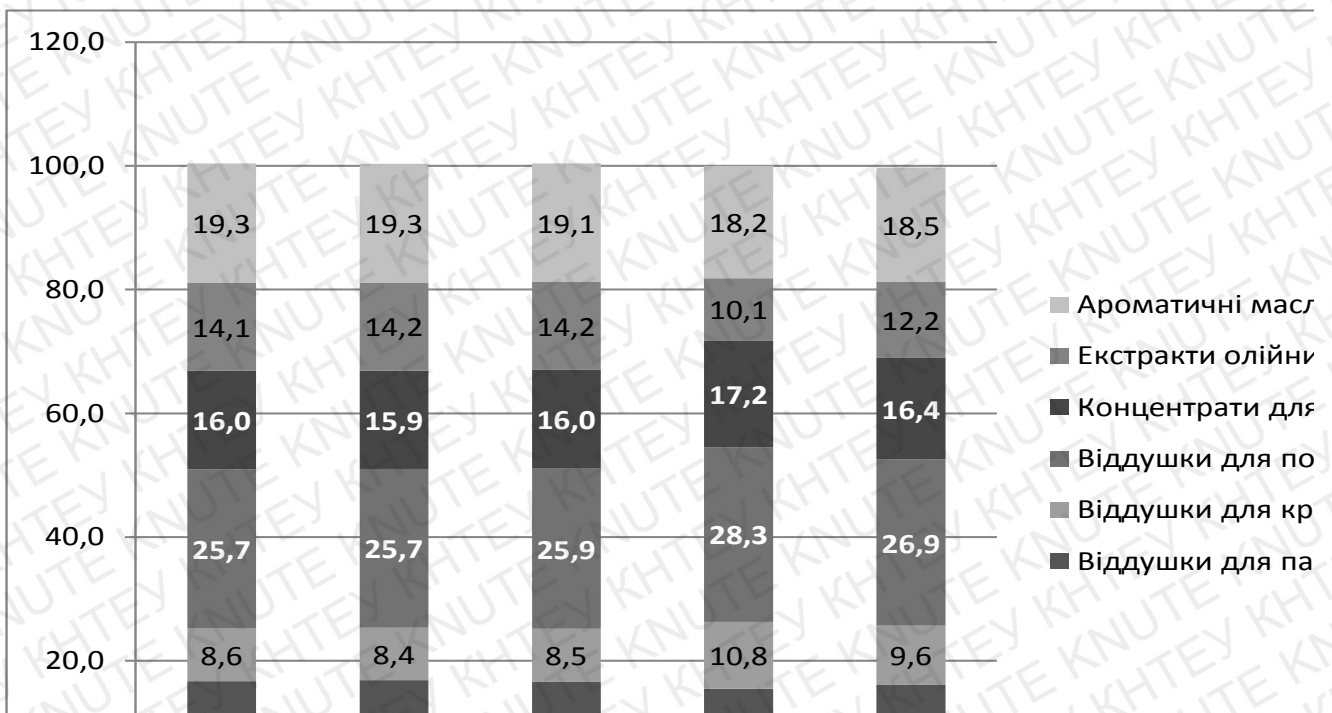


Рис. 1.6. Динаміка товарної структури експорту ТОВ «РосКосметика» на зовнішній ринок у 2014-2018 рр., %

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

В структурі експорту продукції переважає товарна група «Віддушки для побутової хімії», а також такі види товарів як «Ароматичні масла», «Концентрати для миючих засобів» і «Віддушки для парфумів». «Віддушки для побутової хімії», «Екстракти олійних культур» - це найбільш уживані засоби, що використовують на виробничих підприємствах парфумерно-косметичної галузі.

Такі товарні групи як «Ароматичні масла», «Концентрати для миючих засобів» і «Віддушки для парфумів» - це спеціалізовані види продукції, що відноситься до парфумерних напівфабрикатів. На них також існує значний попит, особливо з боку споживачів країни близького зарубіжжя.

Проаналізуємо географічну структуру експорту підприємства ТОВ «РосКосметика» (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Динаміка географічної структури експорту ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр., тис.грн

Показники	Роки					Відхилення за 2014-2015 рр.		Відхилення за 2015-2016 рр.		Відхилення за 2016-2017 рр.		Відхилення за 2017-2018 рр.	
	2014	2015	2016	2017	2018	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Німеччина	4096	8105	10710	14128	18125	4009	97,9	2605	32,1	3418	31,9	3997	28,3
Італія	3421	5987	7135	9072	10249	2566	75,0	1148	19,2	1937	27,1	1177	13,0
Швеція	5979	9142	11842	13107	17305	3163	52,9	2700	29,5	1265	10,7	4198	32,0
Інші	3020	4003	5799	5239	5244	983	32,5	1796	44,9	-560	-9,7	5	0,1
Разом	16516	27237	35486	41546	50923	10721	64,9	8249	30,3	6060	17,1	9377	22,6

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

Як свідчать дані табл. 1.9, у 2014-2018 рр. експорт здійснювався до таких країн як Німеччина, Італія та Швеція. На рис. 1.7 наведено географічну структуру експорту за 2014-2018 рр.

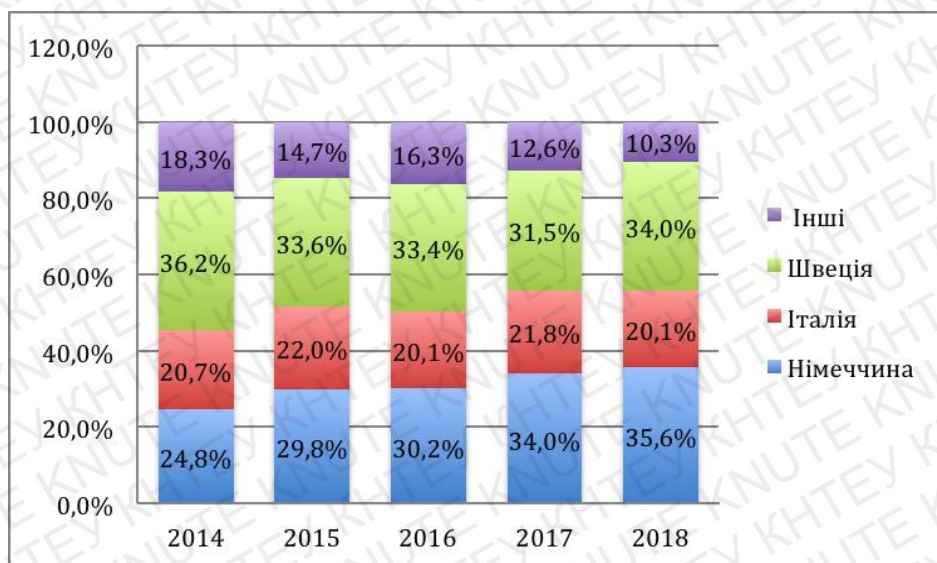


Рис. 1.7. Географічна структура експорту ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр., %

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

В географічній структурі ТОВ «РосКосметика» у 2014/2018 роках переважала частка експорту з Німеччини та Швеції. У 2014 році питома вага Німеччини в загальних обсягах експорту становила 25%, а Швеції – 36%.

У 2015 році порівняно з 2014-м роком обсяг експорту до Німеччини збільшився на 4009 тис.грн або на 97,9%. У 2018 році порівняно з 2017-м роком експорт до Німеччини зріс на 3997 тис.грн або на 28,3%. Експорт до Італії у 2015 році порівняно з 2014-м роком зріс на 2566 тис.грн або на 75%. У 2018 році порівняно з 2017-м роком експорт до Італії збільшився на 1177 тис.грн або на 13%. Експорт до Швеції у 2015 році порівняно з 2014-м роком зріс на 3163 тис.грн або на 53%. У 2018 році порівняно з 2017-м роком експорт до Швеції збільшився на 4198 тис.грн або на 32%.

Таким чином, проаналізувавши обсяги експорту, його товарну та географічну структуру ТОВ «РосКосметика», можемо сформулювати наступні висновки:

Проведений аналіз динаміки загальних обсягів експорту свідчить, що він мав постійну тенденцію до зростання. в цілому у 2015 році порівняно з 2014-м роком обсяг експорту товарів підприємством збільшився на 10721 тис.грн або на 64,9%. Порівнюючи обсяг експорту у 2018 році зі значенням даного показника у 2017 році, можна побачити тенденцію до зростання обсягу експорту на 9377 тис.грн або на 22,6%.

В структурі експорту продукції переважає товарна група «Віддушки для побутової хімії», а також такі види товарів як «Ароматичні масла», «Концентрати для миючих засобів» і «Віддушки для парфумів». «Віддушки для побутової хімії», «Екстракти олійних культур» - це найбільш уживані засоби, що використовують на виробничих підприємствах парфумерно-косметичної галузі. Такі товарні групи як «Ароматичні масла», «Концентрати для миючих засобів» і «Віддушки для парфумів» - це спеціалізовані види продукції, що відноситься до парфумерних напівфабрикатів. На них також існує значний попит, особливо з боку споживачів країни близького зарубіжжя. В географічній структурі ТОВ «РосКосметика» у 2014/2018 роках переважала частка експорту з Німеччини та Швеції. При цьому частка Швеції за звітний період зросла на 10,8%.

1.3. Дослідження ефективності експортних операцій ТОВ «РосКосметика»

Оцінка ефективності зовнішньоторговельних операцій підприємства передбачає визначення її впливу на ключові показники зовнішньоекономічної діяльності, що відображають результати проведення експортних операцій на зовнішніх ринках [26]. Для оцінки ефективності зовнішньоторговельних операцій ТОВ «РосКосметика» ринках доцільно вирішити наступні завдання [13]:

- Проаналізувати рівень прибутковості експортних операцій підприємства ТОВ «РосКосметика»;
- Визначити вплив організації та планування зовнішньоторговельних операцій на прибуток від експортних операцій.

Визначення прибутковості експортних операцій та ефективності здійснення ЗЕД в процесі торгівлі продукцією підприємства наведено в табл. 1.10.

Таблиця 1.10

Показники прибутковості та ефективності здійснення експортних операцій ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018 рр., %

Показники	Формула	Період					Відхилення			
							2018/2014		2018/2017	
		2014	2015	2016	2017	2018	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Чистий дохід від експортної реалізації, тис.грн	Де	16516	27237	35486	41546	50923	34407	208,3	9377	22,6
Виробничі витрати (прямі та непрямі), тис.грн	Вв	12095	19416	24916	26521	29186	17091	141,3	2665	10,0
Накладні витрати, тис.грн	Нв	1965	3773	4908	6176	8360	6395	325,4	2184	35,4

Продовження табл. 1.10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), тис.грн	$CB = B_v + H_v$	14060	23188	29824	32697	37546	23486	167,0	4849	14,8
Витрати на експорт, тис.грн	Be	1351	2208	3901	5104	7448	6097	451,3	2344	45,9
Загальні витрати на ЗЕД, тис.грн	$3B = CB + Be$	15411	25397	33725	37801	44994	29583	192,0	7193	19,0
Ефект від експорту, тис.грн	$Ee = De - 3B$	1105	1840	1762	3745	5929	4824	436,6	2184	58,3
Ефективність експорту	$Ee = De / 3B$	1,07	1,07	1,05	1,10	1,13	0,06	5,8	0,03	3,0
Рентабельність витрат на здійснення ЗЕД, %	$Pe = Ee / 3B \times 100\%$	7,2	7,2	5,2	9,9	13,2	6,0	83,0	3,3	33,0
Рентабельність експортної реалізації, %	$Pe = Ee / De \times 100\%$	6,7	6,8	5	9,0	11,6	4,9	73,8	2,6	29,2

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

Як свідчать дані табл. 1.10 в цілому динаміка ефективності експортної діяльності є неоднозначною. У 2014-2015 роках показник ефективності експортних операцій залишався на одному рівні та становив 1,07 пункти, проте у 2017 році відбувся ріст ефективності на 5%. На 2018р. показник ефективності сягнув значення 1,13 пункти, а ефект від експорту склав 5929 тис. грн.

Отже, виходячи з наведеної динаміки показника ефективності ЗЕД можна сказати, що зростала і ефективність зовнішньоекономічної політики підприємства. Так, за 2014-2018 роки відбулось зростання обсягу експортної реалізації, при цьому доходи від експорту зросли на 208,3%, а виробничі витрати збільшилися на 141,3%, тобто сформувалось позитивне сальдо динаміки доходів та витрат, що призвело до зростання прибутку від експортної реалізації. Дана тенденція також вплинула на зростання рентабельності витрат та доходів від експорту (рис. 1.8).

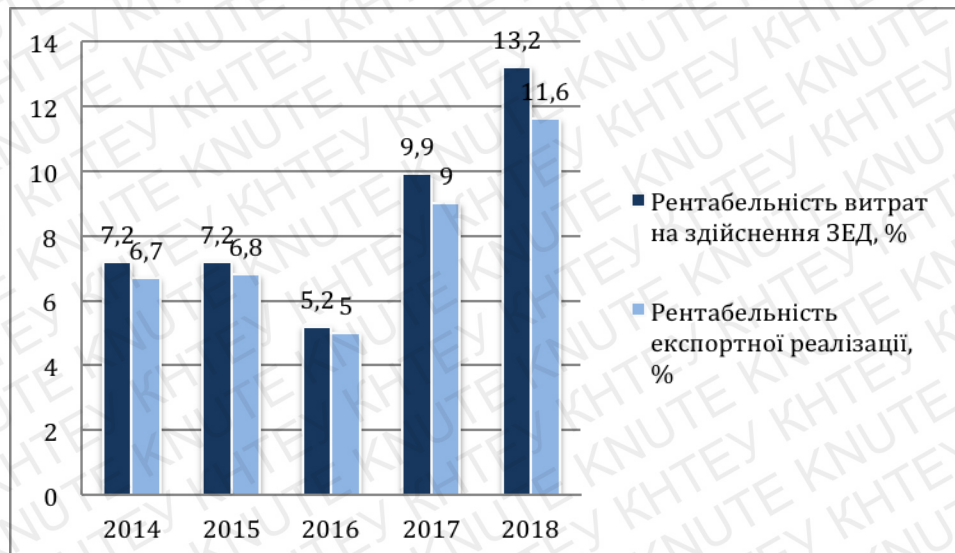


Рис. 1.8. Динаміка рентабельності витрат та доходів від експорту за 2014-2018 рр., %

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

Як бачимо, найнижчі показники рентабельності за звітний період були у 2016р, що характеризується встановленням цінових знижок на ряд товарних позицій. При цьому, вже у 2017р. рентабельність витрат на здійснення ЗЕД зросла на 4,7%, а рентабельність експортної реалізації – на 2,6%. Станом на 2018р., рентабельність витрат становила 13,2%, а рентабельність реалізації – 11,6%.

Проаналізуємо вплив зміни рівня націнки, що безпосередньо є показником організації та планування експортних операцій на обсяг ефекту від здійснення ЗЕД. Розрахунки наведено в табл. 1.11.

Таблиця 1.11

**Оцінка впливу зміни рівня цін та обсягу витрат ТОВ
«РосКосметика» на ефект від здійснення експорту за 2014-2018 рр.**

Показники	Формула	Період				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, тис.грн	Де	16516	27237	35486	41546	50923

Продовження табл. 1.11

1	2	3	4	5	6	7
Сукупні витрати ЗЕД, тис.грн	ЗВ	15411	25397	33725	37801	44994
Сума чистої націнки, тис.грн	$CH = De - ЗВ$	1105	1840	1762	3745	5928
Рівень чистої націнки	$Рчн = CH / ЗВ$	0,072	0,072	0,052	0,099	0,132
Ефект від здійснення ЗЕД, тис.грн	$Ee = ЗВ \times Рчн$	1105	1840	1762	3745	5928
Зміна ефекту від здійснення ЗЕД за рахунок:						
- зміни витрат на ЗЕД, тис.грн.	-	-	716	603	213	713
- зміни націнки, тис.грн	-	-	19	-682	1770	1471
Загальна зміну ефекту від здійснення ЗЕД, тис.грн.	-	-	735	-79	1983	2184

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

Як свідчать дані табл. 1.11, у 2014-2015 роках обсяг ефекту від здійснення експорту збільшився на 735 тис.грн, в тому числі зростання рівня націнки вплинуло на збільшення ефекту на 19 тис.грн. Впродовж 2015-2016 ефект від здійснення експорту зменшився на 79 тис.грн за рахунок встановлення нижчих цін на продукції в умовах посилення конкурентної боротьби на зовнішньому ринку. Проте, починаючи з 2017, можемо спостерігати зростання ефекту в більшій мірі за рахунок зростання націнки. Так, станом на 2018р. ефект від експорту становив 5928 тис.грн.

Далі проаналізуємо вплив рівня прибутковості експортної реалізації та обсягу доходів від експорту на ефект від експорту (табл. 1.12).

Таблиця 1.12

Оцінка впливу зміни прибутковості реалізації та доходів від експорту ТОВ «РосКосметика» на прибуток від здійснення ЗЕД за 2014-2018 рр., %

Показники	Формула	Період				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, тис.грн	De	16516	27237	35486	41546	50923

Продовження табл. 1.12

1	2	3	4	5	6	7
Ефект від здійснення експорту, тис.грн	ПР	1105	1840	1762	3745	5928
Прибутковість експорту	$R_{пр} = \frac{ПР}{Д_{е}} \times 100\%$	6,7	6,8	5,0	9,0	11,6
Зміна ефекту від здійснення експорту за рахунок:						
- зміни доходів від експорту, тис.грн.	-	-	717	557	301	845
- зміни прибутковості експорту, тис.грн	-	-	18	-636	1682	1339
Загальна зміна ефекту від здійснення експорту, тис.грн.	-	-	735	-79	1983	2184

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД підприємства

Відповідно до даних табл. 1.12, у 2014-2015 роках обсяг ефекту від здійснення експорту збільшився на 735 тис.грн, в тому числі за рахунок зростання доходів від експорту ефект збільшився на 717 тис.грн, а за рахунок зростання прибутковості експорту – на 18 тис.грн. Впродовж 2015-2016 рр. обсяг ефекту від здійснення експорту зменшився на 79 тис.грн, в тому числі за рахунок зростання експортної реалізації ефект збільшився на 557 тис.грн, проте за рахунок зниження прибутковості експорту – зменшився на 636 тис.грн. У 2016-2017 рр. обсяг ефекту від здійснення експорту зріс на 1983 тис.грн, в тому числі за рахунок зростання доходів ефект від експорту зріс на 301 тис.грн, а за рахунок зростання прибутковості експорту – на 1682 тис.грн. За 2017-2018 рр. ефект від здійснення експорту збільшився на 2184 тис.грн, в тому числі за рахунок зростання експортної реалізації ефект збільшився на 845 тис.грн, а за рахунок збільшення прибутковості експорту – зріс на 2184 тис.грн.

Так, динаміка ефективності експортної діяльності є неоднозначною. У 2014 році показник ефективності експортних операцій становив 1,07 пункти, проте у 2017 році відбувся ріст ефективності на 5%. На 2018р. показник ефективності сягнув значення 1,13 пункти, а ефект від експорту склав 5929 тис. грн.

Виходячи з наведеної динаміки показника ефективності ЗЕД можна сказати, що зростала і ефективність зовнішньоекономічної політики

підприємства. Так, за 2014-2018 роки відбулось зростання обсягу експортної реалізації, при цьому доходи від експорту зросли на 208,3%, а виробничі витрати збільшилися на 141,3%, тобто сформувалось позитивне сальдо динаміки доходів та витрат, що призвело до зростання прибутку від експортної реалізації.

Висновки до розділу 1

Компанія «РосКосметика» є найбільшим сертифікованим українським виробником ароматів, що застосовуються при виробництві косметики та побутової хімії: пральних порошків, кремів, шампунів. Також компанія широко представлена на ринку автохімії. Іншим напрямком діяльності підприємства є виробництво різних миючих засобів, рідкого мила, кондиціонерів та ін.

Результати аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «РосКосметика» показали, що фінансова стійкість компанії знаходиться на достатньому рівні. Обсяги чистого доходу підприємства у період з 2014 по 2018 роки мали тенденцію до збільшення. Зростання обсягу чистого прибутку у 2018 році порівняно з 2017 роком було зумовлено перевищенням сукупних доходів над сукупними витратами. У структурі активів досліджуваного підприємства у 2014-2018 рр. переважала частка дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги та запаси, частка яких зросла на 18,7% за останні 5 років. Загальна платоспроможність підприємства знаходилася наприкінці 2018 року на дуже високому рівні, відповідно до передбачених меж рекомендованими значеннями показника загальної латоспроможності.

ТОВ «РосКосметика» спеціалізується в основному на експорті сировинної продукції для рапфумерно-косметичної галузі та хімічної промисловості. Проведений аналіз динаміки загальних обсягів експорту свідчить, що він мав постійну тенденцію до зростання. В цілому у 2015 році порівняно з 2014-м роком обсяг експорту товарів підприємством збільшився на 10721 тис.грн або на 64,9%. Порівнюючи обсяг експорту у 2018 році зі

значенням даного показника у 2017 році, можна побачити тенденцію до зростання обсягу експорту на 9377 тис.грн або на 22,6%.

Оцінка основних факторів впливу на здійснення результативності експортних операцій за допомогою методу факторного аналізу свідчить, що рівень витрат та цін, який сформовано на підприємстві, є слабо еластичним до показників попиту на зовнішніх ринках та обсягів виробничих витрат, що потребує пошуку організаційних та структурних резервів для поліпшення показників діяльності. Протягом досліджуваного періоду простежується тенденція до зростання ефективності зовнішньоекономічної політики підприємства. Так, за 2014-2018 роки відбулось зростання обсягу експортної реалізації, тобто сформувалось позитивне сальдо динаміки доходів та витрат, що призвело до зростання прибутку від експортної реалізації.

РОЗДІЛ 2

УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «РОСКОСМЕТИКА»

2.1. Обґрунтування напрямів удосконалення процесу організації операцій з експорту ТОВ «РосКосметика»

Підвищення ефективності організації операцій з експорту досліджуваного підприємства у процесі здійснення його зовнішньоекономічної діяльності має бути орієнтованим на зростання загальних результатів діяльності, а також операцій з реалізації парфюмерно-косметичної продукції на зовнішньому ринку. З цією метою, на основі вивчення наукової літератури, а також базуючись на результатах аналізу діяльності підприємства у 1-му розділі, пропонуємо двохетапну модель підвищення ефективності організації експортної діяльності (рис. 2.1) [14].



Рис. 2.1. Двоступінчаста модель підвищення ефективності організації експортної діяльності підприємства – суб'єкта міжнародного бізнесу у міжнародній економічній діяльності ТОВ «РосКосметика»

Джерело: складено автором за [14]

Обґрунтуємо дану модель більш детально. Впровадження даної моделі починається з формування продуктової експортної стратегії підприємства на зовнішньому ринку. У випадку ТОВ «РосКосметика» продуктова стратегія має бути орієнтована на оптимізацію асортименту продажу парфюмерно-косметичних товарів на ринках зарубіжних країн з використанням розгалуженої мережі посередників [13].

Формування експортної стратегії підприємства ТОВ «РосКосметика» на міжнародному ринку передбачає вироблення критеріїв у плануванні структури експорту продукції, які варто поділити на дві ключові групи: ринкові та комерційні (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Критерії розвитку експорту в напрямку зростання присутності ТОВ
«РосКосметика» на міжнародному ринку**

Ринкові критерії формування експортної стратегії	Комерційні критерії формування експортної стратегії
-Місткість ринку. -Прогноз попиту (розвиток/скорочення). -Загальне становище на ринку (конкурентна позиція), частка ринку. -Наявні та можливі конкуренти. -Прогноз у розвитку конкуренції. - Наявні та можливі товари-замінники. -Можлива тривалість "життєвого циклу" товару. -Доступність та рівень якості постачання товарів.	-Можливі обсяги реалізації. -Потреба в інвестиціях (обсяги та терміни). -Рівень і терміни окупності проектів. - Імовірність конкурентоспроможного вирішення проблем та використання товару. -Термін завершення етапів реалізації стратегії. - Рівень ефективності формування стратегії при реалізації товарів за конкурентоспроможною ціною

Джерело: розроблено автором за [25]

Формування експортної стратегії ТОВ «РосКосметика», базуючись на критеріях, наведених у табл. 2.1, має визначатися за відповідними етапами, які необхідні для її реалізації. Кожен етап повинен містити чіткі завдання та критерії оцінки його результатів. Також важливо відмітити, що важливим

етапом у ході розробки експортної стратегії є інформаційно-аналітичний, який передбачає збір та аналіз інформації про фактичні тенденції у продуктивній політиці. Даний етап уже було обґрунтовано у 1 розділі під час аналізу експортної діяльності ТОВ «РосКосметика» у 2014-2018 рр.

Таким чином, формування експортної стратегії розвитку підприємства «РосКосметика» на зовнішньому ринку у 2020 році пропонуємо сформувати за такими етапами (рис. 2.2).

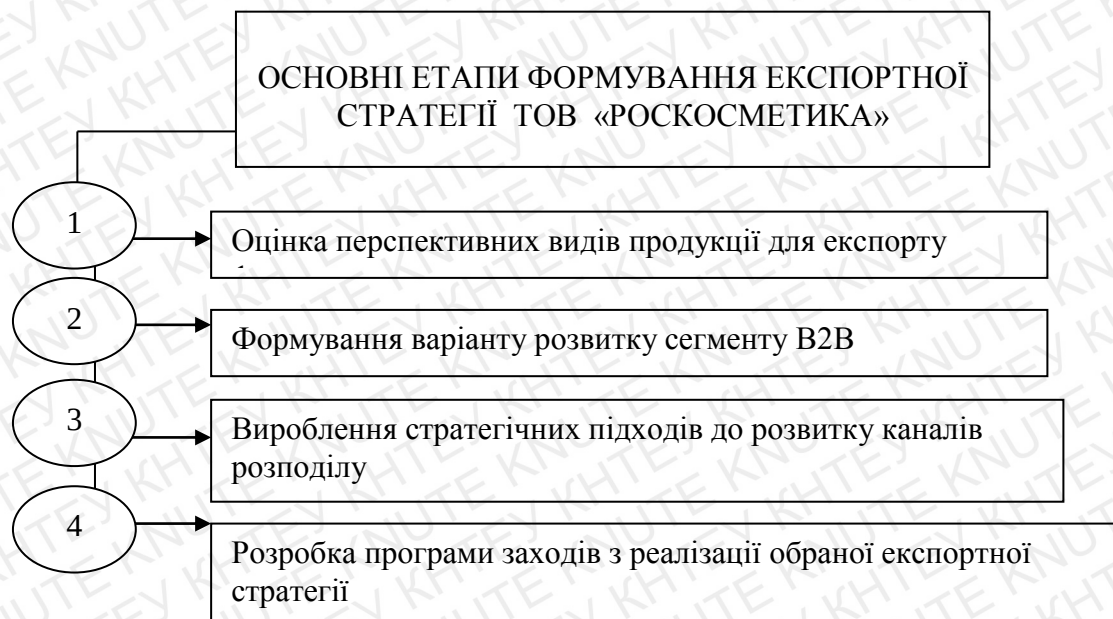


Рис. 2.2. Основні етапи формування експортної стратегії ТОВ «РосКосметика» на 2020 рік

Джерело: розроблено автором за [13; 14]

Визначаючи види продукції підприємства, які експортуються ним для зовнішнього ринку, варто виділити ті, які мають найбільшу частку в реалізації та найвищі темпи зростання обсягу експорту [17]. Ранжування перспективності продуктивних сегментів наведено на рис. 2.3. Дана діаграма відображає позиціонування окремих видів продукції в системі координат: «обсяги експорту» - «темпи зростання експорту».

Як свідчать дані рис. 2.3., найбільш перспективною продуктовою групою є група «ароматичні масла». Вона користується найбільшим попитом, а тому

має перспективи для подальшого зростання експорту. Також досить перспективними є продуктові групи «Концентрати для миючих засобів» та «Екстракти олійних культур». При цьому варто відмітити, що решта товарних груп перебувають приблизно на однаковому рівні оптимальності номенклатури для експорту.

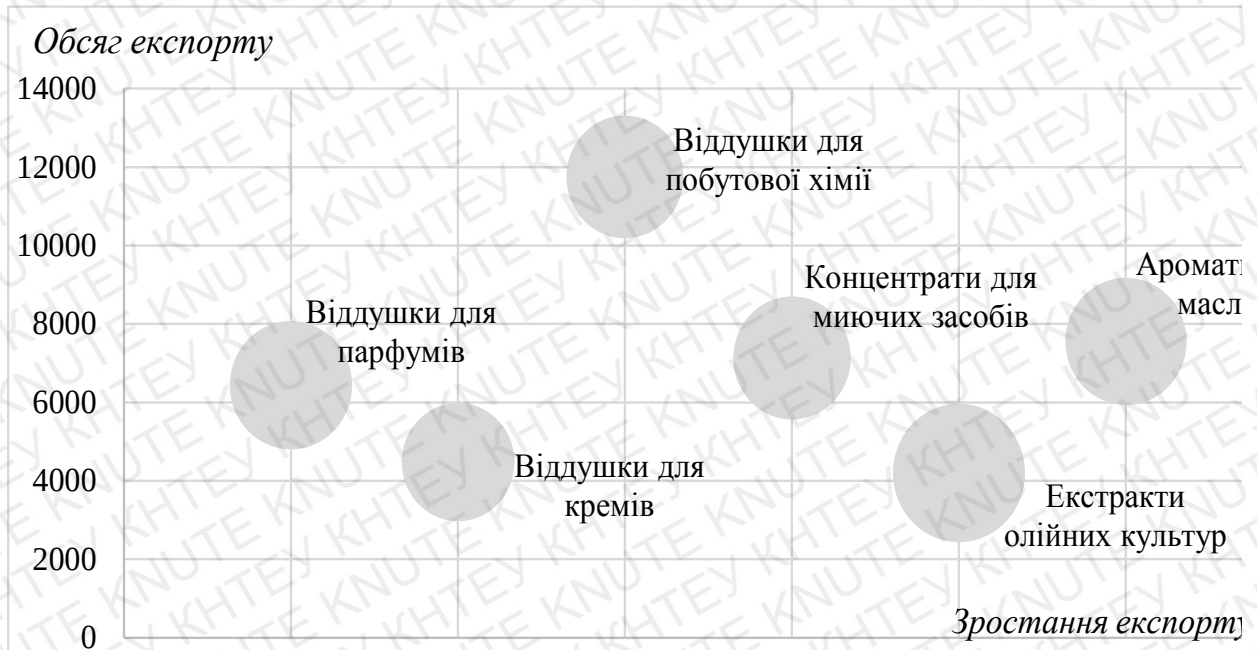


Рис. 2.3. Ранжування перспективності номенклатури ТОВ «РосКосметика» для розвитку експорту на зовнішні ринки

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД та відділу маркетингу

Зростання експорту по іншим продуктовим групам потребує перегляду політики стимулювання попиту на них або ж заміну більш привабливими продуктовими позиціями.

Вибір варіантів розвитку дилерської мережі потребує визначення основних стратегічних цілей розробки та реалізації експортної стратегії в процесі постачання продукції на зовнішні ринки [16]:

1. Отримання результативності у процесі здійснення експорту та подальших продажів має вархувати особливості сегментів ринку парфюмерно-косметичних товарів та очікуваних змін його кон'юнктури («організація та попит»). Ринок парфюмерно-косметичних товарів має свої тренди та моделі розвитку, які потрібно постійно виявляти.

2. Досягнення обсягу та формування структури обсягу продаж, яка б забезпечувала максимальну ефективність використання наявного ресурсного потенціалу («орієнтація на ресурсозабезпеченість»).

3. Досягнення обсягів продажу та формування його структури, виходячи з потреби отримання необхідного розміру (цільової суми) прибутку («орієнтація на прибуток»).

Наведені цілі удосконалення експортної діяльності можемо формалізувати у виробленні відповідних напрямків до формування експортної стратегії у 2020 році (табл. 2.2)

Таблиця 2.2

**Стратегічні напрямки до формування експортної діяльності ТОВ
«РосКосметика» на 2020 рік**

<i>Назва стратегічного підходу</i>	<i>Місце в процесі управління розвитком експорту</i>	<i>Передумови пріоритетності реалізації</i>
1. Орієнтація на попит	Визначення максимального обсягу продаж товарів на даному сегменті ринку	Діяльність підприємства на сегменті ринку із значним обсягом незадоволеного та формуючого попиту, низьким ступенем конкурентної боротьби.
2. Орієнтація на ресурсну забезпеченість	Визначення обсягу продаж, який може бути досягнуто при наявному ресурсному потенціалі на ступені ефективності його використання	Діяльність підприємства на перспективному сегменті ринку або в умовах погіршення кон'юнктури ринку та зниження обсягів експорту продукції.
3. Орієнтація на прибуток	Визначення мінімальних обсягів продаж виходячи з умов самоокупності та самофінансування діяльності підприємства	Жорстокі фінансові обмеження, великий обсяг умовно постійних поточних витрат та позикового капіталу, гарантованість дивідендних виплат, великі інвестиційні та соціальні потреби.

Джерело: розроблено автором за [14; 16]

Розробка ефективної політики розвитку експорту досліджуваного підприємства на ринку парфюмерно-косметичної галузі покликана підвищити обсяги реалізації з одного боку, а з іншого – забезпечити стійкі конкурентні

позиції ТОВ «РосКосметика» [15]. Це вимагає від підприємства у ході реалізації експертної стратегії побудови виваженої політики розподілу продукції. Процес формування політики розподілу на ТОВ «РосКосметика», враховуючи специфіку ринку сировини для парфюмерно-косметичного виробництва та особливості міжнародного економічного середовища досліджуваного підприємства представлено на рис. 2.4.

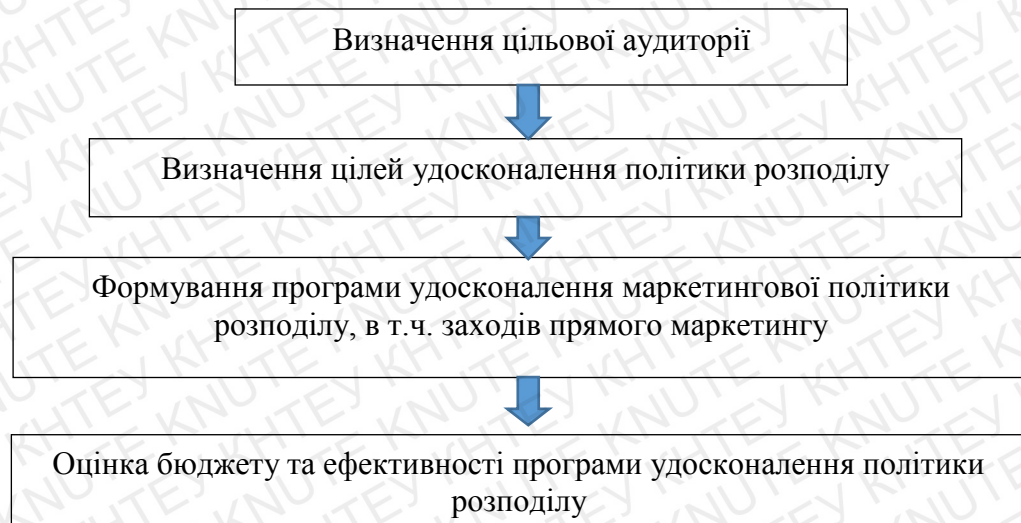


Рис. 2.4. Етапи удосконалення політики розподілу ТОВ «РосКосметика»

Джерело: розроблено автором за [13; 15]

Варто визначити такі етапи удосконалення експорту на засадах посилення політики розподілу підприємства як: 1) визначення цільової аудиторії; 2) визначення цілей формування програми удосконалення політики розподілу; 3) визначення напрямків посилення позиції воронки продажів ТОВ «РосКосметика» та брендингової політики на ринку сировини для парфюмерно-косметичного виробництва [13; 15].

Перспективними сегментами для формування каналів розподілу ТОВ «РосКосметика» є:

- торговельні посередники;
- виробники косметичних товарів;
- спеціалізовані магазини, що торгують ароматичними есенціями та маслами (для B2B ринку).

Цілі удосконалення експорту шляхом посилення політики розподілу ТОВ «РосКосметика» на ринку сировини для парфюмерно-косметичного виробництва визначено на рис. 2.5.

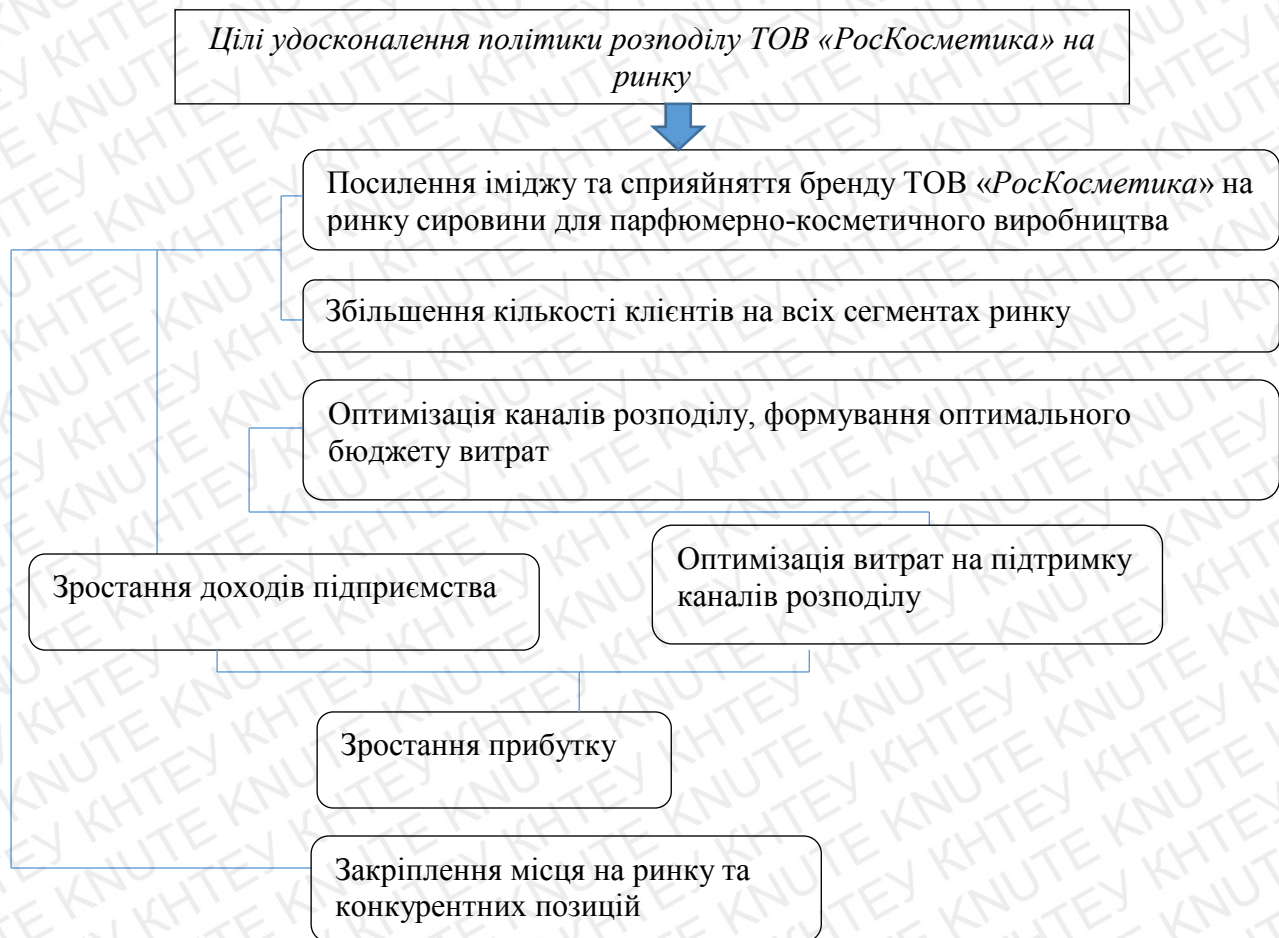


Рис. 2.5. Комплекс цілей удосконалення політики розподілу ТОВ «РосКосметика» на ринку сировини для парфюмерно-косметичного виробництва

Джерело: розроблено автором за [11; 15]

Як видно з рис. 2.5, усі цілі розробки удосконалення політики розподілу досліджуваного підприємства умовно можна поділити за рівнями. Основними кінцевими цілями удосконалення політики розподілу є зростання фінансових результатів роботи підприємства та закріплення його місця на ринку, посилення конкурентних позицій [11].

Таким чином, у даному питанні було обґрунтовано основні напрямки удосконалення експортної діяльності підприємства. Експортна стратегія ТОВ «РосКосметика» має бути орієнтована на оптимізацію асортименту продажу парфюмерно-косметичних товарів на ринках зарубіжних країн з використанням розгалуженої мережі посередників. Кожен етап повинен містити чіткі завдання та критерії оцінки його результатів. Також варто відмітити, що важливим етапом у ході розробки експортної стратегії є інформаційно-аналітичний, який передбачає збір та аналіз інформації про фактичні тенденції у продуктивній політиці. Даний етап уже було обґрунтовано у 1 розділі під час аналізу експортної діяльності ТОВ «РосКосметика» у 2014-2018 рр. Перспективними сегментами для формування каналів розподілу ТОВ «РосКосметика» можна поділити на наступні сегменти: торговельні посередники; виробники косметичних товарів; спеціалізовані магазини, що торгують ароматичними есенціями та маслами (для B2B ринку).

2.2. Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності експорту продукції ТОВ «РосКосметика»

Формування комплексу заходів щодо підвищення ефективності експорту продукції ТОВ «РосКосметика» передбачає розробку відповідної програми для стимулювання експорту, яка повинна містити набір завдань, які дозволять оптимізувати комерційну роботу підприємства на міжнародному ринку [9].

У процесі розробки заходів підвищення ефективності експорту на ринку сировини для парфюмерно-косметичного виробництва для ТОВ «РосКосметика» обґрунтуємо основні маркетингові засоби (інструменти), які підприємству доцільно використовувати задля підвищення попиту на власну продукцію та зростання рівня присутності товарів підприємства на зовнішньому ринку.

Комплекс пропонованих інструментів (засобів) удосконалення заходів підвищення ефективності експорту відображено на рис. 2.6.

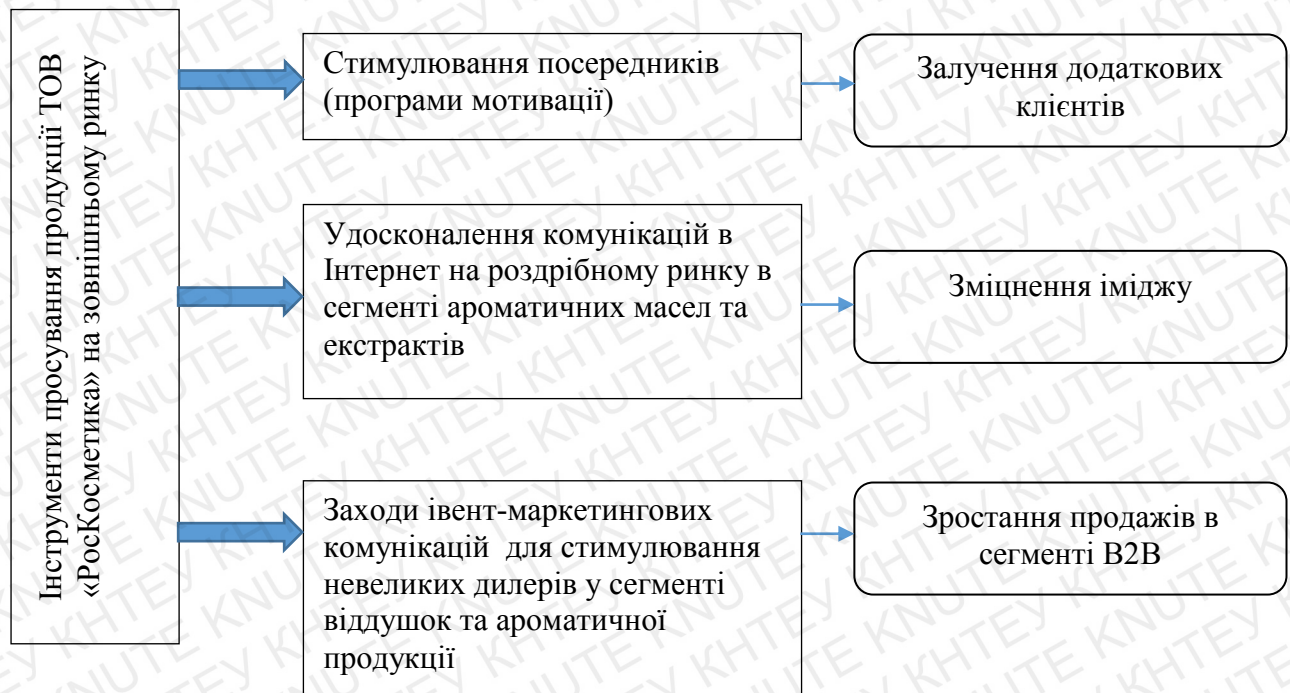


Рис. 2.6. Основні інструменти для удосконалення заходів підвищення ефективності експорту ТОВ «РосКосметика» у 2020 році

Джерело: розроблено автором за [9; 11]

Відмітимо, що кожен засіб має свою функціональну специфіку та призначення. Для підприємства доцільно обмежитися лише такими носіями, оскільки воно має обмежений бюджет їх фінансування. Стимулювання посередників (програми мотивації) має важливе значення при формуванні комплексу замовлень з боку середніх та великих оптових торговців. З цією метою пропонується провести ряд маркетингових заходів по розробці програми стимулювання (мотивації) посередників та активізації відповідних комунікаційних активностей з боку керівництва ТОВ «РосКосметика».

Удосконалення комунікацій в Інтернет на ринку в сегменті ароматичних масел передбачає можливості зростання збуту за рахунок вказаної групи товарів. Удосконалення просування сайту та поширення онлайн-реклами продукції підприємства має дуже важливе значення [27].

Заходи прямого маркетингу становлять окремий напрямок. На нашу думку, прямий маркетинг на ринку сировини для парфюмерно-косметичного

виробництва буде найбільш ефективним інструментом. Головною метою прямого маркетингу ТОВ «РосКосметика» в рамках реалізації стратегії просування є зростання кількості підключених покупців в сегменті B2B [11]. Важливо також розглянути основні напрямки удосконалення позицій ТОВ «РосКосметика» на ринку сировини для парфюмерно-косметичного виробництва засобами брендингової політики.

Для забезпечення стійкості бренду на ринку та недопущення втрати ним своєї ринкової частки необхідно також орієнтуватися частково на сегменти своїх конкурентів – ТОВ «Ароматика», ПАТ «Золотоніська парфюмерно-косметична фабрика». Необхідно передбачити розширення товарного асортименту і його представленості від виробників більш дорогої та ексклюзивної продукції. Відповідно, тоді середній рівень цін повинен зрости зі зростанням рівня представленості асортименту [10].

Важливим в процесі зміни позиціювання є коригування вже існуючої експортної стратегії просування в рамках загальної стратегії розвитку ринку. Припустимо, що ТОВ «РосКосметика» вже має місію, цінності та бачення у процесі розвитку комплексу просування. Це означає, що корпоративні цілі (збільшення прибутку, ринкова капіталізація тощо) вже встановлені. При цьому визначаються загальні стратегічні цілі. Наявність такого роду інформації вже дає можливість формувати бачення торговельної марки [16].

З метою підвищення ефективності експорту пропонується впровадити удосконалення управління каналами просування за рахунок впровадження сучасної CRM-системи. На рис. 2.7 зображено схему інфраструктурного забезпечення CRM-системи Salesforce, яке необхідно впровадити для автоматизації процесу управління каналами розподілу [28]. Наведена схема передбачає одночасно доробку сайту підприємства ТОВ «РосКосметика», зокрема впровадження на ньому особистого кабінету посередника (дистрибутора, об'єктної організації, роздрібного покупця). За допомогою CRM-системи пропонується здійснити впорядкування бази даних контактів, їх

сортування, можливість надсилання повідомлень до особистого кабінету користувача.



Рис. 2.7. Структурна схема інфраструктури CRM-системи Salesforce для удосконалення організаційної ефективності маркетингових заходів підвищення ефективності експорту ТОВ «РосКосметика»

Джерело: розроблено автором за [27; 28]

Це є значною перевагою для налагодження прямих комунікацій з покупцями сировини для парфюмерно-косметичного виробництва.

Графік реалізації заходів по впровадженню CRM-системи Salesforce наведено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Програма заходів впровадження CRM-системи Salesforce на ТОВ «РосКосметика» на 2020 р.

Заходи	Завдання на 2020 рік по кварталах				Відповідальні за виконання
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	
Формування відповідного матеріально-технічного забезпечення проєкту	+	+	+		-
- придбання 2-х додаткових роутерів	+				ІТ-директор
- придбання додаткового комп'ютера		+			ІТ-директор

Заходи	Завдання на 2020 рік по кварталах				Відповідальні за виконання
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	
- налаштування точок доступу			+		
<i>Впровадження CRM- системи</i>	+	+			-
Розробка технічного завдання на проект	+				Директор з маркетингу
Розгортання та налаштування модуля		+			Менеджер проекту від Oracle
Відлаштування сценаріїв по потреби маркетингу		+			Директор з маркетингу ІТ-директор
<i>Налаштування сценаріїв розсилок</i>	+	+	+	+	-
Налаштування сценаріїв розсилки e-mail, смс-повідомлень, IP-телефонії	+				Директор з маркетингу Менеджер проекту від Oracle, ІТ-директор
Інтеграція CRM- системи з сервісом VoLP WAN	+				
Підключення телефонів до CRM- системи		+	+	+	

Джерело: розроблено автором за даними відділу маркетингу [28]

Впровадження CRM-системи передбачає відлаштування усіх можливих сценаріїв надсилання повідомлень клієнтам. Ці сценарії будуть реалізовані на основі стандартної логіки CRM-системи Salesforce. Відповідальним за розробку сценаріїв буде голова відділу з маркетингу, який має скласти технічне завдання на проект. Технічну частину проекту будуть виконувати ІТ-директор підприємства та менеджер проекту зі сторони компанії інтегратора Oracle. Для впровадження CRM-системи Salesforce підприємство ТОВ «РосКосметика» має звернутися до головного офісу компанії Oracle та сформулювати запит. На основі запиту підприємству буде надано комерційну пропозицію з кошторисом витрат на впровадження системи [28].

Надалі обґрунтуємо бюджет на впровадження CRM-системи Salesforce. Основні види витрат було поділено в рамках кожної задачі, що наведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Бюджет витрат на впровадження пр CRM-системи Salesforce на ТОВ «РосКосметика» на 2020 р.

Заходи	Завдання на 2020 рік по кварталах				Бюджет, тис.грн
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	
<i>Формування відповідного матеріально-технічного забезпечення проекту</i>	20	20	10	0	50
Придбання 2-х додаткових роутерів	20	-	-	-	20
Придбання додаткового комп'ютера	-	20	-	-	20
Налаштування точок доступу	-	-	10	-	10
<i>Впровадження CRM- системи</i>	10	220	-	0	230
Розробка технічного завдання на проект	10	-	-	-	10
Розгортання та налаштування модуля	-	120	-	-	120
Відлаштування сценаріїв по потреби маркетингу	-	50	-	-	50
<i>Налаштування сценаріїв розсилок</i>	0	0	80	20	100
Налаштування сценаріїв розсилки e-mail, смс- повідомлень, IP-телефонії	-	-	30	-	30
Інтеграція CRM- системи з сервісом VoLP WAN	-	-	50	10	60
Підключення телефонів до CRM-системи	-	-	-	10	10
РАЗОМ	120	240	90	20	470

Джерело: розроблено автором за даними відділу маркетингу [28]

На основі проведеної оцінки бюджету впровадження ТОВ «РосКосметика» у 2020 році можна сказати, що загальний обсяг витрат становитиме 470 тис.грн.

Розробка програми заходів підвищення ефективності експорту підприємства ТОВ «РосКосметика» на ринку сировини для парфюмерно-косметичного виробництва передбачає обґрунтування окремих маркетингових

інструментів, які було наведеновище [11]. Розглянемо кожен напрямок більш детально.

1) Мотивація посередників

Компанії з продажу сировини для парфюмерно-косметичного виробництва для підприємства ТОВ «РосКосметика» виступають оптовими торговельними посередниками. З ними підприємство укладає довгострокові контракти та формує відповідну складську програму. Як було згадано у розділі 1, підприємство вже активно працює в межах наведеного ланцюга (каналу) розподілу сировини для парфюмерно-косметичного виробництва. Однак, на наш погляд, можливо здійснити оновлення політики комунікацій з дрібними посередниками, зокрема тими, хто виходить на ринки ароматичних масел. З цією метою варто розробити програму стимулювання посередників. В якості інструментів стимулювання варто використовувати як дисконтну політику, так надання ексклюзивних прав зі збуту ароматичних товарів та сировини у визначених регіонах, які покриваються посередниками [16]. Наведена схема буде працювати за умови відповідної простої та прозорості програми мотивації, зміст якої коротко викладено у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Програма мотивації посередників ТОВ «РосКосметика» на зовнішньому ринку

<i>Рівень мотивації</i>	<i>Охоплення (регіон)</i>	<i>Обсяг замовлень, тис.грн</i>	<i>Розмір додаткової знижки від експортного прайсу, %</i>	<i>Умови оплати</i>
1	2	3	4	5
Початковий	Немає вимоги	від 100 тис.грн / квартал	3	70 передплата / 30 за фактом відвантаження
Ексклюзив	Охоплення регіону (область)	Від 500 тис.грн / квартал	5	50 передплата / 50 за фактом відвантаження
Ексклюзив +	Охоплення регіону (область)	Від 1000 тис.грн / квартал	8	30 передплата / 70 за фактом відвантаження

Джерело: розроблено автором за даними відділу маркетингу, [11; 16]

Мотивація посередників дасть змогу активізувати воронку продажів та згенерувати додатковий збут. Також перевагою такої мотивації у формі ступінчастого типу є не лише розвиток системи розподілу ТОВ «РосКосметика» на зовнішніх риках, але і розвиток (зростання) самих посередників, що зробить цю систему ще більш привабливою для них.

2) Івент-заходи для стимулювання великих підприємств парфюмерно-косметичної галузі

Великі виробничі підприємства парфюмерно-косметичної галузі здійснюють закупівлю сировини для виробництва на умовах розробленої та затвердженої нормативної документації. Можливість реалізації сировини для парфюмерно-косметичного виробництва підприємством ТОВ «РосКосметика» для цих компаній визначається результатами тендерних процедур. Аби мотивувати керівників великих заводів косметики здійснювати вибір на користь сировини від ТОВ «РосКосметика», доцільно організувати програми проведення презентацій та зустрічей між наведеними персонами та керівництвом підприємства [10; 11]. Приклади запропонованих заходів наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Перелік маркетингових івент-заходів для просування ТОВ «РосКосметика»

<i>Тип заходу</i>	<i>Мета</i>	<i>Місце проведення</i>	<i>Періодичність проведення у 2020 році</i>
Організація презентацій продукції підприємства на ринку	Показ партнерам основних інноваційних продуктів, демонстрація переваг перед конкурентами	Офіс підприємства	1 раз на місяць
Ділові зустрічі в неофіційній атмосфері з партнерами	Зростання рівня лояльності у партнерів до компанії та її керівництва	Заклади розваг, ресторани, кафе	За потребою (орієнтовно 2 рази на місяць)

Джерело: розроблено автором за даними відділу маркетингу, [10]

Комплекс із запропонованих івент-заходів дасть змогу залучити потенційних клієнтів через встановлення постійних комунікацій та особистих стосунків з керівниками.

3) Активізація рекламних заходів в Інтернет

Оскільки ТОВ «РосКосметика» планує розвивати власну роздрібну мережу для реалізації ароматичних масел в країнах ЄС, то пропонуємо здійснити реєстрацію компанії на Amazon та розмістити там відповідні банери, які будуть привертати увагу до продукції, які формує безпосередньо саме підприємство. Банери будуть розміщуватись на інформаційних порталах косметичних компаній та на ресурсах торговельних компаній.

Інтернет реклама дасть можливість зробити канали просування більш активними. Зростання рівня представленості ТОВ «РосКосметика» в Інтернет відкриває додаткові можливості для підвищення іміджу бренду на зовнішньому ринку. Загальний місячний та річний бюджети рекламних заходів досліджуваного підприємства для просування експорту наведено у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Бюджет маркетингових витрат на реалізацію програми заходів з підвищення ефективності експорту

Заходи	Періодичність	Витрати на місяць	Річні витрати (травень-грудень)
1. Стимулювання посередників	На постійній основі	Орієнтовно 50-60 тис.грн	750 тис.грн (бюджет знижок)
2. Івент-заходи стимулювання архітекторів та дизайнерів			126 тис.грн
Організація презентацій продукції підприємства на ринку	1 раз на місяць	25 тис.грн	30 тис.грн
Ділові зустрічі в неофіційній атмосфері з партнерами	За потребою (орієнтовно 2 рази на місяць)	4 тис.грн	96 тис.грн
3. Активізація реклами і Інтернет	Тематика	х	43 тис.грн
Разом		х	917 тис.грн

Джерело: розроблено автором за даними відділу маркетингу, [11]

Таким чином, загальний обсяг бюджету підприємства у 2020 році становитиме 917 тис.грн.

Отже, у даному питанні було обґрунтовано основні засоби покращення організації маркетингових заходів підвищення ефективності експорту підприємства, зокрема: стимулювання посередників (програми мотивації), удосконалення комунікацій в Інтернет, заходи івент-маркетингових комунікацій для стимулювання керівників великих косметичних виробників купувати сировину від ТОВ «РосКосметика». З метою покращення організаційної ефективності заходів підвищення ефективності експорту запропоновано проект з впровадження на підприємстві CRM-системи Salesforce. Даний проект передбачає одночасно доробку сайту ТОВ «РосКосметика», зокрема впровадження на ньому особистого кабінету посередника (дистрибутора, об'єктної організації, роздрібного покупця). За допомогою CRM-системи пропонується здійснити впорядкування бази даних контактів, їх сортування, можливість надсилання повідомлень до особистого кабінету користувача. Це є значною перевагою для налагодження прямих комунікацій з покупцями сировини для парфюмерно-косметичного виробництва.

2.3. Прогнозування фінансових результатів ТОВ «РосКосметика» в наслідок реалізації запропонованих заходів

Надалі у даному питанні спрогнозуємо результати (ефект) від впровадження заходів, які були обґрунтовано у питанні 2.1 та 2.2.

Оцінку ефективності впровадження запропонованих заходів на ТОВ «РосКосметика» будемо здійснювати використовуючи в якості вихідних даних фінансову інформацію за 2020-2022 рр. по ТОВ «РосКосметика» та дані, які відображають міру впливу кожного з запропонованих в програмі заходів на величину результату діяльності підприємства у плановому періоді.

Спочатку оцінимо, як вплинуть запропоновані заходи на результати діяльності за умови їх впровадження. Виходячи з того, економічний ефект запропонованих заходів має вимірюватися кількісною величиною, то доцільно визначити ступінь впливу кожного заходу на обсяги доходів підприємства та обсяги понесених витрат.

Прогнозування виручки від реалізації експортованих товарів на 2020-2022 роки було здійснене виходячи з умови, що у плановому періоді збережеться середньорічний темп її зростання, який був досягнутий за 2014-2018 роки.

Ми обрали саме середньорічний темп, оскільки виручка не має якоїсь постійної тенденції, а тому для адекватності прогнозу потрібно обирати саме середньгеометричні показники, що дозволять згладжувати коливання тенденцій.

Надалі спрогнозуємо обсяги виручки, витрат по обслуговуванню операцій з експорту на 2020-2022 роки, використовуючи показник середньорічного темпу приросту. При цьому планові обсяги витрат (сообівартість та витрати на обслуговування експорту) визначатимемо виходячи з показника середнього рівня цих витрат на прогнозну виручку. Результати наведені у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Динаміка прогнозованих результатів від реалізації експортованих товарів ТОВ «РосКосметика» у 2020-2022 рр.

Показники	Прогноз				Абсолютне відхилення	
	2019	2020	2021	2022	2022/2019	2022/2021
Чистий дохід від реалізації експортованих товарів, тис.грн	84319	103021	125870	153788	69469	27918
Собівартість продукції з урахуванням витрат на доставку, тис.грн	52836	64554	78872	96366	43530	17494
Інші витрати, пов'язані з обслуговуванням експорту, тис.грн	9324	11392	13919	17006	7682	3087
Ефект від реалізації експортованих товарів, тис.грн	22159	27074	33079	40416	18257	7337

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД

На основі показників з табл. 2.8 сформуємо прогноз щодо ефекту реалізації експортованих товарів за умови впровадження запропонованих заходів ТОВ «РосКосметика» у 2020 році.

Як свідчать результати проведених розрахунків, у плановому періоді прогнозується поступове зростання обсягів реалізації. Дані на 2019 рік також спрогнозовано, оскільки потрібно виконувати принцип неперервності даних при прогнозуванні.

Надалі визначимо перспективні обсяги виручки та ефекту від реалізації експортованих товарів з урахуванням запропонованих у питаннях 2.1-2.2 заходах. На думку комерційного директора підприємства, підвищення результативності роботи компанії на міжнародному ринку має збільшити обсяги виручки мінімум на 15%, починаючи з 2020-го року. Планові розрахунки наведено у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

**Динаміка фінансових результатів реалізації експортованих товарів
ТОВ «РосКосметика» у 2020-2022 рр. в наслідок впровадження
запропонованих заходів**

Показники	Прогноз				Абсолютне відхилення	
	2019	2020	2021	2022	2022/2019	2022/2021
Чистий дохід від реалізації експортованих товарів, тис.грн	84319	118474	144751	176856	92537	32105
Собівартість продукції з урахуванням витрат на доставку, тис.грн	52836	74238	90703	110821	57985	20118
Інші витрати, пов'язані з обслуговуванням експорту, тис.грн	9324	13101	16006	19557	10233	3551
Додаткові витрати на впровадження заходів, тис.грн	-	917 + 470 = 1387	-	-	-	-
Ефект від реалізації експортованих товарів, тис.грн	22159	29748	38041	46478	24319	8437

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД

Порівняльна таблиця прогнозних результатів від реалізації експортованих товарів підприємством за умов впровадження та ігнорування запропонованих заходів представлена нами в Додатку Г.

Чистий ефект від впровадження заходів визначається як різниця між ефектами за двома варіантами прогнозу – 1-й варіант (з урахуванням заходів), 2-й варіант (без урахування заходів). Результати оцінки економічного ефекту наведено на рис. 2.8.

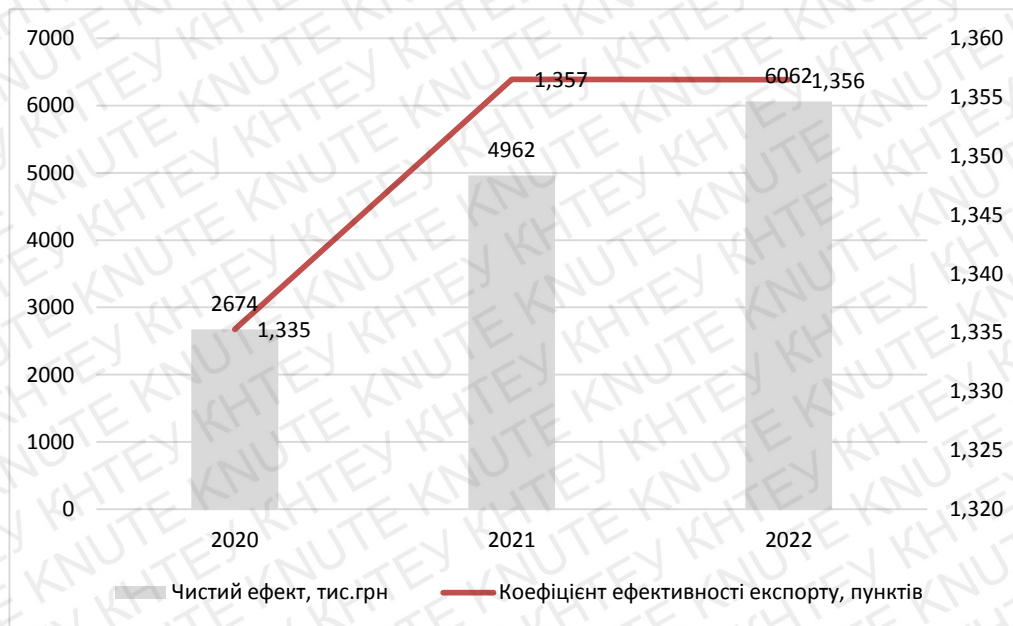


Рис. 2.8. Прогнозні показники ефективності експорту ТОВ

«РосКосметика»

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД

Отже, ефект від впровадження запропонованих заходів у 2020 році становитиме 2674 тис.грн, у 2021 році – 4962 тис.грн, у 2022 році – 6062 тис.грн. При цьому значення ефективності експорту зросте у 2020 році до 1,357 пункти.

Висновки до розділу 2

Підвищення ефективності організації операцій з експорту ТОВ «РосКосметика» у процесі здійснення його зовнішньоекономічної діяльності має бути орієнтованим на зростання загальних результатів діяльності, а також

операцій з реалізації парфюмерно-косметичної продукції на зовнішньому ринку. Експортна стратегія компанії має бути орієнтована на оптимізацію асортименту продажу парфюмерно-косметичних товарів на ринках зарубіжних країн з використанням розгалуженої мережі посередників.

Також було обґрунтовано основні засоби покращення організації маркетингових заходів підвищення ефективності експорту підприємства, зокрема: стимулювання посередників (програми мотивації), удосконалення комунікацій в Інтернет, заходи івент-маркетингових комунікацій для стимулювання керівників великих косметичних виробників купувати сировину від ТОВ «РосКосметика». З метою покращення організаційної ефективності заходів підвищення ефективності експорту запропоновано проект з впровадження на підприємстві CRM-системи Salesforce. Даний проект передбачає одночасно доробку сайту ТОВ «РосКосметика», зокрема впровадження на ньому особистого кабінету посередника (дистриб'ютора, об'єктної організації, роздрібного покупця). За допомогою CRM-системи пропонується здійснити впорядкування бази даних контактів, їх сортування, можливість надсилання повідомлень до особистого кабінету користувача. Це є значною перевагою для налагодження прямих комунікацій з покупцями сировини для парфюмерно-косметичного виробництва. Бюджет витрат по проекту становитиме 470 тис.грн. Ефект від впровадження запропонованих заходів у 2020 році становитиме 2674 тис.грн, у 2021 році – 4962 тис.грн, у 2022 році – 6062 тис.грн. При цьому значення ефективності експорту зросте у 2020 році до 1,357 пункти.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Компанія «РосКосметика» є найбільшим сертифікованим українським виробником ароматів, що застосовуються при виробництві косметики та побутової хімії: пральних порошків, кремів, шампунів. Також компанія широко представлена на ринку автохімії. Іншим напрямком діяльності підприємства є виробництво різних миючих засобів, рідкого мила, кондиціонерів та ін.

Результати аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «РосКосметика» показали, що фінансова стійкість компанії знаходиться на достатньому рівні. Було проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності та особливості управління на ТОВ «РосКосметика». Обсяги чистого прибутку підприємства ТОВ «РосКосметика» у період з 2014 по 2015 роки зросли на 4524 тис. грн. (+74,5%). Зростання чистого прибутку відбулося за рахунок збільшення сукупних доходів на 20462 тис.грн або на 68,0%. У 2018 році порівняно з 2017 роком чистий прибуток збільшився на 772 тис. грн (+5,5%). Зростання обсягу чистого прибутку у 2018 році порівняно з 2017 роком було зумовлено перевищенням сукупних доходів над сукупними витратами. Значення оборотності сукупних активів підприємства мало тенденцію до поступового зростання.

Оцінка основних факторів впливу на здійснення результативності експортних операцій за допомогою методу факторного аналізу свідчить, що рівень витрат та цін, який сформовано на підприємстві, є слабо еластичним до показників попиту на зовнішніх ринках та обсягів виробничих витрат, що потребує пошуку організаційних та структурних резервів для поліпшення показників діяльності. Протягом досліджуваного періоду простежується тенденція до зростання ефективності зовнішньоекономічної політики підприємства. Так, за 2014-2018 роки відбулось зростання обсягу експортної реалізації, тобто сформувалось позитивне сальдо динаміки доходів та витрат, що призвело до зростання прибутку від експортної реалізації.

Проведений аналіз динаміки загальних обсягів експорту свідчить, що він мав постійну тенденцію до зростання. В цілому у 2015 році порівняно з 2014-м роком обсяг експорту товарів підприємством збільшився на 10721 тис.грн або на 64,9%. Порівнюючи обсяг експорту у 2018 році зі значенням даного показника у 2017 році, можна побачити тенденцію до зростання обсягу експорту на 9377 тис.грн або на 22,6%.

В структурі експорту продукції переважає товарна група «Віддушки для побутової хімії», а також такі види товарів як «Ароматичні масла», «Концентрати для миючих засобів» і «Віддушки для парфумів». «Віддушки для побутової хімії», «Екстракти олійних культур» - це найбільш уживані засоби, що використовують для виконання норм безпеки праці на виробничих підприємствах парфумерно-косметичної галузі. Такі товарні групи як «Ароматичні масла», «Концентрати для миючих засобів» і «Віддушки для парфумів» - це спеціалізовані види продукції, що відносяться до парфумерних напівфабрикатів. На них також існує значний попит, особливо з боку споживачів країни близького зарубіжжя. В географічній структурі ТОВ «РосКосметика» у 2014/2018 роках переважала частка експорту з Німеччини та Швеції. У 2014 році питома вага Німеччини в загальних обсягах експорту становила 25%, а Швеції – 36%.

У 2014 році показник ефективності експортних операцій становив 1,07 пункти, проте у 2017 році відбувся ріст ефективності на 5%. На 2018р. показник ефективності сягнув значення 1,13 пункти, а ефект від експорту склав 5929 тис. грн. Виходячи з наведеної динаміки показника ефективності ЗЕД можна сказати, що зростала і ефективність зовнішньоекономічної політики підприємства. Так, за 2014-2018 роки відбулось зростання обсягу експортної реалізації, при цьому доходи від експорту зросли на 208,3%, а виробничі витрати збільшилися на 141,3%, тобто сформувалось позитивне сальдо динаміки доходів та витрат, що призвело до зростання прибутку від експортної реалізації.

Обґрунтовано основні напрямки удосконалення експортної діяльності підприємства. Експортна стратегія ТОВ «РосКосметика» має бути орієнтована на оптимізацію асортименту продажу парфюмерно-косметичних товарів на ринках зарубіжних країн з використанням розгалуженої мережі посередників. Кожен етап повинен містити чіткі завдання та критерії оцінки його результатів. Також важливо відмітити, що важливим етапом у ході розробки експортної стратегії є інформаційно-аналітичний, який передбачає збір та аналіз інформації про фактичні тенденції у продуктивній політиці. Перспективними сегментами для формування каналів розподілу ТОВ «РосКосметика» є: торговельні посередники; виробники косметичних товарів; спеціалізовані магазини, що торгують ароматичними есенціями та маслами (для B2B ринку).

Обґрунтовано основні засоби покращення організації маркетингової заходів підвищення ефективності експорту підприємства, зокрема: стимулювання посередників (програми мотивації), удосконалення комунікацій в Інтернет, заходи івент-маркетингових комунікацій для стимулювання керівників великих косметичних виробників купувати сировину від ТОВ «РосКосметика». З метою покращення організаційної ефективності заходів підвищення ефективності експорту запропоновано проект з впровадження на підприємстві CRM-системи Salesforce. Даний проект передбачає одночасно доробку сайту ТОВ «РосКосметика», зокрема впровадження на ньому особистого кабінету посередника (дистрибутора, об'єктної організації, роздрібного покупця). За допомогою CRM-системи пропонується здійснити впорядкування бази даних контактів, їх сортування, можливість надсилання повідомлень до особистого кабінету користувача. Це є значною перевагою для налагодження прямих комунікацій з покупцями сировини для парфюмерно-косметичного виробництва.

Ефект від впровадження запропонованих заходів у 2020 році становитиме 2674 тис.грн, у 2021 році – 4962 тис.грн, у 2022 році – 6062 тис.грн. При цьому значення ефективності експорту зросте у 2020 році до 1,357 пункти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія]/Козак Ю.Г., Притула Н. В., Єрмакова О. А., Уханова І. О., Сулим О.В., Осипов В. М., Таваліка Г. Т., Постова Н.А., Швагер О. Р. – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 162-163 с.
2. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Крап'як, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – 2-ге вид. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 608 с.
3. Зовнішня торгівля України: ХХІ століття [Текст]: монографія / [А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Н. О. Іксарова та ін.]; за ред. А. А. Мазаракі; Київ. нац. торг.- екон. ун-т. – Київ: КНТЕУ, 2016. – 599 с
4. Інкотермс Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати (редакція 2010р.): Міжнародна торговельна палата; Правила, Міжнародний документ від 01.01.2010: [Електронний ресурс] – режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/988_007
5. Кандиба А.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. підручник / А.М. Кандиба. – К.: Аграрна наука, 2014. – 208 с.
6. Кісюра Л. Особливості експортної діяльності підприємства-суб'єкта ЗЕД / Л. Кісюра // Збірник наукових статей студентів КНТЕУ, 2019. – С. 212-219
7. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : Навч. посібник / О.А. Кириченко. – К.: «Знання – Прес», 2015. – 384 с.
8. Князь С.В. та ін. Технологія формування механізмів експортно-імпоротної діяльності підприємств / С.В. Князь, Н.Х. Георгіаді // Науковий вісник Полісся, 2017. – № 3 (11), ч. 2. – С. 118-122
9. Ковтун Е.О. Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств / О.Е. Ковтун // Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2016. – №6. – С. 171-174

10. Кузнєцова К.О. Розвиток експортного потенціалу вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції / К.О. Кузнєцова // Збірник наукових праць "Сучасні підходи до управління підприємством", 2016. - №1. - [електронний ресурс] – режим доступу: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72890>
11. Кутідзе Л.С. Роль стратегічного маркетингу у формуванні управління реалізацією експортної продукції регіону // Вісник НУ «Львівська політехніка»: Логістика. – 2015. – № 472. – С. 103-108.
12. Мадяр Р. О. Транснаціоналізація українського бізнесу в глобальній економіці / Р. О. Мадяр, Ю. Б. Кушнір, М. І. Далекорей // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 11. – С. 26-31.
13. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія / С. М. Маталка. – Луганськ : Ноулідж. – 2011. – с. 210.
14. Мельник О. Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу / О. Г. Мельник // Економіка та управління підприємствами, 2017. - №1 . – С. 65-71
15. Невмержицький В.І. Основні засади управління експортною діяльністю підприємства / В.І. Невмержицький, Д.О. Терещенко // Вісник КНТЕУ, 2015. – №1. – С. 135-142
16. Оверко М.А. Шляхи підвищення ефективності експортних операцій підприємств харчової промисловості / М.А. Оверко // Вісник НУХТ, 2015. - №1. – С. 76-79
17. Піддубна Л. І. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування та розвитку / Л. І. Піддубна, О. А. Шестакова // Вісник економіки транспорту і промисловості, 2012. - № 37. - С. 223-229.
18. Принципи міжнародних комерційних договорів (принципи УНІДРУА (UNIDROIT) УНІДРУА: Міжнародний документ від 01.01.1994 [Електронний ресурс] – режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_920

19. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

20. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України № 185/94-ВР від 23.09.94 р. (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

21. Про систему валютного регулювання і валютного контролю: Декрет Кабінету Міністрів України № 15-93 від 10.03.93 р. (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

22. Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень [...]: Постанова НБУ № 444, редакція від 28.07.2004 [електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/444-95-%D0%BF>

23. Промисловість України у глобальних ланцюгах створення вартості / Т. М. Мельник, Ю.В. Конрад // Економіка та суспільство. – 2017. – № 8. – С. 21-25.

24. Рогожин В.Д. Менеджмент ЗЕД. Навч. посіб./ Рогожин В.Д., Базалієва Л.В. – Харків: Вид. ЧНЕУ, 2014. – 196 с.

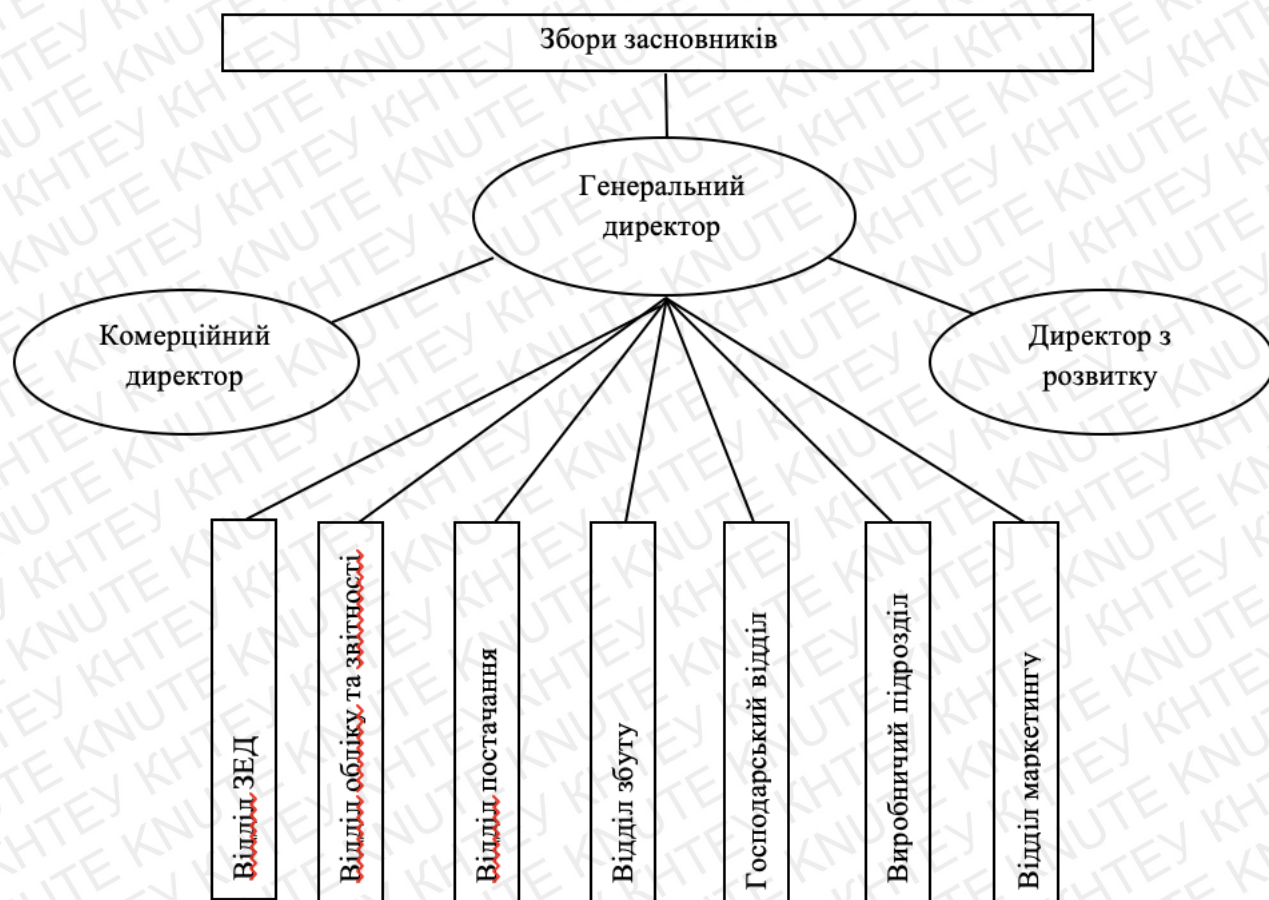
25. Трифонова О. Д. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на зовнішньоекономічну діяльність України, шляхом дослідження експортно-імпортних операцій / О. Д. Трифонова, Є. С. Дорошкевич // Ефективна економіка. – 2017. – № 6. – С. 82-87

26. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпортних операцій / Н.І. Федоронько // Глобальні та національні проблеми економіки. - 2016. - №10. [електронний ресурс] – режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/26.pdf>

27. Отдушка. РосКосметика / Производство и продажа отдушки – URL: <http://rk.mksat.net>

28. CRM Software & Cloud Computing Solutions / Salesforce UK – URL: <https://www.salesforce.com>

Додаток А



Додаток Б

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

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство
ТОВ "РОСКОСМЕТИКА"

Територія МИКОЛА ВСЬКА

Організаційно-правова форма господарювання

Вид економічної діяльності Виробництво м'яса та м'ясних засобів, засобів для нащипання та потиравання

Середня кількість працівників, осіб 49

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон проспект Жовтневий, буд. 47, офіс 3, м. МИКОЛАЇВ, МИКОЛАЇВСЬКА обл., 5401В

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

Коди

2015 01 01

31613817

4810136900

20.41

562328

1.Баланс на 31 грудня 2014 р.

Актив		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1901006
1	2	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
I. Необоротні активи				
Незавершені капітальні інвестиції	1005	652,5	796,4	
Основні засоби	1010	691,1	2 119,5	
первісна вартість	1011	1 118,5	2 665,2	
знос	1012	(427,4)	(545,7)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
інші необоротні активи	1090	14,7	14,7	
Усього за розділом I	1095	1 358,3	2 930,6	
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	6 462,4	6 257,0	
у тому числі готова продукція	1103	274,2	225,5	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	6 442,2	7 724,0	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1 977,7	2 319,5	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
інша поточна дебіторська заборгованість	1155	748,2	1 555,1	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	825,2	1 139,5	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
інші оборотні активи	1190	1 993,9	3 033,4	
Усього за розділом II	1195	18 449,6	22 028,5	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	19 807,9	24 959,1	

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (паіовий) капітал	1400	4 000,0	600,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	8 970,9	15 044,3
Неоплачений капітал	1425	3 400,0	-
Усього за розділом I	1495	9 570,9	15 644,3
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	258,9	51,8
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	8 048,3	5 996,7
розрахунками з бюджетом	1620	0,2	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	34,4	99,1
розрахунками з оплати праці	1630	3,5	131,8
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 891,7	3 035,4
Усього за розділом III	1695	9 978,1	9 263,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	19 807,9	24 959,1

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2014

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	25 806,2	17 432,8
Інші операційні доходи	2120	4 067,2	3 539,0
Інші доходи	2240	231,4	97,0
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	30 104,8	21 068,8
Себівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	16 874,0	12 269,5
Інші операційні витрати	2180	5 789,9	5 460,4
Інші витрати	2270	29,1	65,1
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	22 693,0	17 795,0
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	7 411,8	3 273,8
Податок на прибуток	2300	1 338,4	650,5
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	6 073,4	2 623,3

Керівник

(підпис)

Дубовик Микола Всеволодович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

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

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємства

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "РОСКОСМЕТИКА"	Дата (рік, місяць, число)	2015 01 01
Територія	МИКОЛАЇВСЬКА	за ЄДРПОУ	31613817
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	4810136900
Вид економічної діяльності	Виробництво мийних засобів, засобів для чищення та полірування	за КОПФГ	240
Середня кількість працівників, осіб	49	за КВЕД	20.41
Одиниця виміру	тис. грн. з одним десятковим знаком		
Адреса, телефон	проспект Жовтневий, буд. 47, офіс 3, м. МИКОЛАЇВ, МИКОЛАЇВСЬКА обл., 54018		562328

1.Баланс на 31 грудня 2015 р.

Актив	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006		
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	796,4	666,8
Основні засоби	1010	2 119,5	2 995,0
первісна вартість	1011	2 665,2	3 825,9
знос	1012	545,7	830,6
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	14,7	14,7
Усього за розділом I	1095	2 930,6	3 676,5
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	6 257,0	10 274,1
у тому числі готова продукція	1103	225,5	419,7
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	7 724,0	10 812,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	2 319,5	2 748,1
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 555,1	1 370,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 139,5	2 033,7
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	3 033,4	3 934,9
Усього за розділом II	1195	22 028,5	31 173,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	24 959,1	34 849,9

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	600,0	600,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15 044,3	23 246,0
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	15 644,3	23 846,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	51,8	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	5 996,7	6 099,6
розрахунками з бюджетом	1620	-	987,9
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	985,7
розрахунками зі страхування	1625	99,1	14,2
розрахунками з оплати праці	1630	131,8	6,9
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
інші поточні зобов'язання	1690	3 035,4	3 894,8
Усього за розділом III	1695	9 263,0	11 003,9
(IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	24 959,1	34 849,9

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2015

		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	38 910,4	25 806,2	
Інші операційні доходи	2120	10 853,4	4 067,2	
Інші доходи	2240	803,0	231,4	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	50 566,8	30 104,8	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(24 300,7)	(16 874,0)	
Інші операційні витрати	2180	(13 493,8)	(5 789,9)	
Інші витрати	2270	(3,4)	(29,1)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(37 797,9)	(22 693,0)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	12 768,9	7 411,8	
Податок на прибуток	2300	(2 171,5)	(1 338,4)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	10 597,4	6 073,4	

Керівник

(підпис)

Дубовик Микола Всеволодович

(підпис, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(підпис, прізвище)

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

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємства

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "РОСКОСМЕТИКА"	Дата (рік, місяць, число)	2017 01 01
Територія	МИКОЛАЇВСЬКА	за ЄДРПОУ	31613817
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	4810136900
Вид економічної діяльності	Виробництво мила та мильних засобів, засобів для чищення та побутових	за КОПФГ	240
Середня кількість працівників, осіб	52	за КВЕД	20.41
Одиниця виміру	тис. грн. з одним десятковим знаком		
Адреса, телефон	проспект Жовтневий, буд. 47, офіс 3, м. МИКОЛАЇВ, МИКОЛАЇВСЬКА обл., 54018		562328

1. Баланс на 31 грудня 2016 р.

Актив	Форма № 1-м. Код за ДКУД 1801006		
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	666,8	695,8
Основні засоби	1010	2 995,0	3 331,4
первісна вартість	1011	3 825,6	4 652,2
знос	1012	(830,6)	(1 320,8)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	14,7	14,7
Усього за розділом I	1095	3 676,5	4 041,9
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	10 274,1	17 578,4
у тому числі готова продукція	1103	419,7	657,3
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	10 812,2	13 761,6
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	2 748,1	3 454,7
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 370,4	2 021,0
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	2 033,7	2 836,5
Витрати майбутніх періодів	1170	-	1,0
Інші оборотні активи	1190	3 934,9	4 834,6
Усього за розділом II	1195	31 173,4	44 487,8
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	34 849,9	48 529,7

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	600,0	600,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	23 246,0	34 505,8
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	23 846,0	35 105,8
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	6 099,6	8 698,6
розрахунками з бюджетом	1620	987,9	2,2
у тому числі з податку на прибуток	1621	985,7	-
розрахунками зі страхування	1625	14,7	22,9
розрахунками з оплати праці	1630	6,9	6,9
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	3 894,8	4 693,3
Усього за розділом III	1695	11 003,9	13 423,9
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	34 849,9	48 529,7

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2016

		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
Стаття	Код рядка	За звітним період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	49 285,7	35 910,4	
Інші операційні доходи	2120	7 312,3	10 853,4	
Інші доходи	2240	70,0	803,0	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	56 668,0	50 566,8	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	31 101,2	24 300,7	
Інші операційні витрати	2180	11 859,6	13 493,8	
Інші витрати	2270	-	3,4	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	42 960,8	37 797,9	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	13 708,2	12 768,9	
Податок на прибуток	2300	2 526,3	2 171,5	
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	11 181,9	10 597,4	

Керівник

(підпис)

Дубовик Микола Всеволодович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

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

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство

Дата (рік, місяць, число)

Коди		
2018	01	01
31613817		
4810136900		
240		
20.41		

Товариство з обмеженою відповідальністю "РОСКОСМЕТИКА"

за ЄДРПОУ

Територія МИКОЛАЇВСЬКА

за КОАТУУ

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

за КОПФГ

Вид економічної діяльності Виробництво мила та мильних засобів, засобів для мийки та полірування

за КВЕД

Середня кількість працівників, осіб 57

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон: проспект Жовтневий, буд. 47, офіс 3, м. МИКОЛАЇВ, МИКОЛАЇВСЬКА обл. 54018

562328

1. Баланс на 31 грудня 2017 р.

Актив	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006		
	Код рядка	На початок звітного року	на кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	695,8	744,3
Основи засоби	1010	3 331,4	3 071,5
первісна вартість	1011	4 652,2	4 930,9
знос	1012	(1 320,8)	(1 859,4)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	14,7	14,7
Усього за розділом I	1095	4 041,9	3 830,5
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	17 578,4	23 302,3
у тому числі готова продукція	1103	857,3	948,6
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	13 761,6	20 354,9
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	3 454,7	1 745,2
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 021,0	4 895,0
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	2 836,5	3 676,5
Витрати майбутніх періодів	1170	1,0	1,0
Інші оборотні активи	1190	4 834,6	5 059,0
Усього за розділом II	1195	44 487,8	59 033,9
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	48 529,7	62 864,4

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	600,0	600,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	34 505,8	47 896,8
Неоплачений капітал	1425	-	-
Усього за розділом I	1495	35 105,8	48 496,8
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська зборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	8 698,6	9 199,4
розрахунками з бюджетом	1620	2,2	2,2
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	22,9	1,6
розрахунками з оплати праці	1630	6,9	6,9
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	4 693,3	5 155,5
Усього за розділом III	1695	13 423,9	14 365,6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	48 529,7	62 864,4

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2017

		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	53 283,6	49 286,7	
Інші операційні доходи	2120	9 146,1	7 312,3	
Інші доходи	2240	784,9	70,0	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	63 194,6	56 669,0	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(33 969,1)	(31 101,2)	
Інші операційні витрати	2180	(11 384,8)	(11 859,6)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(45 373,9)	(42 960,8)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	17 820,7	13 708,2	
Податок на прибуток	2300	(3 698,4)	(2 526,3)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	14 122,3	11 181,9	

Керівник

(підпис)

Дубовик Микола Всеволодович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

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

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство

Товариство з обмеженою відповідальністю "РОСКОСМЕТИКА"

Територія **МИКОЛАЇВСЬКА**

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності Виробництво мила та мильних засобів, засобів для чищення та полірування

Середня кількість працівників, осіб **57**

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон **проспект Жовтневий, буд. 47, оф. 3, м. МИКОЛАЇВ, МИКОЛАЇВСЬКА обл., 54018**

Дата(рік, місяць, число)

Коди		
2019	01	01
за ЄДРПОУ	31613817	
за КОАТУУ	4810136900	
за КОПФГ	240	
за КВЕД	20.41	

562328

1.Баланс на 31 грудня 2018 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД **1801005**

Актив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	744,3	912,1
Основні засоби	1010	3 071,5	4 970,2
первісна вартість	1011	4 930,9	7 662,4
знос	1012	1 859,4	2 712,2
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	14,7	14,7
Усього за розділом I	1095	3 830,5	5 897,0
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	23 302,3	34 958,3
у тому числі готова продукція	1103	946,6	960,3
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	20 354,9	27 887,9
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1 745,2	1 640,5
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 895,0	1 529,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	3 676,5	2 782,4
Витрати майбутніх періодів	1170	1,0	1,0
Інші оборотні активи	1190	5 059,0	5 206,9
Усього за розділом II	1195	59 033,9	74 006,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	62 864,4	79 903,4

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	600,0	600,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	47 898,8	62 497,3
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	48 498,8	63 097,3
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	9 199,4	11 435,8
розрахунками з бюджетом	1620	2,2	84,1
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	1,6	88,6
розрахунками з оплати праці	1630	6,9	275,5
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	5 155,5	4 922,1
Усього за розділом III	1695	14 365,6	16 806,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	62 864,4	79 903,4

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2018

		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	62 100,8	53 263,6	
Інші операційні доходи	2120	10 003,2	9 146,1	
Інші доходи	2240	773,7	784,9	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	72 877,7	63 194,6	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(40 964,4)	(33 989,1)	
Інші операційні витрати	2180	(13 811,2)	(11 384,8)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(54 775,6)	(45 373,9)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	18 102,1	17 820,7	
Податок на прибуток	2300	(3 207,7)	(3 698,4)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	14 894,4	14 122,3	

Керівник

(підпис)

Дубовик Микола Всеволодович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Додаток В
Таблиця В.1

Динаміка обсягу активів ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018рр.

Актив	Код рядка	Станом на кінець року (тис. грн.)					Відхилення за 2014-2015 рр.		Відхилення за 2015-2016 рр.		Відхилення за 2016-2017 рр.		Відхилення за 2017-2018 рр.	
		2014	2015	2016	2017	2018	тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
I. Необоротні активи														
Незавершені капітальні інвестиції	1005	796,4	666,8	695,8	744,3	912,1	-129,6	-16,3	29,0	4,3	48,5	7,0	167,8	22,5
Основні засоби:	1010	2119,5	2995,0	3331,4	3071,5	4970,2	875,5	41,3	336,4	11,2	-259,9	-7,8	1898,7	61,8
первісна вартість	1011	2665,2	3825,6	4652,2	4930,9	7682,4	1160,4	43,5	826,6	21,6	278,7	6,0	2751,5	55,8
знос	1012	-545,7	-830,6	-1320,8	-1859,4	-2712,2	-284,9	52,2	-490,2	59,0	-538,6	40,8	-852,8	45,9
Інші необоротні активи	1090	14,7	14,7	14,7	14,7	14,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Усього за розділом I	1095	2930,6	3676,5	4041,9	3830,5	5897,0	745,9	25,5	365,4	9,9	-211,4	-5,2	2066,5	53,9
II. Оборотні активи														
Запаси:	1100	6257,0	10274,1	17578,4	23302,3	34958,3	4017,1	64,2	7304,3	71,1	5723,9	32,6	11656,0	50,0

Продовження табл. В.1

у тому числі готова продукція	1103	225,5	419,7	657,3	946,6	960,3	194,2	86,1	237,6	56,6	289,3	44,0	13,7	1,4
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	7724,0	10812,2	13761,6	20354,9	27887, 9	3088,2	40,0	2949,4	27,3	6593,3	47,9	7533,0	37,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	2319,5	2748,1	3454,7	1745,2	1640,5	428,6	18,5	706,6	25,7	-1709,5	-49,5	-104,7	-6,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1555,1	1370,4	2021,0	4895,0	1529,4	-184,7	- 11,9	650,6	47,5	2874,0	142,2	-3365,6	- 68,8
Гроші та їх еквіваленти	1165	1139,5	2033,7	2836,5	3676,5	2782,4	894,2	78,5	802,8	39,5	840,0	29,6	-894,1	- 24,3
Витрати майбутніх періодів	1170	0,0	0,0	1,0	1,0	1,0	0,0	-	1,0	-	0,0	0,0	0,0	0,0
Інші оборотні активи	1190	3033,4	3934,9	4834,6	5059,0	5206,9	901,5	29,7	899,7	22,9	224,4	4,6	147,9	2,9
Усього за розділом II	1195	22028,5	31173,4	44487,8	59033,9	74006, 4	9144,9	41,5	13314, 4	42,7	14546, 1	32,7	14972, 5	25,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Баланс	1300	24959,1	34849,9	48529,7	62864,4	79903, 4	9890,8	39,6	13679, 8	39,3	14334, 7	29,5	17039, 0	27,1

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

Таблиця В.2

Динаміка обсягу пасивів ТОВ «РосКосметика» за 2014-2018рр.

Пасив	Код рядка	Станом на кінець року (тис. грн.)					Відхилення за 2014-2015 рр.		Відхилення за 2015-2016 рр.		Відхилення за 2016-2017 рр.		Відхилення за 2017-2018 рр.	
		2014	2015	2016	2017	2018	тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	%
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
I. Власний капітал														
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15044,3	23246,0	34505,8	47898,8	62497,3	8201,7	54,5	11259,8	48,4	13393,0	38,8	14598,5	30,5
Усього за розділом I	1495	15644,3	23846,0	35105,8	48498,8	63097,3	8201,7	52,4	11259,8	47,2	13393,0	38,2	14598,5	30,1
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	51,8	-	-	-	-	-51,8	-100,0	0,0	-	0,0	-	0,0	-
III. Поточні зобов'язання														
товари, роботи, послуги	1615	5996,7	6099,6	8698,6	9199,4	11435,8	102,9	1,7	2599,0	42,6	500,8	5,8	2236,4	24,3
розрахунками з бюджетом	1620		987,9	2,2	2,2	84,1	987,9	-	-985,7	-99,8	0,0	0,0	81,9	3722,7

Продовження табл. В.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	985,7	-	-	-	985,7	-	-985,7	-100,0	0,0	-	0,0	-
розрахунками зі страхування	1625	99,1	14,7	22,9	1,6	88,6	-84,4	-85,2	8,2	55,8	-21,3	-93,0	87,0	5437,5
розрахунками з оплати праці	1630	131,8	6,9	6,9	6,9	275,5	-124,9	-94,8	0,0	0,0	0,0	0,0	268,6	3892,8
Інші поточні зобов'язання	1690	3035,4	3894,8	4693,3	5155,5	4922,1	859,4	28,3	798,5	20,5	462,2	9,8	-233,4	-4,5
Усього за розділом III	1695	9263,0	11003,9	13423,9	14365,6	16806,1	1740,9	18,8	2420,0	22,0	941,7	7,0	2440,5	17,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-	-	-	-	0,0	-	0,0	-	0,0	-	0,0	-
Баланс	1900	24959,1	34849,9	48529,7	62864,4	79903,4	9890,8	39,6	13679,8	39,3	14334,7	29,5	17039,0	27,1

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності (Додаток Б)

**Перспективні результати реалізації експортованих товарів ТОВ «РосКосметика» у 2020-2022 рр. в наслідок
впровадження запропонованих заходів**

№	Показники	2018	Прогноз							
			2019		2020		2021		2022	
			Прогноз	Прогноз з урахуванням резервів	Прогноз	Прогноз з урахуванням резервів	Прогноз	Прогноз з урахуванням резервів	Прогноз	Прогноз з урахуванням резервів
1	Чистий дохід від реалізації експортованих товарів, тис.грн	50923	84319	84319	103021	118474	125870	144751	153788	176856
2	Собівартість продукції з урахуванням витрат на доставку, тис.грн	37546	52836	52836	64554	74238	78872	90703	96366	110821
3	Інші витрати, пов'язані з обслуговуванням експорту, тис.грн	7448	9324	9324	11392	13101	13919	16006	17006	19557
4	Додаткові витрати на впровадження заходів, тис.грн	0	0	0	0	917 + 470 = 1387	0	0	0	0
5	Ефект від реалізації експортованих товарів, тис.грн	5928	22159	22159	27074	29748	33079	38041	40416	46478
6	Чистий ефект від впровадження заходів, тис.грн	0	0		2674		4962		6062	

Джерело: складено автором за даними відділу ЗЕД

АНОТАЦІЯ

Кісюра Леся Євгенівна

Організація експортної діяльності підприємства

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент» спеціалізації «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Київський національний торговельно-економічний університет, 2019.

У випускній кваліфікаційній роботі проаналізовано фінансово-економічну та зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «РосКосметика»; досліджено ефективність експортних операцій ТОВ «РосКосметика»; обґрунтовано напрями удосконалення процесу організації операцій з експорту ТОВ «РосКосметика»; розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності експорту продукції ТОВ «РосКосметика»; здійснено прогнозування фінансових результатів ТОВ «РосКосметика» в наслідок реалізації запропонованих заходів.

Ключові слова: фінансово-економічна діяльність, зовнішньоекономічна діяльність, експорт, експортна операція, ефективність.

SUMMARY

Kisiura Lesia Yevhenivna

Organization of export activity of the enterprise

Final qualifying works for obtaining Master of specialty 073 «Management», specialization «Management of foreign economic activity». Kyiv National University of Trade and Economics, 2019.

In the final qualification work the financial and foreign economic activity of RosCosmetic Ltd is analyzed; the efficiency of RosCosmetic Ltd export operations is investigated; directions of improvement of RosCosmetic Ltd an organization procces of export operations are justified; the set of measures to improve export efficiency of RosCosmetic Ltd products is elaborated; the forecasting of RosCosmetic Ltd financial results because of proposed measures implementation is made.

Keywords: financial and economic activity, foreign economic activity, export, export operation, efficiency.

РЕФЕРАТ**ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

на тему:

«Організація експортної діяльності підприємства»

(на матеріалах ТОВ «РосКосметика», м. Миколаїв)

Студентки 2 курсу, 3мз групи,
спеціальності 073
«Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної
діяльності»

Кісюри
Лесі Євгенівни

Науковий керівник
канд. екон. наук,
асистент

Воробей
Юлія Миколаївна

Київ 2019

Випускна кваліфікаційна робота: 76 с., 16 рис., 21 табл.,
4 додатки, 28 джерел

Об'єкт дослідження – процес здійснення експортної діяльності підприємства.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти організації експортної діяльності підприємства.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ТОВ «РосКосметика», м. Миколаїв.

Мета роботи – науково-теоретичне обґрунтування напрямів та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності експортних операцій у сфері міжнародного бізнесу.

Методи дослідження. У процесі дослідження були використані загальнонаукові методи: теоретичного узагальнення та порівняння; статистичного аналізу, індукції, дедукції, системного підходу, синтезу.

У вступі обґрунтовано актуальність та практичну значущість обраної теми; сформовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження; розкрито теоретичну та методичну основу дослідження; наведено методи дослідження, які були використанні в роботі.

У першому розділі «Дослідження механізму організації експортної діяльності ТОВ «РосКосметика» проаналізовано фінансово-економічну та зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «РосКосметика»; досліджено ефективність експортних операцій ТОВ «РосКосметика».

В цілому можна сказати, що активи підприємства обералися 0,78 рази на рік станом на 2018 р. Варто звернути увагу на зростання періоду погашення дебіторської заборгованості, що не є добрим для діяльності підприємства, оскільки впливає на зниження його фінансової стійкості. Рівень віддачі власного капіталу мав негативну тенденцію за останні 5 років. В цілому варто відмітити, що зниження рентабельності ряду показників (активів, власного капіталу, реалізованої продукції) у 2018 році може розцінюватися як тренд до зростання результативності господарської діяльності ТОВ «РосКосметика».

Проведений аналіз динаміки загальних обсягів експорту свідчить, що він мав постійну тенденцію до зростання. в цілому у 2015 році порівняно з 2014-м роком обсяг експорту товарів підприємством збільшився на 10721 тис.грн або на 64,9%. Порівнюючи обсяг експорту у 2018 році зі значенням даного показника у 2017 році, можна побачити тенденцію до зростання обсягу експорту на 9377 тис.грн або на 22,6%.

Оцінка основних факторів впливу на здійснення результативності експортних операцій за допомогою методу факторного аналізу свідчить, що рівень витрат та цін, який сформовано на підприємстві, є слабо еластичним до показників попиту на зовнішніх ринках та обсягів виробничих витрат, що потребує пошуку організаційних та структурних резервів для поліпшення показників діяльності. Динаміка ефективності експортної діяльності є неоднозначною.

У другому розділі «Удосконалення експортної діяльності ТОВ «РосКосметика» обґрунтовано напрями удосконалення процесу організації операцій з експорту ТОВ «РосКосметика»; розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності експорту продукції ТОВ «РосКосметика»; здійснено прогнозування фінансових результатів ТОВ «РосКосметика» в наслідок реалізації запропонованих заходів.

Було обґрунтовано основні засоби покращення організації маркетингових заходів підвищення ефективності експорту підприємства, зокрема: стимулювання посередників (програми мотивації), удосконалення комунікацій в Інтернет, заходи івент-маркетингових комунікацій для стимулювання керівників великих косметичних виробників купувати сировину від ТОВ «РосКосметика». З метою підвищення організаційної ефективності заходів підвищення ефективності експорту запропоновано проект з впровадження на підприємстві CRM-системи Salesforce. Даний проект передбачає одночасно доробку сайту ТОВ «РосКосметика», зокрема впровадження на ньому особистого кабінету посередника (дистрибутора, об'єктної організації, роздрібного покупця). За допомогою CRM-системи пропонується здійснити впорядкування бази даних контактів, їх сортування, можливість надсилання повідомлень до особистого кабінету користувача. Це є значною перевагою для налагодження прямих комунікацій з покупцями сировини для парфюмерно-косметичного виробництва. Бюджет витрат по проекту становитиме 470 тис.грн.

Ефект від впровадження запропонованих заходів у 2020 році становитиме 2674 тис.грн, у 2021 році – 4962 тис.грн, у 2022 році – 6062 тис.грн. При цьому значення ефективності експорту зросте у 2020 році до 1,357 пункти.

Висновки та пропозиції містять теоретичні положення, узагальнюють результати аналізу об'єкта дослідження та конкретизують пропозиції щодо вдосконалення експортної діяльності ТОВ «РосКосметика».