

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«PR-технології в діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу»

(на матеріалах ТОВ «КОЛОРФІЛМ», м. Київ)

Студентки 2 курсу 9м групи
Спеціальності 292 «Міжнарод-
ні економічні відносини»
Спеціалізації «Міжнародний бізнес»

Османової
Альони Ігорівни

Науковий керівник
кандидат екон. наук, доцент
кафедри зовнішньоекономічної
діяльності підприємства

Слоква
Марина Григорівна

Гарант освітньої програми
доктор екон. наук, професор
кафедри світової економіки

Оніщенко
Володимир Пилипович

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. ДІАГНОСТИКА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "КОЛОРФІЛМ"	5
1.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "КОЛОРФІЛМ"	5
1.2. Оцінка ефективності діяльності ТОВ "КОЛОРФІЛМ"	10
Висновки до розділу 1	17
2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАКРОСЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТОВ "КОЛОРФІЛМ"	19
2.1. Аналіз глобального PR-ринку та оцінка сприятливості макросередовища ТОВ "КОЛОРФІЛМ"	19
2.2. Обґрунтування вибору пріоритетних міжнародних партнерів для ТОВ "КОЛОРФІЛМ"	25
Висновки до розділу 2	30
3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "КОЛОРФІЛМ" У СФЕРІ НАДАННЯ PR-ПОСЛУГ	31
3.1. Заходи щодо підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ "КОЛОРФІЛМ" на ринку PR-послуг	31
3.2. Прогнозні показники діяльності ТОВ «КОЛОРФІЛМ» за умови впровадження наданих пропозицій	37
Висновки до розділу 3	45
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТКИ	55

ВСТУП

У сучасних умовах успіх підприємства на ринку значною мірою залежить від його іміджу та ефективності комунікацій з клієнтами, що обумовлює значний інтерес бізнес-структур до розвитку PR технологій. При цьому PR перетворюється у самостійну галузь міжнародного бізнесу, що свідчить про доцільність дослідження теоретичних засад та практичних аспектів здійснення міжнародної комерційної діяльності підприємств цієї сфери. Зазначене свідчить про зростаючу актуальність обраної теми випускної кваліфікаційної роботи.

Проблеми підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємств вивчали у своїх роботах такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: Г.Г. Абрамшвілі, Б. Берман, Ю.П. Васильєв, В.Г. Виноградов, Д.М. Гвішіані, В.Г. Герасимчук, І.М. Герчикова, Є.П. Голубков, С.І. Гончарук, П.С. Зав'ялов, П. Кінгстон, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, О.Е. Кузьмін, В.Я. Кардаш, Б. Міллер, А.Ф. Павленко, В.С. Пономаренко, П.Г. Перерва, Т.Б. Решетілова, І.Л. Решетникова, І.В. Семеняк, Х. Швальбе, Дж. Р. Еванс та ін. Проте особливості здійснення міжнародної діяльності підприємств на ринку PR-послуг не досліджені достатньою мірою, що і обумовило вибір теми випускної кваліфікаційної роботи.

Об'єктом випускної кваліфікаційної роботи є процес використання PR-технологій в діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

Предмет роботи — теоретико-методологічні засади та практичні аспекти використання PR-технології в діяльності підприємств-суб'єкта міжнародного бізнесу.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності використання PR-технологій в діяльності підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу. Досягненню поставленої мети сприяла реалізація наступних завдань:

- аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "КОЛОРИЛМ";

- оцінка ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ "КОЛОРИФІЛМ»;
- аналіз глобального PR-ринку та оцінка сприятливості макросередовища ТОВ "КОЛОРИФІЛМ";
- обґрунтування вибору пріоритетних міжнародних партнерів для ТОВ "КОЛОРИФІЛМ";
- обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" на ринку PR-послуг;
- розрахунок прогностичних показників діяльності ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» за умови впровадження наданих пропозицій.

Теоретико-методологічною основою роботи стали загальнонаукові методи та фундаментальні положення таких спеціальних дисциплін, як менеджмент, маркетинг, основи зовнішньоекономічної діяльності, організація і економіка підприємства, організація зовнішньоторговельних операцій.

Методичним підґрунтям роботи виступає сукупність загальнонаукових і спеціальних методів, яка дозволяє дослідити явища і процеси у їх взаємозв'язку та вирішити поставлені завдання. З числа загальнонаукових методів використовувалися історичний метод, метод аналізу та синтезу, метод узагальнення. Використовувалися також методи економічного аналізу.

Інформаційною базою роботи стали роботи вітчизняних та зарубіжних вчених дані, отримані на підприємстві, статистичні дані щодо розвитку ринку.

Апробація результатів роботи. За результатами написання випускної кваліфікаційної роботи підготовлено наукову статтю на тему: «PR-технології в міжнародному бізнесі», яку опубліковано у збірнику наукових праць студентів Київського Національного Торговельно-Економічного Університету, 2019 р стор 54.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи викладений на 49 сторінках, робота містить 7 рисунків, 9 таблиць, список використаних джерел з 47 найменувань, 10 додатків

РОЗДІЛ 1.

ДІАГНОСТИКА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "КОЛОРИФІЛМ"

1.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "КОЛОРИФІЛМ"

ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" працює в Україні з 2001 року у сфері виробництва кіно- та відеофільмів, телевізійних програм. Підприємство спеціалізується на виробництві кліпів та реклами, а його клієнтами є українські та зарубіжні компанії.

Здійснюючи аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «КОЛОРИФІЛМ», у першу чергу було проведено оцінку майнового стану, для чого було досліджено динаміку та структуру активу балансу підприємства (Додаток Б).

Протягом останніх 5-ти років вартість майнових ресурсів ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" збільшилася з 118618,5 тис. грн. до 416121,3 тис. грн, при чому нарощування обсягів майна спостерігалось постійно за виключенням 2015 року.

У період з 2014 до 2017 р. спостерігалось зменшення вартості основних засобів підприємства: їх залишкова вартість скоротилася з 29500,8 тис. грн. до 28087,5 тис. грн. Відзначимо, що навіть попри збільшення у 2018 р. вартості основних засобів на 651 тис. грн., порівняно з 2014 р. основні засоби підприємства коштували на кінець досліджуваного періоду менше на 762,3 тис. грн. (їх вартість на 31.12.2018 р. склала 28738,5 тис. грн). Також необхідно відзначити, що частка основних засобів у структурі активів підприємства за 5 років скоротилася з 24,9% до 6,9%, при чому тенденція до зменшення питомої ваги була постійною за виключенням 2015 р. (Додаток В).

Вартість оборотних активів ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" мала тенденцію до зростання протягом 2016-2018 рр., у той час як у 2015 році відбулося їх

зменшення. На 31.12. 2018 р. оборотні активи підприємства вартували 387382,8 тис. грн., що на 298286,1 тис. грн більше ніж у 2014 р. Протягом усього періоду, який досліджується, основною статтею оборотних активів і майна загалом була дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги, вартість якої збільшилася за 5 років з 81538,8 тис. грн. до 188485,5 тис. грн. При цьому її частка в у структурі майна скоротилася за цей період з 68,7% до 45,3%, і таке зменшення мало постійний характер.

Обсяги запасів, з огляду на профіль діяльності підприємства, були незначними, при чому спостерігалось також зменшення їх вартості з 3181,5 тис. грн. до 659,4 тис. грн. Водночас за останні роки відбулося збільшення вартості дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом – до 115543,7 тис. грн., іншої поточної дебіторської заборгованості – до 89094,6 тис. грн, а також обсягів грошей та їх еквівалентів на рахунках до 89911,5 тис. грн. Саме збільшення протягом останніх років вартості згаданих статей балансу обумовило істотні зміни у структурі оборотних активів ТОВ "КОЛОРФІЛМ".

Поряд зі збільшенням вартості майна ТОВ "КОЛОРФІЛМ" відбулося також зростання обсягів його капіталу. Зокрема, власний капітал підприємства збільшився за рахунок накопичення нерозподіленого прибутку з 71150,1 тис. грн. до 179634 тис. грн., склавши 43,17% пасиву балансу (Додаток Д). При цьому відбулося зменшення частки власного капіталу з 59,97% на кінець 2014 р. до 43,17% у 2018 р., що вказує на зміну політики фінансування підприємства (Додаток Е).

Основним елементом зобов'язань підприємства є наразі інші поточні зобов'язання, а також кредиторська заборгованість за товари, роботи та послуги (на них припадає 27,53% та 25,37%, відповідно). Так, обсяг кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги збільшився за 5 років з 17159,1 тис. грн. до 105575,4 тис. грн., інших поточних зобов'язань – з 13366,5 тис. грн. до 114656,5 тис. грн. Необхідно відзначити, що важливу роль у фінансуванні підприємства у 2014 та 2015 рр. відігравали короткострокові

кредити банків, обсяг яких складав 16325,4 тис. грн. та 2986,2 тис. грн., відповідно.

Загалом, за останні 5 років структура капіталу ТОВ "КОЛОРФІЛМ" істотно змінилася, і наразі рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування є високим, що вказує на доцільність пошуку шляхів нарощування власного капіталу (Додаток Ж).

За останні 5 років відбулося збільшення обсягів чистого доходу підприємства з 131558,7 тис. грн. до 559351,8 тис. грн., хоча на початку досліджуваного періоду, у 2015 році, відбулося незначне зменшення цього показника (Додаток К).

Тенденцію до зростання мали також інші операційні доходи ТОВ "КОЛОРФІЛМ".

Приріст яких склав 7471,8 тис. грн., а обсяг у 2018 р. – 18433,8 тис. грн. При цьому у 2017 році відбулося значне зменшення інших операційних доходів – на 9783,9 тис. грн., а зростання у 2018 р. склало лише 96,6 тис. грн. Це вказує на доцільність пошуку шляхів нарощування цього елемента доходів підприємства.

Собівартість реалізованої продукції підприємства зростала протягом усього досліджуваного періоду, при чому її збільшення спостерігалось у тому числі і у 2015 р., коли чистий дохід від реалізації продукції зменшувався. Загалом, собівартість продукції підприємства збільшилася на 193044,6 тис. грн і склала у 2018 р. 261958,2 тис. грн. Необхідно відзначити, що попри тенденцію до збільшення собівартості, її рівень порівняно з 2014 роком скоротився з 0,52 % до 0,47 %, хоча тенденція до зниження цього показника не була постійною, і у 2017 р. він дорівнював 0,59 %.

За останні 5 років відбулося істотне збільшення інших операційних витрат підприємства, які зросли з 61036,5 тис. грн. у 2014 р. до 241363,5 тис. грн. у 2018 р. Інші витрати ТОВ "КОЛОРФІЛМ" натомість зменшилися на 3263,4 тис. грн. Загалом, витрати підприємства протягом усіх 5-ти років, за які проводилося дослідження, були меншими за доходи, у результаті чого

фінансовий результат до оподаткування був додатним. Прибуток підприємства до оподаткування зріс за 5 років з 9166,5 тис. грн. до 74323,2 тис. грн., а його збільшення було постійним. Чистий прибуток підприємства також мав тенденцію до зростання протягом усього досліджуваного періоду і за результатами 2018 р. ТОВ "КОЛОРФІЛМ" було отримано 60944,1 тис. грн. чистого прибутку, що на 53491,7 тис. грн. більше за його обсяг у 2014 р. Таке зростання пов'язане у першу чергу з посиленням міжнародної складової діяльності підприємства, що в умовах сприятливого для експортерів валютного курсу дозволило наростити обсяги чистого доходу і, відповідно, прибутків.

Для оцінки фінансового стану ТОВ "КОЛОРФІЛМ" нами було здійснено розрахунок показників ліквідності підприємства. Було виявлено, що коефіцієнт покриття за 5 років зменшився, проте протягом усього періоду був вищим за 1, що свідчить про те, що поточні зобов'язання підприємства можуть бути покриті вартістю оборотних активів. Аналогічною була тенденція зміни коефіцієнта швидкої ліквідності: попри його зменшення з 1,81 до 1,64, цей рівень є достатнім. Водночас відбулося збільшення коефіцієнта абсолютної ліквідності з 0 у 2014 р. до 0,38 на кінець 2018 р. Загалом, можна зробити висновок, що рівень ліквідності підприємства є достатнім і фінансовий стан за цим критерієм є задовільним (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Динаміка показників ліквідності та фінансової стійкості**ТОВ «КОЛОРФІЛМ» у 2014 – 2018 рр.**

Показник	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	На 31.12. 2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2015
Коефіцієнт покриття	1,88	2,26	1,93	1,58	1,65	0,38	-0,33	-0,35	0,07	-0,23
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,81	2,20	1,89	1,55	1,64	0,39	-0,32	-0,34	0,10	-0,17
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,00	0,06	0,26	0,25	0,38	0,06	0,20	-0,01	0,13	0,38
Чистий оборотний капітал	1982,3	2204,0	3031,2	4363,0	7239,5	221,7	827,2	1331,8	2876,5	5257,2
Коефіцієнт автономії	0,60	0,67	0,57	0,43	0,43	0,07	-0,10	-0,14	0,00	-0,17
Коефіцієнт фінансування	1,50	2,04	1,32	0,75	0,76	0,54	-0,72	-0,57	0,01	-0,74
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,47	0,56	0,48	0,37	0,39	0,09	-0,07	-0,12	0,03	-0,07
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,59	0,62	0,70	0,77	0,85	0,03	0,08	0,07	0,07	0,26

*Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку А

Зважаючи на зменшення частки власного капіталу у структурі джерел фінансування за останні 5 років відбулося зниження коефіцієнта автономії з 0,6 до 0,43. Коефіцієнт фінансування також скоротився з 1,5 до 0,76, таким чином наразі обсяг власного капіталу є меншим за обсяг позикового на 25%. За останні 5 років відбулося також зменшення коефіцієнта забезпеченості власними оборотними засобами, у той час як коефіцієнт маневреності збільшився з 0,59 до 0,85.

Покращення фінансових результатів ТОВ "КОЛОРФІЛМ" обумовило підвищення показників ділової активності та рентабельності підприємства. Зокрема, коефіцієнт оборотності активів збільшився з 0,28 до 0,4, дебіторської заборгованості – з 1,6 до 2,32, основних засобів – з 1,38 до 5,63, власного капіталу – з 1,78 до 3,75 (табл. 1.2).

Таблиця 1.2.

**Динаміка показників ділової активності та рентабельності ТОВ
«КОЛОРИЛМ» у 2015 – 2018 рр.**

Показник	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення			
					2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2015
Коефіцієнт оборотності активів	0,28	0,37	0,31	0,40	0,1	-0,1	0,1	0,12
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	7,49	6,54	4,79	5,89	-1,0	-1,8	1,1	-1,60
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1,60	2,15	1,80	2,32	0,5	-0,3	0,5	0,72
Коефіцієнт оборотності основних засобів	1,38	2,10	2,80	5,63	0,7	0,7	2,8	4,25
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,78	2,41	2,59	3,75	0,6	0,2	1,2	1,97
Строк погашення дебіторської заборгованості	224,32	167,48	199,49	154,85	-56,8	32,0	-44,6	-69,48
Строк погашення кредиторської заборгованості	48,04	55,05	75,16	61,10	7,0	20,1	-14,1	13,07
Коефіцієнт рентабельності активів	0,07	0,11	0,10	0,18	0,0	0,0	0,1	0,10
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,11	0,18	0,21	0,41	0,1	0,0	0,2	0,30
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,06	0,07	0,08	0,11	0,0	0,0	0,0	0,05

*Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку А

Показники рентабельності підприємства за останні 5 років також покращилися, що було обумовлено істотним збільшенням обсягів чистого прибутку. У цілому, фінансовий стан ТОВ "КОЛОРИЛМ" на нинішньому етапі є задовільним, хоча проблема високої залежності від позикових ресурсів має лишатися на контролі керівництва.

1.2. Оцінка ефективності діяльності ТОВ "КОЛОРИЛМ"

Важливу роль у забезпеченні стабільно високих показників господарської діяльності відіграє міжнародна складова: досліджуване підприємство не лише надає послуги в Україні вітчизняним компаніям, але активно співпрацює з контрагентами з-за кордону.

Протягом останніх 5-ти років чистий дохід від експорту послуг ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" збільшився з 61174,8 тис. грн. до 297295,5 тис. грн., а частка надходжень від експорту у структурі доходів підприємства досягла 53,15% (рис. 1.1).

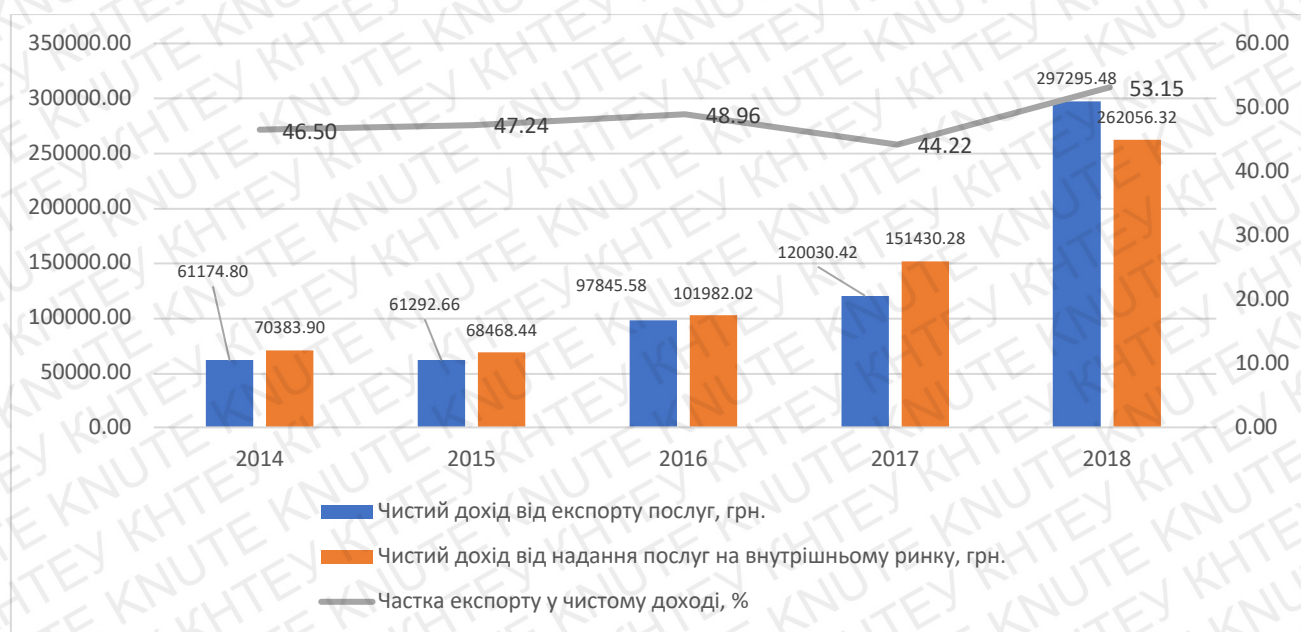


Рис. 1.1. Обсяги та частка експорту у структурі доходів ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" у 2014 – 2018 рр.*

*Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Основними напрямками, у яких здійснюється надання послуг на зовнішніх ринках є організація зйомок реклами та відео кліпів. Втім протягом останніх років підприємство на замовлення як івент-агенцій, так і приватних осіб проводить також професійні зйомки івентів.

За останні 5 років відбулося зростання обсягів надання послуг за усіма розглянутими напрямками, зокрема у 2018 р. дохід ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" від надання послуг для іноземних замовників з організації зйомок реклами склав 126856,0 тис. грн., що на 99608,73 тис. грн (у 4,66 рази) більше за показник 2014 р.

Організація зйомок відео кліпів для зарубіжних клієнтів дозволила

ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" отримати 115320,92 тис. грн. чистого доходу, що на 86954,16 тис. грн. більше ніж у 2014 р. Водночас відзначимо, що якщо попит на зйомки реклами мав тенденцію до постійного зростання, то щодо послуг з організації зйомок відеокліпів спостерігалось зниження зацікавленості у закордонних клієнтів у 2015 р.

Попит на інші послуги мав тенденцію до зростання протягом усього досліджуваного періоду за виключенням 2016 р. Обсяг доходів, отриманих від проведення інших типів зйомок склав у 2018 р. 55118,58 тис. грн., що у 9,91 рази більше за аналогічний показник 2014 р. (додаток 3).

Загалом, на нинішньому етапі 42,67% доходів від надання послуг іноземним замовникам формується за рахунок зйомок реклами (при чому відбулося зменшення частки цієї складової), 38,79% - зйомок відеокліпів (і зазначена категорія втратила лідируючі позиції у видовій структурі експорту), 18,54% - надання інших послуг (частка го наряду діяльності збільшилася за 5 років у 2 рази) (рис. 1.2).

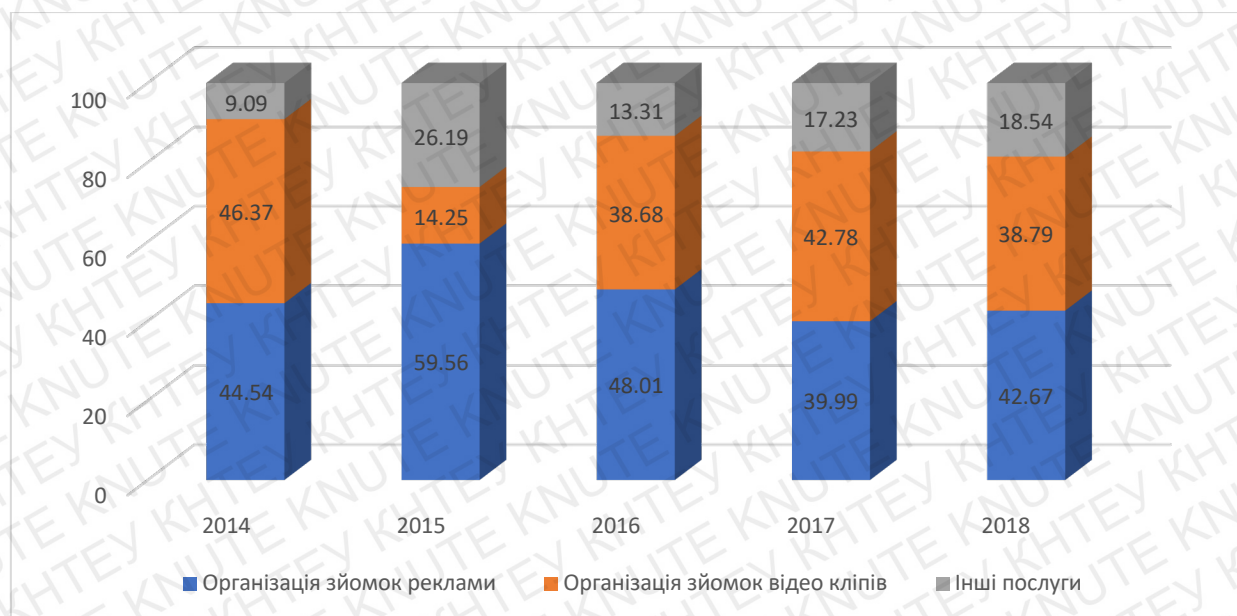


Рис .1.2. Видова структура експорту послуг ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" у 2014 – 2018 рр., %*

*Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Загалом, як видно з рисунка, за останні 5 років видова структура експорту послуг ТОВ "КОЛОРФІЛМ" змінилася: ключовим напрямом роботи стали для підприємства зйомки реклами, тоді як на початку досліджуваного періоду основною сферою спеціалізації були зйомки відео кліпів.

За останні 5 років відбулося зростання обсягів експорту до таких країн як Німеччина, Угорщина та Польща (співпраця із замовниками яких є постійною), а також інших держав, надання послуг контрагентам яких здійснюється епізодично. Так, обсяги чистого доходу, отриманого на ринку Німеччини, збільшили за 5 років на 130335,90 тис. грн. та склали 167169,25 тис. грн., хоча у 2015 році спостерігалось певне зниження попиту на сервіси ТОВ "КОЛОРФІЛМ" на цьому ринку. Аналогічними були тенденції зміни чистого доходу від експорту до решти країн, від співпраці з замовниками з яких дохід підприємства у 2018 році склав 33980,87 тис. грн.

Зростання обсягів експорту до Угорщини мало місце протягом усього досліджуваного періоду за виключенням 2017 р., і у 2018 р. на цьому ринку ТОВ "КОЛОРФІЛМ" було отримано 63205,02 тис. грн. Зростання обсягів надання послуг до Польщі було постійним і за останні 5 років приріст доходу на цьому ринку склав 29123,03 тис. грн., що дозволило підприємству отримати 32940,34 тис. грн. чистого доходу у 2018 р.

Як видно з рис. 1.3., загалом, за останні роки суттєвих змін у географічній структурі експорту послуг підприємства не відбулося: основним зарубіжним ринком для ТОВ "КОЛОРФІЛМ" була і залишається Німеччина (56,23 % експорту у 2018 р.), важливими для підприємства є також партнерські зв'язки з підприємствами Угорщини (21,26 % експортних доходів).



**Рис.1.3. Географічна структура експорту послуг
ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" у 2014 – 2018 рр., %***

*Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

У роботі було здійснено оцінку ефективності експорту послуг ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" у розрізі основних видів послуг. Здійснені розрахунки засвідчили, що надання послуг за кордоном для підприємства є надзвичайно результативним, проте існують суттєва відмінності у рівні коефіцієнта ефективності.

Основними витратами підприємства, пов'язаними з наданням послуг на зовнішніх ринках, є витрати на оплату праці працівників, на відрядження працівників, на оренду локації та устаткування, на оплату послуг партнерських організацій (візажистів, перукарів, стилістів тощо).

Здійснені розрахунки засвідчили, що ефективність надання послуг зйомки реклами коливалася протягом останніх 5-ти років у межах 1,53 у 2014 р. до 1,62 у 2017 р., у той час як у 2018 році відбулося досить істотне зниження відповідного коефіцієнта (Додаток І).

Надання послуг зі зйомок відео кліпів було менш ефективним порівняно з організацією зйомок реклами, при чому зниження відповідного коефіцієнта мало місце не лише у 2018, а і у 2017 р. Загалом, найвищий рівень ефективності надання цього виду послуг підприємство мало у 2016 р. (коефіцієнт ефективності дорівнював 1,48), хоча порівняно з 2014 р. навіть попри погіршення ситуації у 2017-2018 рр. відбулося зростання рівня ефективності (Додаток К).

Найбільш ефективним для досліджуваного підприємства було надання інших послуг, оскільки їх вартість завжди є договірною і, відповідно, підприємство має можливість встановити досить високий рівень цін. За останні 5 років відбулося збільшення коефіцієнта ефективності експорту з 1,73 до 1,98, хоча незначне зниження коефіцієнта відбувалося у 2016 та 2018 рр. (Додаток Л).

Загалом, за останні 5 років рівень ефективності експорту послуг ТОВ "КОЛОРФІЛМ" збільшився з 1,48 до 1,59, при чому характерним є те, що протягом останніх 4-х років цей показник коливався на рівні 1,58-1,6. Таким чином, можна констатувати, що вихід на зовнішні ринки для досліджуваного підприємства є надзвичайно вигідним, що обумовлює доцільність подальшого розширення географії надання послуг (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Динаміка показників ефективності експорту послуг
ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» у 2014 – 2018 рр., тис. грн.**

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2015
Чистий дохід від експорту послуг	61174,80	61292,66	97845,58	120030,42	297295,48	117,86	36552,93	22184,84	177265,06	236120,69
Повна собівартість надання послуг, у тому числі:										
Витрати на оплату праці працівників	17439,54	17061,13	28852,44	37340,17	91757,20	-378,41	11791,31	8487,73	54417,03	74317,66
Витрати, пов'язані з відрядженням працівників	12317,35	11335,13	18054,35	23532,48	57879,69	-982,22	6719,22	5478,13	34347,21	45562,34
Витрати на оренду локації та устаткування	2696,33	1238,34	3360,16	3750,66	12995,51	-1457,99	2121,82	390,50	9244,85	10299,18
Витрати на оплату послуг партнерських організацій	1987,74	1659,90	2184,99	4915,40	3982,95	-327,84	525,09	2730,42	-932,45	1995,21
Інші витрати	6787,28	7218,21	9596,32	5592,41	20262,86	430,94	2378,10	-4003,90	14670,44	13475,58
Ефект надання послуг	19946,57	22779,95	35797,33	44899,30	110417,27	2833,39	13017,38	9101,97	65517,97	90470,70
Ефективність	1,48	1,59	1,58	1,60	1,59	0,11	-0,01	0,02	-0,01	0,11

*Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Перевагою надання послуг ТОВ "КОЛОРИФІЛМ", що обумовлює його успіх на зовнішніх ринках, є те, що разом з організацією зйомок підприємство може надавати клієнтам послуги у сфері PR, тобто здійснювати супровід відзнятого відео на шляху до цільової аудиторії. Це дозволяє клієнтам ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" отримати повний спектр послуг, що забезпечує для них максимальну віддачу від витрачених коштів. Отже, саме наявність кваліфікованих фахівців, спроможних забезпечити професійну PR-підтримку, є основною конкурентною перевагою підприємства та чинником підвищення ефективності його міжнародної економічної діяльності.

Висновки до розділу 1

ТОВ "КОЛОРФІЛМ" працює в Україні з 2001 року у сфері виробництва кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, надання послуг з просування. Підприємство спеціалізується на виробництві кліпів та реклами, а його клієнтами є українські та зарубіжні компанії.

За останні 5 років відбулося збільшення обсягів чистого доходу підприємства з 131558,7 тис. грн. до 559351,8 тис. грн. Тенденцію до зростання мали також інші операційні доходи ТОВ "КОЛОРФІЛМ", приріст яких склав 7471,8 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції підприємства зростала протягом усього досліджуваного періоду, проте її рівень порівняно з 2014 роком скоротився з 0,52 % до 0,47 %. З огляду на таку тенденцію зміни доходів і витрат показники рентабельності підприємства за останні 5 років також покращилися, що було обумовлено істотним збільшенням обсягів чистого прибутку. У цілому, фінансовий стан ТОВ "КОЛОРФІЛМ" на нинішньому етапі є задовільним, хоча за останні 5 років структура капіталу ТОВ "КОЛОРФІЛМ" істотно змінилася, і наразі рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування є високим, що вказує на доцільність пошуку шляхів нарощування власного капіталу.

Протягом останніх 5-ти років чистий дохід від експорту послуг ТОВ "КОЛОРФІЛМ" збільшився з 61174,8 тис. грн. до 297295,5 тис. грн., а частка надходжень від експорту у структурі доходів підприємства досягла 53,15%. Основними напрямками, у яких здійснюється надання послуг на зовнішніх ринках є організація зйомок реклами та відео кліпів, а основними ринками - Німеччина, Угорщина та Польща.

Загалом, рівень ефективності експорту послуг ТОВ "КОЛОРФІЛМ" у 2014 – 2018 рр. збільшився з 1,48 до 1,59, при чому характерним є те, що протягом останніх 4-х років цей показник коливався на рівні 1,58-1,6. Таким чином, можна констатувати, що вихід на зовнішні ринки для досліджуваного

підприємства є надзвичайно вигідним, що обумовлює доцільність подальшого розширення географії надання послуг.

РОЗДІЛ 2.

ДОСЛІДЖЕННЯ МАКРОСЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТОВ "КОЛОРИФІЛМ"

2.1. Аналіз глобального PR-ринку та оцінка сприятливості макросередовища ТОВ "КОЛОРИФІЛМ"

Протягом останніх років у світі спостерігається динамічний розвиток глобального ринку PR-послуг, що пов'язано з підвищенням ролі іміджу у забезпеченні ринкового успіху підприємств, а також необхідністю активного просування продуктів для формування попиту на неї. Зазначене обумовлює поступовий перехід переважної частини підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу від традиційного маркетингу до використання PR-технологій, особливістю яких є "маніпулювання" суспільною думкою з використанням найбільш сучасних інструментів комунікацій.

За даними ресурсу "Statista" обсяг прибутків, згенерованих на глобальному PR ринку, дорівнював 14 млрд. дол. США і до 2020 р. їх обсяг складе 19,3 млрд. дол. США. Загальний обсяг ринку до 2020 року очікувано складе 52 млрд. дол. США, а щорічний темп його зростання досягне 5% [46].

Тенденції та проблеми у сфері зв'язків з громадськістю, складає щотижневий інформаційний бюлетень, що висвітлює новітні ідеї, дослідження PR-агентств, результати роботи PR-компаній у всьому світі.

Holmes Report представили щорічний рейтинг топ-250 PR-фірм за обсягом виручки («The Holmes Report Global Top 250 PR Agency Ranking 2018»), оцінивши у 2017 р. глобальний PR-ринок у 15 мільярдів доларів, та зазначивши зростання галузі на 5% порівняно з 2016 р. Топ-10 рейтингу не змінився і включає такі глобальні мережі, як Edelman, Weber Shandwick, FleishmanHillard, Ketchum, Burson-Marsteller, MSL, Hill+Knowlton Strategies, Ogilvy, BlueFocus і Cohn & Wolfe (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Топ-10 фірм у глобальному PR-рейтингу за обсягом виручки
у 2013-2017 рр., млн дол.***

Агенство	Країна	2013	2014	2015	2016	2017
Edelman	США	746,7	812,3	854,6	874,9	893,6
Weber Shandwick	США	697,5	800,0	775,0	825,0	805,0
FleishmanHillard	США	554,2	580,0	570,0	570,0	570,0
Ketchum	США	490,0	515,0	530,0	562,0	550,0
Burson-Marsteller	США	454,5	477,0	480,0	480,0	463,0
MSL	Франція	520,0	490,0	480,0	485,0	460,0
Hill+Knowlton Strategies	США	386,1	380,0	385,0	395,0	400,0
Ogilvy	США	297,0	303,0	347,0	361,0	354,0
BlueFocus	Китай	123,4	179,2	244,8	268,7	321,8
Cohn & Wolfe	США	162,2	181,0	200,0	334,0	246,0

Джерело: складено автором за даними [43-45]

Наразі до основних чинників, які обумовлюють розвиток ринку PR, належать:

- діджиталізація відповідних послуг;
- високий рівень індивідуалізації послуг;
- зростання попиту на спеціалізовані послуги;
- фокусування на формуванні позитивного іміджу підприємства.

Діджиталізація процесу надання PR-послуг дозволяє використати в інтересах підприємств-замовників ті інструменти, які раніше не застосовувалися у маркетингових цілях. У першу чергу мова йде про соціальні мережі, які протягом останнього десятиліття набувають усе більшої популярності, а також електронні медіа, які для окремих груп споживачів стають більш авторитетними джерелами інформації порівняно з традиційними медіа.

На думку аналітиків, використання креативних інструментів формування суспільної думки, ймовірно, і надалі буде найсильнішим рушієм

зростання ринку з PR-послуг, оскільки поряд із розвитком технологій збільшується також рівень розуміння споживачами тих технологій, які використовуються корпораціями у процесі формування думки про них, і відповідно, лише інноваційні підходи забезпечать високу ефективність комунікацій [42].

Серед інструментів, які наразі найбільш активно використовуються світовими PR-агенціями для впливу на споживачів, найбільшою популярністю користуються формування та викладення історії бренду, виконавчий брендинг, індивідуалізація рекламного контенту.

Наступним чинником, що визначає динамічний розвиток PR-технологій є існування потреби у індивідуалізації послуг з просування підприємства або його продукції, що може забезпечуватися саме за рахунок використання PR технологій.

Наразі для забезпечення високого рівня індивідуалізації послуг більшість агентств наймають таких фахівців, як лорайтери, спеціалісти з відносин з інвесторами, трудових відносин, громадських справ, управління відносинами зі ЗМІ, управління корпоративною репутацією, маркетингу споживчих товарів та антикризового управління. У відповідь на потреби клієнтів, що розширюють свій бізнес на нові ринки, глобальні PR-компанії поглинають місцеві агентства, оскільки вони можуть скористатися їхніми знаннями у сфері місцевого політичного, культурного та соціального середовища. В умовах знання специфіки відповідного ринку та наявності кваліфікованої команди різнопрофільних фахівців глобальні PR-агенства стають незамінними для міжнародних корпорацій, які виходять на новий ринок.

Ще одним фактором, що обумовлює розвиток ринку PR-послуг є вплив брендингу на продажі та доходи підприємств у сучасних умовах. Брендинг має на меті переконати споживачів у винятковості певного бренду або його товарів/послуг.

На нинішньому етапі покупці на ринку віддають перевагу тим постачальникам послуг, які можуть запропонувати комплексні рішення для задоволення своїх комунікаційних та брендингових потреб, які можуть варіюватися від корпоративних комунікацій до вірусних маркетингових кампаній. Знання специфіки галузевих та географічних ринків дозволяє PR-агенціям краще розуміти свою цільову аудиторію та, відповідно, формувати якісні та ефективні стратегії розвитку брендів.

Розвиток глобального ринку PR-послуг пов'язаний з тим, що корпорації активно збільшують свої витрати на підвищення видимості бренду, покращення репутації та запобігання негативному сприйняттю бренду.

Попри те, що тенденції розвитку міжнародного бізнесу обумовлюють попит на послуги PR-агенств, наразі існує значна кількість чинників, які гальмують розвиток відповідної галузі.

У першу чергу, розвиток ринку PR-послуг стримує висока конкуренція зі сторони інших напрямків маркетингової діяльності, і у першу чергу – реклами. Наразі значна частина підприємств все ще вважає традиційну рекламу більш ефективним інструментом впливу на споживачів, і, відповідно, у таких умовах пошук нових клієнтів перетворюється на досить складну для постачальників послуг задачу.

Ще одним чинником, що ускладнює розвиток ринку, є відсутність напрацьованих методик оцінки ефективності PR-послуг: таким чином, пропонуючи відповідну послугу клієнтам, провайдери не мають можливості надати їм будь-яку кількісну інформацію стосовно результатів, що підвищує рівень довіри клієнтів.

Наступний фактор, який гальмує розвиток міжнародного ринку PR-послуг - зменшення корпоративних бюджетів. Зважаючи на те, що сучасний бізнес активно здійснює пошук шляхів оптимізації витрат, реклама та PR є тим елементом діяльності, видатки на який найчастіше підпадають під скорочення. З огляду на це, учасникам ринку доводиться постійно стимулювати попит на

свої послуги, обґрунтовуючи важливість фактору сприйняття бренду для клієнтів.

Наступний чинник, який негативно впливає на розвиток ринку PR-послуг – брак кваліфікованих кадрів. Причиною цього є, у першу чергу, відсутність програм підготовки фахівців, що пов'язано з молодістю напрямку, а також те, що успішна діяльність у згаданій сфері потребує не лише навичок, але й таланту. Пошук талановитих фахівців, спроможних задовольняти запити клієнтів на високому рівні, є наразі одним із викликів, який відмічають усі учасники опитування стосовно тенденцій розвитку ринку PR-послуг: спроможність відшукати та утримати кваліфікованих, креативних та талановитих працівників визнали у якості проблеми ринку понад 90% опитуваних (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Ключові виклики для розвитку глобального ринку PR-послуг, % респондентів

Джерело: складено автором за [39]

Ще одним викликом, який було відмічено більшістю респондентів, є відсутність адекватного менеджменту, що пов'язано зі специфікою галузі. Робота у сфері PR пов'язана з необхідністю прийняття нестандартних рішень,

що робить частину методик, використовуваних у інших галузях, неефективними.

Треба відзначити, що корпоративний сектор (агенції) здебільшого більш критично оцінюють ситуацію на ринку, розуміючи усі ризики, пов'язані з роботою у досліджуваній сфері. Водночас для малого бізнесу основною проблемою є оцінка результатів надання ними послуг, яка дає їм можливість переконати потенційних споживачів у доцільності використання PR-технологій.

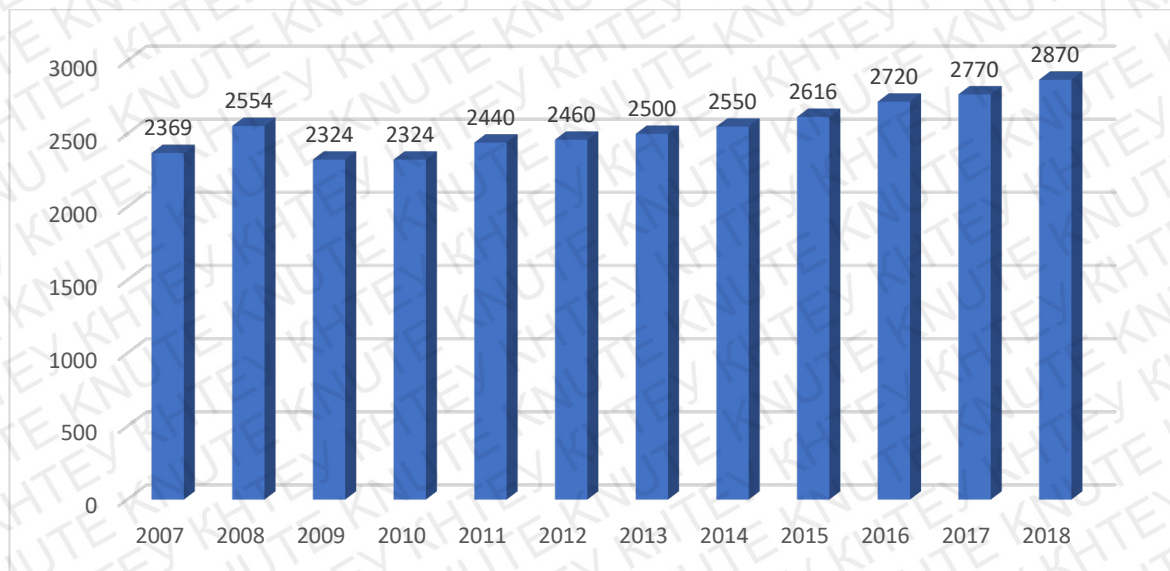
Аналізуючи український ринок, зазначимо, що він є менш розвинутим, порівняно з ринками країн-лідерів світової бізнес-спільноти, втім значна кількість тенденцій, характерних для глобального ринку, справедлива і для нього. Для ТОВ "КОЛОРИЛМ" одним із ключових викликів на нинішньому етапі є порівняно невисокий попит на послуги на внутрішньому ринку, що обумовлює значний інтерес підприємства саме до експортної діяльності.

Маючи значний досвід роботи у сфері створення аудіо-візуального контенту та його просування для підтримки брендів замовників, а також гарну репутацію на закордонних ринках, ТОВ "КОЛОРИЛМ" має можливість і надалі нарощувати обсяги діяльності, надаючи як послуги, які уже зараз є в його асортименті, так і інші сервіси, які користуються попитом у закордонних замовників.

Отже, з огляду на те, що усі аналітики передбачають, що надалі ринок PR буде активно розвиватися, ТОВ "КОЛОРИЛМ" доцільно працювати над розвитком власного бренду, оскільки потенційні клієнти, обираючи провайдера послуг, звертають увагу у тому числі на те, наскільки якісно відповідна робота була виконана для нього самого. Таким чином, з огляду на результати проведеного аналізу, відзначимо, що ТОВ "КОЛОРИЛМ" доцільно працювати над подальшим розширенням команди (за рахунок молодих та креативних спеціалістів), а також над створенням привабливого для потенційних клієнтів бренду.

2.2. Обґрунтування вибору пріоритетних міжнародних партнерів для ТОВ "КОЛОРИФІЛМ"

Аналіз тенденцій розвитку ринку, представлений у попередньому параграфі, свідчить про перспективність пошуку нових клієнтів ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" на ринках європейських країн. На користь цього свідчить також те, що за останні роки відбулося істотне зростання обсягів витратів на PR у країнах ЄС (рис. 2.2).



**Рис. 2.2. Обсяги витрат на PR у країнах ЄС
у 2007 – 2018 рр., млн. дол. США**

Джерело: складено автором за [39]

Поряд з країнами, співпраця з якими уже здійснюється підприємством, вважаємо за доцільне розглянути вихід на ринки країн ЄС, які є географічно найближчими до України, у якості потенційних векторів розширення географії експортних операцій. До таких, зокрема, належать: Румунія, Словаччина, Болгарія, Чехія. Вибір саме зазначених країн обумовлюється тим, що транспортні витрати є однією з наймасштабніший статей витратів при наданні послуг за кордоном, таким чином географічна близькість є важливим фактором підвищення їх ефективності.

Для оцінки потенційних ринків використовуватимемо інформацію, представлену у рейтингах міжнародних організацій, оскільки за її допомогою можна отримати загальне уявлення про те, наскільки ефективною може бути взаємодія підприємства з контрагентами певної держави.

На нинішньому етапі до рейтингів, які доцільно використовувати для оцінки привабливості ринку належить у першу чергу рейтинг глобальної конкурентоспроможності, який формується Всесвітнім економічним форумом [41].

На наш погляд, з огляду на сферу діяльності, у якій працює ТОВ "КОЛОРИФІЛМ", до показників, на які доцільно звернути увагу, належать: товарний ринок (зважаючи, що його розвиток визначає попит на PR-послуги), динаміка бізнесу (оскільки, чим більш розвинутим є ринок, тим більшою популярністю користуватимуться на ньому послуги, які надає досліджуване підприємство); впровадження інноваційно-телекомунікаційних технологій та здатність до інновацій (оскільки ТОВ "КОЛОРИФІЛМ" спеціалізується на зйомках та просуванні відповідного PR-контенту), а також макроекономічна стабільність (оскільки цей показник є індикатором купівельної спроможності населення).

Позиції Болгарії у згаданому рейтингу є відносно невисокими – країна посідає 49-те місце, а її загальний рейтинг складає 65 балів. Втім, за рівнем впровадження інформаційно-телекомунікаційних технологій рейтинг країни складає 73,4, при чому спостерігається його покращення порівняно з попереднім роком. За рівнем макроекономічної стабільності рейтинг Болгарії також є достатньо високим (90), що свідчить про те, що ризики співпраці з цією країною є невисокими.

Водночас відзначимо, що розвиток товарного ринку має порівняно невисокий рейтинг (55,7), при чому посередні позиції характерні для Болгарії як за рівнем розвитку конкурентних процесів на внутрішньому ринку (54,7), так і за рівнем відкритості торгівлі (56,7). За індикатором "розмір ринку"

рейтинг Болгарії також є невисоким – він дорівнює 54,9. Подібна ситуація може свідчити про можливі складності у пошуку партнерів на ринку Болгарії.

За показником динамічності бізнесу рейтинг Болгарії складає 61,9, причому у той час як за рівнем адміністративних вимог країна май достатньо високий показник – 73, за таким важливим індикатором як культура бізнесу – лише 50,7. Ще нижчим є показник країни за спроможністю до інновацій – 45. Це вказує на те, що попит власне на аудіо-візуальний контент може бути у країні невисоким, таким чином ТОВ "КОЛОРФІЛМ" є сенс розглянути інші ринки для розширення експорту.

Чехія, яка є наступною потенційною країною для надання підприємством послуг у сфері PR та формуванню відповідного аудіо-візуального контенту, у рейтингу глобальної конкурентоспроможності має 32 місце із значенням 71.

У першу чергу необхідно відзначити високий рівень макроекономічної стабільності у цій країні – експерти оцінюють її у 100 балів, таким чином ризики роботи на цьому ринку є незначними. Позитивним є також вищий порівняно з Болгарією показник розвитку товарного ринку (57,3), а також достатньо високий рівень розвитку бізнесу (68,7), що вказує на існування попиту на послуги ТОВ "КОЛОРФІЛМ" на ньому.

Інтенсивність конкуренції у сфері надання інноваційних PR послуг є достатньо високою, на що вказує високий рівень інноваційної спроможності – 56,9. Водночас високе значення індикатора, що характеризує впровадження інноваційно- телекомунікаційних технологій, вказує на те, що конкуренція на ринку, на якому працює підприємство, є значною.

Розвиток ринку Румунії характеризується наступними показниками. За рівнем макроекономічної стабільності ця країна є найменш привабливою для ТОВ "КОЛОРФІЛМ" (за цим показником її рейтинг складає 89,7), зважаючи на те, що ризики зміни умов здійснення господарської діяльності на цьому ринку є достатньо високими. Рівень розвитку товарного ринку також є невисоким (55,4), що є, як зазначалося, одним з індикаторів попиту на послуги

досліджуваного підприємства. Підтвердженням цього є також низький показник, який характеризує динаміку бізнес-процесів (59,7). Рівень впровадження інноваційно-телекомунікаційних технологій складає 72, таким чином ефективність використання аудіо-візуального контенту при наданні PR послуг буде достатньо високою, що свідчить на користь виходу на ринок цієї країни. Аргументом, що вказує на доцільність пошуку партнерів на ринку Румунії є також невисокий рівень здатності місцевих підприємств до інновацій (42,3), що обумовлює необхідність пошуку постачальників відповідних послуг за кордоном і, зокрема, у географічно близьких країнах, де їх вартість є невисокою.

Словаччина з-поміж 141 країни, покритої рейтингом глобальної конкурентоспроможності, посідає 24-ту позицію із оцінкою у 47 балів. Як і Чехія, ця країна має високий показник за рівнем макроекономічної стабільності (100,0), що робить цей ринок передбачуваним і, відповідно, привабливим для виходу. Здатність до інновацій цієї країни також є невисокою (46,3), що вказує на невисокий рівень конкуренції у сегменті, який є цікавим для ТОВ «КОЛОРФІЛМ». Водночас, країна характеризується незначним рівнем розвитку товарного ринку, що може означати невисокий попит на послуги, які надає підприємство. Рівень динамізму бізнесу також є недостатньо високим (62,8), хоча і кращим за аналогічний показник Болгарії та Румунії. За рівнем впровадження інноваційно-телекомунікаційних технологій Словаччина є достатньо конкурентоспроможною, таким чином надання послуг досліджуваного підприємства буде ефективним на цьому ринку. Узагальнені результати оцінки представлено на рис. 2.3.

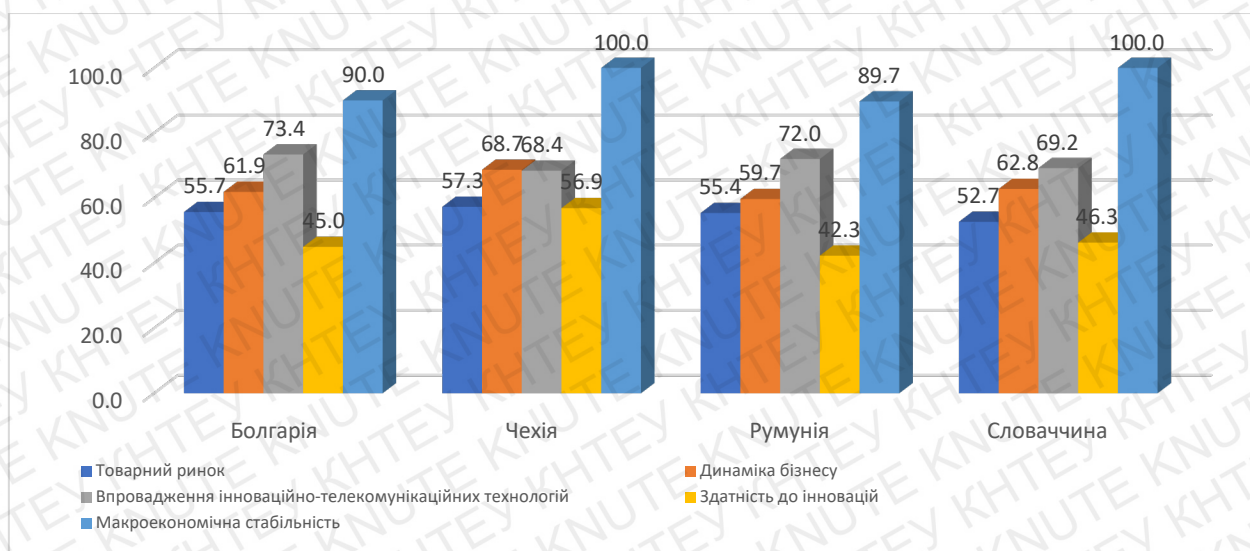


Рис. 2.3. Показники привабливості потенційних країн-партнерів для ТОВ «КОЛОРФІЛМ»

Джерело: складено автором за [41]

Як видно з представленого рисунку, жодна із розглянутих країн не характеризується показниками, які б дозволили визначити її основним цільовим ринком для розширення діяльності ТОВ «КОЛОРФІЛМ». Водночас вважаємо, що Словаччина порівняно з іншими державами є найбільш цікавою для досліджуваного підприємства за співвідношенням потенційних можливостей для пошуку клієнтів та ризиків, пов'язаних з високою конкуренцією та макроекономічним середовищем. Таким чином, саме на вихід на ринок цієї країни доцільно орієнтуватися ТОВ «КОЛОРФІЛМ» при розширенні географії діяльності.

Висновки до розділу 2

ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» працює на динамічному ринку, обсяг якого протягом наступних років матиме тенденцію до зростання (за прогнозами до 2020 року його обсяг складе 52 млрд. дол. США, а щорічний темп його зростання досягне 5%). Основними чинниками, які обумовлюють розвиток ринку PR, є: діджиталізація відповідних послуг, високий рівень індивідуалізації послуг, зростання попиту на спеціалізовані послуги, фокусування на формуванні позитивного іміджу підприємства.

Попри те, що тенденції розвитку міжнародного бізнесу обумовлюють попит на послуги PR-агенцій, наразі існує значна кількість чинників, які гальмують розвиток відповідної галузі, зокрема: висока конкуренція зі сторони інших напрямків маркетингової діяльності, і у першу чергу – реклами, відсутність напрацьованих методик оцінки ефективності PR-послуг, зменшення корпоративних бюджетів, брак кваліфікованих кадрів, відсутність адекватного менеджменту.

З огляду на доцільність подальшого розширення діяльності ТОВ «КОЛОРИФІЛМ», у роботі було оцінено потенційні ринки для підприємства, зокрема ринки Румунії, Словаччини, Болгарії та Чехії. Для оцінки потенційних ринків використовувалася інформація, представлена у рейтингу глобальної конкурентоспроможності. З огляду на сферу діяльності, у якій працює ТОВ "КОЛОРИФІЛМ", до показників, на які було звернено увагу, належать: товарний ринок, динаміка бізнесу, впровадження інноваційно-телекомунікаційних технологій, здатність до інновацій, макроекономічна стабільність.

Було виявлено, що жодна із розглянутих країн не характеризується показниками, які б дозволили визначити її основним цільовим ринком для розширення діяльності ТОВ «КОЛОРИФІЛМ». Водночас Словаччина порівняно з іншими державами є найбільш цікавою для досліджуваного підприємства за співвідношенням потенційних можливостей та ризиків.

РОЗДІЛ 3.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "КОЛОРОФІЛМ" У СФЕРІ НАДАННЯ PR-ПОСЛУГ

3.1. Заходи щодо підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ "КОЛОРОФІЛМ" на ринку PR-послуг

Під час аналізу міжнародної комерційної діяльності ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» було виявлено, що наразі вона є достатньо ефективною та справляє позитивний вплив на фінансові результати підприємства. Втім, відповідні удосконалення механізму пошуку клієнтів на зовнішніх ринках, а також процесу надання послуг сприяли б підвищенню результативності діяльності підприємства та покращенню його ринкових позицій.

До основних заходів, які сприятимуть підвищенню ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» можна віднести: формування якісного Інтернет-сайту підприємства, підвищення кваліфікації персоналу, що здійснює первинну комунікацію з зарубіжними клієнтами, укладання договорів про співпрацю із закладами гостинності та зменшення згаданої складової витрат (рис. 3.1.).

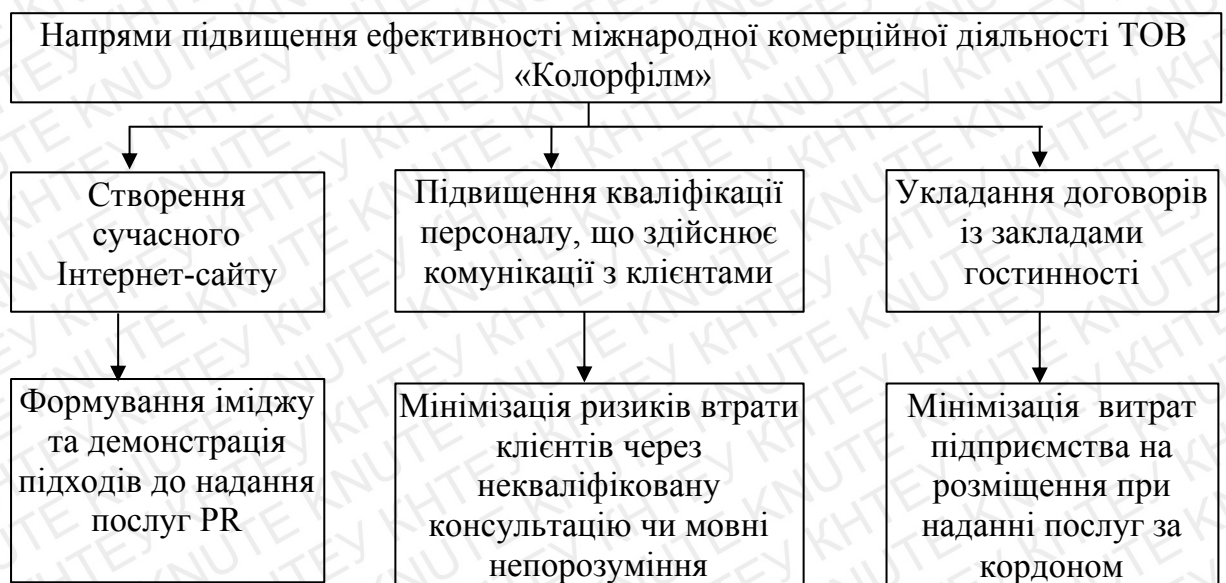


Рис. 3.1 Напрями підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «КОЛОРОФІЛМ»*

*Джерело: складено автором

До першочергових завдань для ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» на нинішньому етапі є створення Інтернет-ресурсу, на якому можна буде знайти інформацію про діяльність підприємства, побачити приклади аудіо-візуального контенту, який може запропонувати клієнтам компанія, отримати контакти тощо.

Важливо, щоб Інтернет-сайт повною мірою відповідав філософії досліджуваного підприємства, оскільки, вміння «пропіарити» свою діяльність є одним з показників, за яким потенційні клієнти будуть здійснювати вибір партнера.

Пропонуємо ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» для розміщення на сайті зняти фільм, який ілюструє процес формування концепції надання послуги та фактичне її втілення. Це дозволить потенційним клієнтам одночасно оцінити якість відео, які готує підприємство, а також сформувати уявлення про те, яким чином буде відбуватися взаємодія виконавця і замовника.

Зважаючи на високу значущість для підприємства зовнішніх ринків, важливим є розміщення на сайті підприємства усієї необхідної інформації не лише українською, але також англійською мовою. При цьому якість перекладу має бути надзвичайно високою, таким чином звернутися за відповідною послугою доцільно до приватних осіб-підприємців, які є носіями мови і надають на вітчизняному ринку послуги перекладу.

Сайт ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» має відповідати сучасним тенденціям, містити інформацію про асортимент послуг та переваги їх отримання саме від досліджуваного підприємства. Окремо мають бути розміщені дані про ті проекти, які були реалізовані підприємством (не лише в Україні, але і за кордоном) за умови, якщо замовними не виступатимуть проти цього.

Зважаючи на те, що ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» досить часто бере участь у формуванні контенту для розміщення на Інтернет-ресурсах, працівники підприємства обізнані з вимогами, які висуваються до таких відео, а також

особливостями, які роблять відзнятий матеріал комерційно успішним. Таким чином, увесь процес розробки сайту (як формування архітектури, так і наповнення) може бути здійснений працівниками підприємства. Це дозволить ТОВ «КОЛОРФІЛМ» оптимізувати витрати та забезпечить максимально високу якість кінцевого продукту.

До заходів, які сприятимуть підвищенню ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «КОЛОРФІЛМ», належить також підвищення кваліфікації персоналу. Мова йде про делегування працівників, які здійснюють комунікації з існуючими та потенційними клієнтами, на спеціальні тренінги, які дозволяють отримати навички роботи зі споживачами для оптимального задоволення їх потреб та забезпечення інтересів самого підприємства.

З огляду на те, що для виходу на зарубіжні ринки працівникам підприємства необхідно здійснювати комунікації іноземною мовою, оптимальним буде пошук тренінгів або організація власного, присвяченого саме бізнес-комунікаціям англійською мовою. При цьому відзначимо, що навчання працівників має здійснюватися протягом тривалого проміжку часу та охоплювати не лише основи ділової англійської мови, але і правила бізнес-етикету, методи роботи з негативними відгуками, управління конфліктними ситуаціями. Метою проведення подібного навчання має стати підготувати менеджерів по роботі з клієнтами, спроможних будь-яке звернення до підприємства перетворити на бізнес-комунікацію з високим потенціалом здійснення замовлення послуги.

У згаданому контексті важливе значення для успішної реалізації наданої пропозиції матиме також зміна системи оплати праці. Так, необхідно змінити систему оплати праці менеджерів по роботі з клієнтами з уніфікованої, на диференційовану: ті працівники, діяльність яких буде найбільш результативною, мають отримувати вищу у порівнянні з колегами заробітну плату. Окрім цього, подібний підхід до оплати праці може бути використаний

і у інших сферах – це дозволить оптимізувати витрати підприємства і, відповідно, призведе до збільшення рівня ефективності діяльності як на внутрішньому ринку, так і на міжнародному рівні.

Одним із завдань ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» на нинішньому етапі є оптимізація витрат на надання послуг за кордоном. Зазначена мета може бути досягнена шляхом пошуку та впровадження нових форм співпраці з партнерами, а також розширення інструментів маркетингу.

Так, для зменшення витрат на проживання під час надання послуг за кордоном пропонуємо ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» здійснювати пошук закладів гостинності, які потребують якісних PR-послуг, та укладати з ними договори про співпрацю, відповідно до яких досліджуване підприємство надаватиме їм знижку на відповідні сервіси в обмін на знижки на проживання для працівників під час відряджень. До потенційних партнерів підприємства належать апарт-готелі, а також немережеві готелі, ресурси яких є обмеженими.

Ще одним, пов'язаним із попереднім напрямом оптимізації витрат у процесі здійснення міжнародних комерційних операцій, є пошук перед стартом кожного нового проекту можливостей зменшення транспортних витрат (що може бути досягнуто шляхом оренди необхідного обладнання за кордоном замість його перевезення). Такий варіант економії не завжди буде можливим, втім для найбільш віддалених ринків зменшення витрат у таких умовах може бути можливим. Таким чином, проектний менеджер перед прийняттям відповідного рішення має провести аналіз вартості оренди устаткування та порівняти його з вартістю перевезення. Це дозволить забезпечити максимально ефективне використання бюджету ТОВ «КОЛОРОФІЛМ».

Витрати на реалізацію запропонованих змін не будуть для ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» значимим: витрати на розробку інтернет-сайту складатимуть у середньому 150 тис. грн. (включно з додатковими витратами на оплату праці персоналу), водночас з огляду на те, що виконання робіт здійснюватиметься

власними силами, підприємство матиме можливість встановити ліміт на відповідні витрати та не перевищувати його. Навчання персоналу коштуватиме ТОВ «КОЛОРИЛМ» близько 150 тис. грн. на рік, оскільки якісний тримісячний курс бізнес-комунікацій іноземною мовою для однієї особи коштує у середньому 20-25 тис. грн (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Витрати на реалізації заходів з підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності ТОВ "КОЛОРИЛМ" на ринку PR-послуг

Захід	Оціночна вартість
Розробка Інтернет-сайту підприємства	150 тис. грн.
Навчання персоналу	150 тис. грн.
Зміна системи мотивації	У межах існуючого бюджету
Укладання договорів з закладами гостинності	У межах існуючого бюджету
Участь у міжнародних виставках	У межах існуючого бюджету

Джерело: складено автором

Зміна системи мотивування та оплати праці, яка при цьому буде впроваджена на підприємстві, не вимагатиме додаткових витрат чи збільшення фонду оплати праці, оскільки наші пропозиції спрямовані на оптимізацію розподілу тих коштів, що на нинішньому етапі витрачаються ТОВ «КОЛОРИЛМ».

Укладання договорів з закладами гостинності також не вимагатиме додаткових видатків, оскільки проведення переговорів може здійснюватися менеджерами по роботі з клієнтами у режимі онлайн у межах виконання ними своїх обов'язків.

На наш погляд, реалізація на ТОВ «КОЛОРИЛМ» усього комплексу запропонованих нами заходів сприятиме підвищенню ефективності

міжнародної комерційної діяльності підприємства та покращенню фінансових результатів в цілому.

Для налагодження зв'язків з потенційними партнерами ТОВ «КОЛОРФІЛМ» доцільно брати участь у міжнародних виставках, які проходять на території України та країнах близького зарубіжжя. Мова йде як про спеціалізовані виставки, учасниками яких є саме підприємства, які працюють у сфері маркетингу та PR, так і галузеві заходи, за умови якщо просування товарів та послуг та іміджеві комунікації відіграють важливу роль у розвитку відповідної галузі. Такі івенти дадуть ТОВ «КОЛОРФІЛМ» можливість знайти нових замовників, або ж щонайменше представити своє підприємство перед цільовою аудиторією.

Таким чином, до заходів, які сприятимуть зростання доходів ТОВ «КОЛОРФІЛМ» від міжнародної комерційної діяльності, належать: створення Інтернет-сайту для візуалізації того, які саме послуги надає підприємство, та полегшення отримання інформації про нього; вдосконалення навиків комунікацій іноземною мовою менеджерів по роботі з клієнтами; відвідування міжнародних виставок (як профільних, так і тих, де участь беруть потенційні партнери підприємства).

Зниженню витрат, у свою чергу, сприятиме, укладання договорів з закладами розміщення щодо надання обопільних знижок, а також аналіз можливостей зменшення транспортних витрат за рахунок оренди устаткування на місці зйомок.

Отже, реалізація запропонованих нами заходів дозволить ТОВ «КОЛОРФІЛМ» істотно підвищити ефективність міжнародних комерційних операцій, що набуває особливого значення в умовах обґрунтованої у попередньому розділі доцільності розширення географії діяльності. Попри те, що впровадження наданих рекомендацій вимагає від ТОВ «КОЛОРФІЛМ» значних витрат, втім, вони будуть виправданими,

оскільки дозволять компанії істотно посилити позиції як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

3.2. Прогнозні показники діяльності ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» за умови впровадження наданих пропозицій

Для економічного обґрунтування доцільності впровадження запропонованих заходів у практичну діяльність ТОВ «КОЛОРОФІЛМ», необхідно спрогнозувати можливий вплив проведення усього комплексу заходів на фінансові результати підприємства.

Для розрахунку показників діяльності ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» за умови реалізації наданих пропозицій було обрано метод екстраполяції, який базується на перенесенні тенденції попередніх періодів на майбутнє. Цей метод можна використовувати в умовах наявності статистичної інформації про 5 та більше попередніх періодів, що є справедливим для ситуації з ТОВ «КОЛОРОФІЛМ».

Першим етапом використання методу екстраполяції є розрахунок тенденцій зміни показників протягом попередніх періодів. Розрахунки, проведені із використанням формули середньої геометричної, дозволили виявити, що обсяг чистого доходу підприємства від надання послуг за останні роки зростав у середньому на 44% щороку, а темп зростання інших операційних доходів складав 1,14.

Собівартість реалізованої продукції збільшувалася у середньому на 42% щороку, темп зміни інших операційних витрат складав 1,41. Інші витрат у той самий час мали тенденцію до зменшення, а їх середньорічний темп зростання складав 0,45. Саме такі показники динаміки будуть покладені нами в основу розрахованого прогнозу фінансових результатів ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» у 2020 – 2022 рр.

За умови збереження тенденцій 2014 – 2018 рр. протягом наступних трьох років можна очікувати, що у 2020 р. чистий дохід підприємства складе

781983,3 грн., а до 2022 р. він збільшиться до 1612427,5 тис. грн. Інші операційні доходи за збереження темпу зростання попередніх років до 2022 р. складуть 20149 тис. грн. У результаті у 2020 р. сукупні доходи ТОВ «КОЛОРФІЛМ» дорівнюватимуть 766445,4 тис. грн., а до 2022 р. вони збільшаться до 1592278,5 тис. грн (табл. 3.2)

Таблиця 3.2.

**Прогнозні показники діяльності ТОВ «КОЛОРФІЛМ» у 2020 – 2022
рр. за збереження існуючих тенденцій, тис. грн.**

Показник	Факт	Попередній план	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2018	2019	2020	2021	2022	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2022/ 2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	559351,8	544573,0	781983,3	1122894,2	1612427,5	-14778,8	237410,3	340910,9	489533,3	1053075,7
Інші операційні доходи	18433,8	13644,6	15537,8	17693,8	20149,0	-4789,2	1893,3	2156,0	2455,2	1715,2
Разом доходи	577785,6	530928,4	766445,4	1105200,4	1592278,5	-46857,2	235517,0	338754,9	487078,2	1014492,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	261958,2	285304,3	398373,2	556252,4	776700,6	23346,1	113068,9	157879,2	220448,2	514742,4
Інші операційні витрати	241363,5	244312,4	344521,3	485832,5	685104,8	2948,9	100208,8	141311,2	199272,4	443741,3
Інші витрати	140,7	43,0	19,4	8,7	3,9	-97,7	-23,6	-10,6	-4,8	-136,8
Разом витрати	503462,4	529659,8	742913,9	1042093,6	1461809,4	26197,4	213254,1	299179,7	419715,8	958347,0
Фінансовий результат до оподаткування	74323,2	1268,7	23531,6	63106,7	130469,1	-73054,5	22262,9	39575,2	67362,4	56145,9
Податок на прибуток	13379,1	266,4	4941,6	13252,4	27398,5	-13112,7	4675,2	8310,8	14146,1	14019,4
Чистий прибуток (збиток)	60944,1	1002,3	18589,9	49854,3	103070,6	-59941,8	17587,7	31264,4	53216,3	42126,5

Джерело: розраховано автором

Собівартість реалізованої продукції за збереження існуючих тенденції збільшиться до 398373,2 тис. грн. у 2020 р. та 776700,6 тис. грн. у 2022 р., інші операційні витрати досягнуть до 2022 р. 685104,8 тис. грн. Інші витрати при цьому складуть 3,9 тис. грн. та не матимуть значного впливу на фінансові результати підприємства. Як наслідок, валові витрати у 2022 р. досягнуть 1461809,4 тис. грн., а фінансовий результат ТОВ «КОЛОРФІЛМ» до

оподаткування дорівнюватиме 130469,1 тис. грн., що після сплати податків дозволить підприємству отримати 103070,6 тис. грн. чистого прибутку.

За умови реалізації наданих нами пропозицій інші операційні витрати ТОВ «КОЛОРФІЛМ» збільшаться на 300 тис. грн., що з огляду на обсяги діяльності підприємства є достатньо значною величиною. Водночас за умови максимальної ефективності реалізації наданих нами рекомендацій чистий дохід підприємства від реалізації наданих пропозицій збільшиться на 10% внаслідок виходу на нові ринки (наразі, за даними, отриманими на підприємстві, при виході на новий ринок чистий дохід зростає у середньому на 10-15%), тоді як рівень собівартості знизиться на 20% внаслідок реалізації пропозицій, що стосувалися оптимізації витрат (витрати на розміщення складають понад 30 – 35% бюджету, таким чином, укладання угод із закладами розміщення дозволить знизити собівартість у середньому на 20% (частково оплату досліджуване підприємство здійснюватиме) (табл. 3.3).

Таблиця 3.3.

**Прогнозні показники діяльності ТОВ «КОЛОРФІЛМ» у 2020 – 2022
рр. за умови реалізації наданих пропозицій, тис. грн. (оптимістичний
варіант)**

Показник	Факт	Попередні дані	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2018	2019	2020	2021	2022	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2022/ 2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	559351,8	544573,0	860181,6	1235183,6	1773670,3	-14778,8	315608,6	375002,0	538486,7	1214318,5
Інші операційні доходи	18433,8	13644,6	15537,8	17693,8	20149,0	-4789,2	1893,3	2156,0	2455,2	1715,2
Разом доходи	577785,6	530928,4	844643,8	1217489,8	1753521,3	-46857,2	313715,3	372846,0	536031,5	1175735,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	261958,2	285304,3	318698,6	445001,9	621360,5	23346,1	33394,2	126303,3	176358,6	359402,3
Інші операційні витрати	241363,5	244312,4	644521,3	535832,5	735104,8	2948,9	400208,8	-108688,8	199272,4	493741,3
Інші витрати	140,7	43,0	19,4	8,7	3,9	-97,7	-23,6	-10,6	-4,8	-136,8
Разом витрати	503462,4	529659,8	963239,2	980843,1	1356469,3	26197,4	433579,5	17603,9	375626,1	853006,9
Фінансовий результат до оподаткування	74323,2	1268,7	-118595,5	236646,6	397052,0	-73054,5	-119864,1	355242,1	160405,4	322728,8
Податок на прибуток	13379,1	266,4	0,0	49695,8	83380,9	-13112,7	-266,4	49695,8	33685,1	70001,8
Чистий прибуток (збиток)	60944,1	1002,3	-118595,5	186950,9	313671,1	-59941,8	-119597,7	305546,3	126720,2	252727,0

Джерело: розраховано автором

Таким чином, за оптимістичного варіанту прогнозу у 2020 р. обсяг чистого доходу складе 860181,6 тис. грн. (до 2022 року він досягне 1773670,3 тис. грн.), а сукупні доходи збільшаться, відповідно, до 844643,8 тис. грн. у 2020 р. та 1753521,3 тис. грн. у 2022 р. Собівартість надання послуг у той самий час знизиться до 318698,6 тис. грн. у 2020 р. та 621360,5 тис. грн у 2022 р., у той час як інші операційні витрати зростуть на 300000 тис. грн. та складуть у 2020 р. 644521,3 тис. грн. Така ситуація призведе до того, що у 2020 р. підприємство отримає збиток до оподаткування у обсязі -118595,5 тис. грн., понесення якого матиме стратегічне значення для отримання позитивних фінансових результатів у майбутньому. Водночас у 2021 та 2022 рр. фінансові

результати підприємства будуть високими та матимуть тенденцію до покращення – у 2021 р. чистий фінансовий результат дорівнюватиме 186950,9 тис. грн., а до 2022 р. він зросте до 313671,1 тис. грн.

За песимістичного варіанту понесення ТОВ «КОЛОРФІЛМ» додаткових витрат не призведе до відповідної оптимізації видатків, які списуються на собівартість, та до зростання чистого доходу. У таких умовах доходи підприємства протягом прогнозного періоду будуть такими ж, як і за незмінності тенденцій, собівартість також буде зберігатися на аналогічному рівні. При цьому інші операційні витрати будуть такими ж, як і за оптимістичного сценарію, у результаті чого сукупні витрати ТОВ «КОЛОРФІЛМ» складуть 1042913,9 тис. грн. у 2020 р. та 1511809,4 тис. грн. у 2022 р.

Як наслідок, чистий фінансовий результат у 2020 р. буде від'ємним (збиток складе 276468,4 тис. грн.), тоді як у 2022 р. підприємство отримає 63570,6 грн. чистого прибутку (табл. 3.4).

Таблиця 3.4.

**Прогнозні показники діяльності ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» у 2020 – 2022
рр. за умови реалізації наданих пропозицій, грн. (песимістичний варіант)**

Показник	Факт	План	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2018	2019	2020	2021	2022	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2022/ 2018
Чистий дохід від реалізації продукції	559351,8	544573,0	781983,3	1122894,2	1612427,5	-14778,8	237410,3	340910,9	489533,3	1053075,7
Інші операційні доходи	18433,8	13644,6	15537,8	17693,8	20149,0	-4789,2	1893,3	2156,0	2455,2	1715,2
Разом доходи	577785,6	530928,4	766445,4	1105200,4	1592278,5	-46857,2	235517,0	338754,9	487078,2	1014492,9
Собівартість реалізованої продукції	261958,2	285304,3	398373,2	556252,4	776700,6	23346,1	113068,9	157879,2	220448,2	514742,4
Інші операційні витрати	241363,5	244312,4	644521,3	535832,5	735104,8	2948,9	400208,8	-108688,8	199272,4	493741,3
Інші витрати	140,7	43,0	19,4	8,7	3,9	-97,7	-23,6	-10,6	-4,8	-136,8
Разом витрати	503462,4	529659,8	1042913,9	1092093,6	1511809,4	26197,4	513254,1	49179,7	419715,8	1008347,0
Фінансовий результат до оподаткування	74323,2	1268,7	-276468,4	13106,7	80469,1	-73054,5	-277737,1	289575,2	67362,4	6145,9
Податок на прибуток	13379,1	266,4	0,0	2752,4	16898,5	-13112,7	-266,4	2752,4	14146,1	3519,4
Чистий прибуток (збиток)	60944,1	1002,3	-276468,4	10354,3	63570,6	-59941,8	-277470,7	286822,8	53216,3	2626,5

Джерело: розраховано автором

За помірною варіанту (розрахованого шляхом знаходження середніх між оптимістичним та песимістичним варіантами обсягів доходів і витрат) чистий дохід ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» у 2020 р. дорівнюватиме 821082,4 тис. грн., а у 2022 р. -1693048,9 тис. грн., у той час як собівартість реалізованої продукції складатиме відповідно 358535,9 тис. грн. та 699030,6 тис. грн. відповідно. Як наслідок, у 2020 р. досліджуване підприємство отримає 197532,0 тис. грн. чистого збитку, у той час як чистий прибуток 2022 р. складатиме 188620,8 тис. грн., що істотно перевищує фінансовий результат, який може бути отриманий підприємством за умови, якщо надані нами рекомендації, не будуть реалізовані (табл. 3.5).

Таблиця 3.5.

**Прогнозні показники діяльності ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» у 2020 – 2022 рр.
за умови реалізації наданих пропозицій, грн. (помірний варіант)**

Показник	Факт	План	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2018	2019	2020	2021	2022	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2022/ 2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	559351,8	544573,0	821082,4	1179038,9	1693048,9	-14778,8	276509,4	357956,5	514010,0	1133697,1
Інші операційні доходи	18433,8	13644,6	15537,8	17693,8	20149,0	-4789,2	1893,3	2156,0	2455,2	1715,2
Разом доходи	577785,6	530928,4	805544,6	1161345,1	1672899,9	-46857,2	274616,2	355800,5	511554,8	1095114,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	261958,2	285304,3	358535,9	500627,2	699030,6	23346,1	73231,6	142091,3	198403,4	437072,4
Інші операційні витрати	241363,5	244312,4	644521,3	535832,5	735104,8	2948,9	400208,8	-108688,8	199272,4	493741,3
Інші витрати	140,7	43,0	19,4	8,7	3,9	-97,7	-23,6	-10,6	-4,8	-136,8
Разом витрати	503462,4	529659,8	1003076,6	1036468,4	1434139,3	26197,4	473416,8	33391,8	397671,0	930676,9
Фінансовий результат до оподаткування	74323,2	1268,7	-197532,0	124876,7	238760,6	-73054,5	-198800,6	322408,7	113883,9	164437,4
Податок на прибуток	13379,1	266,4	0,0	26224,1	50139,7	-13112,7	-266,4	26224,1	23915,6	36760,6
Чистий прибуток (збиток)	60944,1	1002,3	-197532,0	98652,6	188620,8	-59941,8	-198534,2	296184,5	89968,3	127676,7

Джерело: розраховано автором

Таким чином, здійснені розрахунки засвідчили доцільність впровадження дослідженим підприємством наданих рекомендацій, оскільки навіть за даними помірної прогнозу зростання обсягів прибутків підприємства буде досить значним.

Зважаючи на те, що обсяги господарської діяльності і, зокрема, міжнародних операцій ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» є незначними, підприємство не має значних можливостей для реалізації широкомасштабних PR-кампаній для підвищення рівня своєї затребуваності. У той самий час навіть реалізація наданих нами рекомендацій дозволить ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» укріпити позиції на ринку, збільшити обсяги діяльності та рівень прибутковості, а також

створити підґрунтя для підвищення рівня міжнародної присутності. На наш погляд, за умови реалізації наданих рекомендацій можна очікувати на істотне на збільшення кількості замовлень, що, у свою чергу, стане передумовою формування позитивного іміджу ТОВ «КОЛОРФІЛМ» та збільшення рівня його пізнаваності.

Висновки до розділу 3

На нинішньому етапі міжнародна комерційна діяльність ТОВ «Колорфілм» потребує удосконалення. До заходів, які сприятимуть зростання доходів ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» від міжнародної комерційної діяльності, належать: створення Інтернет-сайту для візуалізації того, які саме послуги надає підприємство, та полегшення отримання інформації про нього; вдосконалення навиків комунікацій іноземною мовою менеджерів по роботі з клієнтами; відвідування міжнародних виставок (як профільних, так і тих, де участь беруть потенційні партнери підприємства). Зниженню витрат, у свою чергу, сприятиме, укладання договорів з закладами розміщення щодо надання обопільних знижок, а також аналіз можливостей зменшення транспортних витрат за рахунок оренди устаткування на місці зйомок.

Витрати на реалізацію запропонованих змін не будуть для ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» значимим: витрати на розробку інтернет-сайту складатимуть у середньому 150 тис. грн., водночас з огляду на те, що виконання робіт здійснюватиметься власними силами, підприємство матиме можливість встановити ліміт на відповідні витрати та не перевищувати його. Навчання персоналу коштуватиме ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» близько 150 тис. грн. на рік.

За умови збереження тенденцій 2014 – 2018 рр. протягом наступних трьох років можна очікувати, що у 2022 р. чистий дохід підприємства складе 1612427,5 тис. грн. Фінансовий результат ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» до оподаткування дорівнюватиме 130469,1 тис. грн., що після сплати податків дозволить підприємству отримати 103070,6 тис. грн. чистого прибутку. За помірнього варіанту прогнозу, що характеризує фінансові результати за умови реалізації наданих рекомендацій, у 2022 р. досліджуване підприємство отримає 188620,8 тис. грн. чистого прибутку, що істотно перевищує фінансовий результат, який може бути отриманий підприємством за умови, якщо надані нами рекомендації, не будуть реалізовані.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

ТОВ "КОЛОРФІЛМ" працює в Україні з 2001 року сфері виробництва кіно- та відеофільмів, телевізійних програм. Підприємство спеціалізується на виробництві кліпів та реклами, а його клієнтами є українські та зарубіжні компанії.

За останні 5 років відбулося збільшення обсягів чистого доходу підприємства з 131558,7 тис. грн. до 559351,8 тис. грн. Тенденцію до зростання мали також інші операційні доходи ТОВ "КОЛОРФІЛМ", приріст яких склав 7471,8 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції підприємства зростала протягом усього досліджуваного періоду, проте її рівень порівняно з 2014 роком скоротився з 0,52 до 0,47. З огляду на таку тенденцію зміни доходів і витрат показники рентабельності підприємства за останні 5 років також покращилися, що було обумовлено істотним збільшенням обсягів чистого прибутку. У цілому, фінансовий стан ТОВ "КОЛОРФІЛМ" на нинішньому етапі є задовільним, хоча за останні 5 років структура капіталу ТОВ "КОЛОРФІЛМ" істотно змінилася, і наразі рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування є високим, що вказує на доцільність пошуку шляхів нарощування власного капіталу.

Протягом останніх 5-ти років чистий дохід від експорту послуг ТОВ "КОЛОРФІЛМ" збільшився з 61174,8 тис. грн. до 297295,5 тис. грн., а частка надходжень від експорту у структурі доходів підприємства досягла 53,15%. Основними напрямками, у яких здійснюється надання послуг на зовнішніх ринках є організація зйомок реклами та відео кліпів, а основними інками - Німеччина, Угорщина та Польща.

Загалом, рівень ефективності експорту послуг ТОВ "КОЛОРФІЛМ" у 2014 – 2018 рр. збільшився з 1,48 до 1,59, при чому характерним є те, що протягом останніх 4-х років цей показник коливався на рівні 1,58-1,6. Таким чином, можна констатувати, що вихід на зовнішні ринки для досліджуваного підприємства є надзвичайно вигідним, що обумовлює доцільність подальшого розширення географії надання послуг.

ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» працює на динамічному ринку, обсяг якого протягом наступних років матиме тенденцію до зростання (за прогнозами до 2020 року його обсяг складе 52 млрд. дол. США, а щорічний темп його зростання досягне 5%). Основними чинниками, які обумовлюють розвиток ринку PR, є: диджиталізація відповідних послуг, високий рівень індивідуалізації послуг, зростання попиту на спеціалізовані послуги, фокусування на формуванні позитивного іміджу підприємства.

Попри те, що тенденції розвитку міжнародного бізнесу обумовлюють попит на послуги PR-агент, наразі існує значна кількість чинників, які гальмують розвиток відповідної галузі, зокрема: висока конкуренція зі сторони інших напрямків маркетингової діяльності, і у першу чергу – реклами, відсутність напрацьованих методик оцінки ефективності PR-послуг, зменшення корпоративних бюджетів, брак кваліфікованих кадрів, відсутність адекватного менеджменту.

З огляду на доцільність подальшого розширення діяльності ТОВ «КОЛОРИФІЛМ», нами було оцінено потенційні ринки для підприємства, зокрема Румунію, Словаччину, Болгарію та Чехію. Для оцінки потенційних ринків використовувалася інформація, представлена у рейтингу глобальної конкурентоспроможності, оскільки його результати дозволяють кількісно оцінити рівень розвитку країни за різними напрямками розвитку соціальної сфери та бізнесу. З огляду на сферу діяльності, у якій працює ТОВ «КОЛОРИФІЛМ», до показників, на які було звернено увагу, належать: товарний ринок, динаміка бізнесу, впровадження інноваційно-телекомунікаційних технологій, здатність до інновацій, макроекономічна стабільність.

Було виявлено, що жодна із розглянутих країн не характеризується показниками, які б дозволили визначити її основним цільовим ринком для розширення діяльності ТОВ «КОЛОРИФІЛМ». Водночас Словаччина порівняно з іншими державами є найбільш цікавою для досліджуваного підприємства за співвідношенням потенційних можливостей та ризиків.

На нинішньому етапі міжнародна комерційна діяльність ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» потребує удосконалення. До заходів, які сприятимуть зростання доходів ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» від міжнародної комерційної діяльності, належать: створення Інтернет-сайту для візуалізації того, які саме послуги надає підприємство, та полегшення отримання інформації про нього; вдосконалення навиків комунікацій іноземною мовою менеджерів по роботі з клієнтами; відвідування міжнародних виставок (як профільних, так і тих, де участь беруть потенційні партнери підприємства). Зниженню витрат, у свою чергу, сприятиме, укладання договорів з закладами розміщення щодо надання обопільних знижок, а також аналіз можливостей зменшення транспортних витрат за рахунок оренди устаткування на місці зйомок.

Витрати на реалізацію запропонованих змін не будуть для ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» значимим: витрати на розробку інтернет-сайту складатимуть у середньому 150 тис. грн., водночас з огляду на те, що виконання робіт здійснюватиметься власними силами, підприємство матиме можливість встановити ліміт на відповідні витрати та не перевищувати його. Навчання персоналу коштуватиме ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» близько 150 тис. грн. на рік, оскільки якісний тримісячний курс бізнес-комунікацій іноземною мовою для однієї особи коштує у середньому 20-25 тис. грн.

На наш погляд, реалізація запропонованих нами заходів дозволить ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» істотно підвищити ефективність міжнародних комерційних операцій, що набуває особливого значення в умовах обґрунтованої у попередньому розділі доцільності розширення географії діяльності. Попри те, що впровадження наданих рекомендацій вимагає від ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» значних витрат, втім, на наш погляд, вони будуть виправданими, оскільки дозволять компанії істотно посилити позиції як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

За умови збереження тенденцій 2014 – 2018 рр. протягом наступних трьох років можна очікувати, що у 2020 р. чистий дохід підприємства складе 781983,3 тис. грн., а до 2022 р. він збільшиться до 1612427,5 тис. грн. Інші операційні доходи за збереження темпу зростання попередніх років до 2022 р. складуть 20149 тис. грн. У результаті у 2020 р. сукупні доходи ТОВ «КОЛОРФІЛМ» дорівнюватимуть 766445,4 грн., а до 2022 р. вони збільшаться до 1592278,5 тис. грн. Фінансовий результат ТОВ «КОЛОРФІЛМ» до оподаткування дорівнюватиме 130469,1 тис. грн., що після сплати податків дозволить підприємству отримати 103070,6 тис. грн. чистого прибутку.

За помірною варіанту прогнозу, що характеризує фінансові результати за умови реалізації наданих рекомендацій, чистий дохід ТОВ «КОЛОРФІЛМ» у 2020 р. дорівнюватиме 821082,4 тис. грн., а у 2022 р. -1693048,9 тис. грн., у той час як собівартість реалізованої продукції складатиме відповідно 358535,9 тис. грн. та 699030,6 тис. грн. відповідно. Як наслідок, у 2020 р. досліджуване підприємство отримає 197532,0 тис. грн. чистого збитку, у той час як чистий прибуток 2022 р. складатиме 188620,8 тис. грн., що істотно перевищує фінансовий результат, який може бути отриманий підприємством за умови, якщо надані нами рекомендації, не будуть реалізовані.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сучасні методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства/ Верба В.А., О.М. Гребешков [електронний ресурс]. - режим доступу до ресурсу: <http://economica.org.ua/2009/efmarkdijaln/>;
2. Вовчанська О. М. Функціональна роль та значення PR-технологій у маркетинговій діяльності туристичних підприємств / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Серія : Економічні науки. – 2018. – Т. 20, № 91. – С. 33-37. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/smlnues_2018_20_91_9
3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент. К:КНЕУ, 2008. -268 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг. - К.: Лібра, 2008. – 384 с.
5. Гоголь Г.П. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. - К., 2010. - 148 с.
6. Димитрова С. М. Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства на основі бренд-підходу : Дис... канд. Наук: 08.00.04 — 2008.
7. Дмитрієв Ілля Андрійович, Большенко С. Ф. Економіка підприємства та маркетинг: навч.-метод. посіб. / І. А. Дмитрієв, С. Ф. Большенко; Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. — Х. : ХНАДУ, 2009. — 71 с;
8. Жуков С. Нові пріоритети міжнародної маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації та інтеграції України у світове господарство/ С. Жуков// Геополітика України: історія і сучасність, 2019. - №1 (22). – с. 166 – 187.
9. Задихайло Д. В., Кібенко О. Р., Назарова Г. В. Корпоративне управління: Навчальний посібник. – Х.: Еспада, 2003. – С.332-355.
10. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. / М. А. Зубарева. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – 162 с.
11. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – К.: ІВЦ

- «Видавництво “Політехніка”», 2003. – 152 с.
12. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. - К., 2011. - 446 с.;
 13. Карп В.С. Особливості соціокультурного середовища в міжнародній маркетинговій діяльності компаній/ В.С. Карп// Міжнародні відносини, серія "Економічні науки", 2019. - №18 [електронний ресурс]. – режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3676
 14. Кендюхов О. В., Дмитрова С. В. Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства// Економіка та право. – 2009. - № 3. – с. 98 – 101
 15. Ковінько О.М. Формування концепції міжнародного маркетингу підприємства/ О.М. Ковінько// Економіка та управління підприємствами, 2018. - №26. – с. 173 – 177.
 16. Конопльов В. Т. Міжнародний маркетинг. – Донецьк: Юго-Восток, 1998. – 320 с.
 17. Корж М.В. Міжнародний маркетинг як основа розвитку міжнародного бізнесу/ М.В. Корж, І.В. Чуб// Стратегія розвитку України, 2017. - №1. – с. 21-24.
 18. Корпоративна культура: Навчальний посібник /Під заг. Ред. Г.Л.Хаєта. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
 19. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. – К.: Кондор-Видавництво, 2014. – 246 с.
 20. Лагутін Г.В. Менеджмент і маркетинг/ Лагутін Г.В., Поколенко В.О., Яковенко В.Б., Шпаков А.В., Рижаківа Г.М.// Навч. посіб. для студ. які навч. за напрямом 6.060101 "Будівництво":у 2 ч. / Київський національний ун-т будівництва і архітектури. — К. : КНУБА, 2009. — 68с.
 21. Мазаракі А. А., Чаюн Т.І., Мельник Т.М. Міжнародний маркетинг: Підручник / За ред. А. А. Мазаракі. – К.: Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2000. – 306 с.
 22. Маркетингове стратегічне планування: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Н.В. Куденко / Київ. нац. екон. ун-т. — К., 2003. — 36 с.

23. Моїсєєва Н.К., Конишева М.В. Управління маркетингом: теорія, практика, інформаційні технології: Учб. посібник / Під ред. Н.К. Моїсєєвої. – М.: Фінанси та статистика, 2012. – 304 с.;
24. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 200 с.
25. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 200 с.
26. Прауде В. Р., Білий О. Б. Маркетинг: Навч. посіб. — К.: Вища шк, 2009.
27. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. — К.: Експерт, 2007.
28. Пугачевська К.Й. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізації/ К. Й. Пугачевська, К.С. Пугачевська// International Scientific Journal, 2016. - №1 [електронний ресурс]. - режим доступу до ресурсу: <https://www.inter-nauka.com/issues/2016/1/762>
29. Пурська І. Сутність міжнародного маркетингу та особливості його використання на підприємствах туристичного бізнесу / І. Пурська // Вісник львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». - 2008. - № 24. - с. 256 — 262.
30. Романовський О. Г. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник для студентів / О. Г. Романовський, Н. В. Серєда, Є. В. Воробйова. — Х. : НТУ «ХП», 2015. – 176 с.
31. Савельєва К. В., Тарасова О. В. Оцінка ефективності маркетингових стратегій// Вісник соціально – економічних досліджень. – 2009. - № 28. – с. 137 – 140
32. Синяева И.М. Паблік рилейшнз в коммерческой деятельности. Учебник для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-дана, 2015. – 414 с.
33. Тарлопов І.О. Тенденції розвитку міжнародного маркетингу та напрямки їх реалізації / І. О. Тарлопов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – No 2 (80). – С. 129–139.
34. Циганкова Т. М. Сучасна парадигма міжнародного маркетингу : дис. ... д-

- ра екон. наук : 08.05.01 / Т. М. Циганкова. – К. : Київський національний економічний ун-т, 2004. – 474 с.
35. Чеботар С.І., Шевчик М.Г., Рябчик І.В. Основи маркетингу: Навч.посіб. – К: "Наш час", 2008. – 240с.
36. Черномаз П.О. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. - К.: Академвидав, 2012. - 272 с.;
37. Шевченко О.М. Особливості застосування PR в публічному управлінні / О.М. Шевченко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2016. – № 3 (7). – С. 47–55.
38. Щербина Т.В. Сучасні маркетингові стратегії в системі глобальних цінностей міжнародних фірм/ Т.В. Щербина, Федірко Т.В.// ефективна економіка, 2013. - №4 [електронний ресурс]. - режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1933>
39. Challenges facing the public relations (PR) industry worldwide as of February 2017 [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/645856/public-relations-pr-challenges/>
40. Dariusz Tworzydło. New technologies in public relations / Marketing of scientific and research organizations. – 2013. – № 4(10). – Р. 3-13. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://minib.pl/wp-content/uploads/2014/04/Tworzydlo_New-technologies-in-public-relations.pdf
41. Global Competitiveness Report 2019 [електронний ресурс]. – режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitiveness_Report_2019.pdf
42. Global Public Relations Market 2016-2020 [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.technavio.com/report/global-media-and-entertainment-services-global-public-relations-market-2016-2020>
43. Global Top 250 PR Agency Ranking 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.holmesreport.com/ranking-and-data/world-pr-report/agency-rankings-2015/top-250>
44. Global Top 250 PR Agency Ranking 2017 [Електронний ресурс]. – Режим

доступу : <https://www.holmesreport.com/ranking-and-data/global-pr-agency-rankings/2017-pr-agency-rankings/top-250>

45. Global Top 250 PR Agency Ranking 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.holmesreport.com/ranking-and-data/global-pr-agency-rankings/2018-pr-agency-rankings/top-250>
46. Public relations (PR) industry revenue worldwide in 2016 and 2020 (in billion U.S. dollars) [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/645836/public-relations-pr-revenue/>
47. Public relations: навч.-метод. комплекс з дисципліни / уклад. В.В. Зеліч (Яцко). – Ужгород: ДНВЗ «УжНУ», 2016. – 40 с.

Додаток А

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ

суб'єкта малого підприємництва

Підприємство ТОВ «Колорфілм»

Територія м. Київ

Організаційно-правова форма господарювання приватна

Вид економічної діяльності

Середня кількість працівників 59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм

Адреса, телефон 04071, м. Київ, Подільський район, ВУЛИЦЯ ЯРОСЛАВСЬКА, будинок 39-Г

Одиниця виміру: тис. грн.

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

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ

2016 01 0

41162751

1. Баланс на 31 грудня 2015 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядк а	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	29500,80	28457,10
первісна вартість	1011	36285,98	35002,23
знос	1012	6785,18	6545,13
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції	1030		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	29500,80	28457,10
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	3181,5	2160,9

у тому числі готова продукція	1103		
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	81538,8	71278,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	216,3	2410,8
у тому числі з податку на прибуток	1136		79,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2820,3	3448,2
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165		2253,3
Витрати майбутніх періодів	1170	21,0	92,4
Інші оборотні активи	1190	1339,8	1428,0
Усього за розділом II	1195	89096,7	82979,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	118618,5	111528,9

Пасив	Код рядк а	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10500,0	10500,0
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	60650,1	64333,5
Неоплачений капітал	1425		
Усього за розділом I	1495	71150,1	74833,5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595		

III. Поточні зобов'язання і забезпечення		16325,4	2986,2
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	17159,1	14368,2
розрахунками з бюджетом	1620	128,1	1904,7
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	176,4	212,1
розрахунками з оплати праці	1630	312,9	367,5
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	13366,5	16856,7
Усього за розділом III	1695	47468,4	36695,4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	118618,5	111528,9

2. Звіт про фінансові результати
за рік 2015 р.

Форма № 2-к Код за ДКУД

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попере днього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	129761,1	131558,7
Інші операційні доходи	2120	25580,1	10962,0
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2080	155341,2	142520,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(68961,9)	(68913,6)
Інші операційні витрати	2180	(74484,9)	(61036,5)

Інші витрати	2270	(1953,0)	(3404,1)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)		(145399,8)	(133354,2)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	9941,4	9166,5
Податок на прибуток	2300	(1789,2)	(1714,1)
Чистий прибуток (збиток)	2350	8152,2	7452,4

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство ТОВ «Колорфілм»

Територія м. Київ

Організаційно-правова форма господарювання приватна

Вид економічної діяльності

Середня кількість працівників 59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм

Адреса, телефон 04071, м. Київ, Подільський район, ВУЛИЦЯ ЯРОСЛАВСЬКА, будинок 39-Г

Одиниця виміру: тис. грн.

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

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ

2017 01 0

41162751

1. Баланс на 31 грудня 2016 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядк а	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	28457,10	28148,40
первісна вартість	1011	35002,23	34622,53
знос	1012	6545,13	6474,13
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції	1030		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	28457,10	28148,4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2160,9	3307,5
у тому числі готова продукція	1103		

Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	71278,2	96723,9
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	2410,8	886,2
у тому числі з податку на прибуток	1136	79,0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3448,2	11180,4
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	2253,3	17671,5
Витрати майбутніх періодів	1170	92,4	39,9
Інші оборотні активи	1190	1428,0	1984,5
Усього за розділом II	1195	82979,4	131754,0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	111528,9	159942,3

Пасив	Код рядк а	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10500,0	10500,0
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	64333,5	80497,2
Неоплачений капітал	1425		

Усього за розділом I	1495	74833,5	90997,2
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595		848,4
III. Поточні зобов'язання і забезпечення		2986,2	
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	14368,2	43486,8
розрахунками з бюджетом	1620	1904,7	157,5
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	212,1	226,8
розрахунками з оплати праці	1630	367,5	386,4
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	16856,7	23841,3
Усього за розділом III	1695	36695,4	68098,8
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	111528,9	159944,4

2. Звіт про фінансові результати

за рік 2016 р.

Форма № 2-к Код за ДКУД

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попере днього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	199827,6	129761,1
Інші операційні доходи	2120	28121,1	25580,1
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2080	227948,7	155341,2

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(105430,5)	(68961,9)
Інші операційні витрати	2180	(103989,9)	(74484,9)
Інші витрати	2270	(678,3)	(1953,0)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)		(210098,7)	(145399,8)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	17850,0	9941,4
Податок на прибуток	2300	(3213,0)	(1789,2)
Чистий прибуток (збиток)	2350	14637,0	8152,2

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство ТОВ «Колорфільм»

Територія м. Київ

Організаційно-правова форма господарювання приватна

Вид економічної діяльності

Середня кількість працівників 59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм

Адреса, телефон 04071, м. Київ, Подільський район, ВУЛИЦЯ ЯРОСЛАВСЬКА, будинок 39-Г

Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ

2018 01 0

41162751

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

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

1. Баланс на 31 грудня 2017 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядк а	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	28148,40	28087,50
первісна вартість	1011	34622,53	34547,63
знос	1012	6474,13	6460,13
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції	1030		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	28148,4	28087,5
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	3307,5	5136,6

у тому числі готова продукція	1103		
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	96723,9	151038,3
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	886,2	5359,2
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11180,4	35664,3
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	17671,5	39368,7
Витрати майбутніх періодів	1170	39,9	39,9
Інші оборотні активи	1190	1984,5	13005,3
Усього за розділом II	1195	131754,0	249572,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	159942,3	277699,8

Пасив	Код рядка а	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10500,0	10500,0
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	80497,2	108189,9

Неоплачений капітал	1425		
Усього за розділом I	1495	90997,2	118689,9
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	848,4	1060,5
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	43486,8	62752,2
розрахунками з бюджетом	1620	157,5	5214,3
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	226,8	203,7
розрахунками з оплати праці	1630	386,4	924,0
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	23841,3	88855,2
Усього за розділом III	1695	68098,8	157949,4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	159944,4	277699,8

2. Звіт про фінансові результати

за рік 2017 р.

Форма № 2-к Код за ДКУД

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попере днього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	271460,7	199827,6
Інші операційні доходи	2120	18337,2	28121,1
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2080	289797,9	227948,7

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(161754,6)	(105430,5)
Інші операційні витрати	2180	(100860,9)	(103989,9)
Інші витрати	2270	(123,9)	(678,3)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)		(262739,4)	(210098,7)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	27058,5	17850,0
Податок на прибуток	2300	(4869,9)	(3213,0)
Чистий прибуток (збиток)	2350	22188,6	14637,0

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство ТОВ «Колорфільм»

Територія м. Київ

Організаційно-правова форма господарювання приватна

Вид економічної діяльності

Середня кількість працівників 59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм

Адреса, телефон 04071, м. Київ, Подільський район, ВУЛИЦЯ ЯРОСЛАВСЬКА, будинок 39-Г

Одиниця виміру: тис. грн.

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

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ

2019 01 0

41162751

1. Баланс на 31 грудня 2018 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядк а	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	28087,50	28738,50
первісна вартість	1011	34547,63	35348,36
знос	1012	6460,13	6609,86
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції	1030		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	28087,5	28738,50
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	5136,6	659,4
у тому числі готова продукція	1103		

Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	151038,3	188485,5
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	5359,2	11543,7
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	35664,3	89094,6
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	39368,7	89911,5
Витрати майбутніх періодів	1170	39,9	
Інші оборотні активи	1190	13005,3	7688,1
Усього за розділом II	1195	249572,4	387382,8
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	277699,8	416121,3

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10500,0	10500,0
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	108189,9	169134,0
Неоплачений капітал	1425		

Усього за розділом I	1495	118689,9	179634,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	1060,5	1134,0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	62752,2	105575,4
розрахунками з бюджетом	1620	5214,3	13782,3
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	203,7	464,1
розрахунками з оплати праці	1630	924,0	966,0
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	88855,2	114565,5
Усього за розділом III	1695	157949,4	235353,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	277699,8	416121,3

2. Звіт про фінансові результати

за рік 2018 р.

Форма № 2-к Код за ДКУД

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попере днього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	559351,8	271460,7
Інші операційні доходи	2120	18433,8	18337,2
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2080	577785,6	289797,9

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(261958,2)	(161754,6)
Інші операційні витрати	2180	(241363,5)	(100860,9)
Інші витрати	2270	(140,7)	(123,9)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)		(503462,4)	(262739,4)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	74323,2	27058,5
Податок на прибуток	2300	(13379,1)	(4869,9)
Чистий прибуток (збиток)	2350	60944,1	22188,6

Динаміка вартості активів ТОВ «КОЛОРИФІЛМ»**за 2014 – 2018 рр.**

тис. грн.

Показник	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	На 31.12. 2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2014
Основні засоби	29500,8	28457,1	28148,4	28087,5	28738,5	-1043,7	-308,7	-60,9	651,0	-762,3
Усього необоротних активів	29500,8	28457,1	28148,4	28087,5	28738,5	-1043,7	-308,7	-60,9	651,0	-762,3
Запаси	3181,5	2160,9	3307,5	5136,6	659,4	-1020,6	1146,6	1829,1	-4477,2	-2522,1
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи послуги	81538,8	71278,2	96723,9	151038,3	188485,5	-10260,6	25445,7	54314,4	37447,2	106946,7
Дебіторська заборгованість за рахунками з бюджетом	216,3	2410,8	886,2	5359,2	11543,7	2194,5	-1524,6	4473,0	6184,5	11327,4
Інша поточна дебіторська заборгованість	2820,3	3448,2	11180,4	35664,3	89094,6	627,9	7732,2	24483,9	53430,3	86274,3
Гроші та їх еквіваленти	0,0	2253,3	17671,5	39368,7	89911,5	2253,3	15418,2	21697,2	50542,8	89911,5
Витрати майбутніх періодів	21,0	92,4	39,9	39,9	0,0	71,4	-52,5	0,0	-39,9	-21,0
Інші оборотні активи	1339,8	1428,0	1984,5	13005,3	7688,1	88,2	556,5	11020,8	-5317,2	6348,3
Усього оборотних активів	89096,7	82979,4	131754,0	249572,4	387382,8	-6117,3	48774,6	117818,4	137810,4	298286,1
Баланс	118618,5	111528,9	159942,3	277699,8	416121,3	-7089,6	48413,4	117757,5	138421,5	297502,8

Додаток В

Динаміка структури активів ТОВ «КОЛОРИФІЛМ»

за 2014 – 2018 рр.

%

Показник	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	На 31.12. 2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2014
Основні засоби	24,87	25,52	17,60	10,11	6,91	0,65	-7,92	-7,48	-3,21	-17,96
Усього необоротних активів	24,87	25,52	17,60	10,11	6,91	0,65	-7,92	-7,48	-3,21	-17,96
Запаси	2,68	1,94	2,07	1,85	0,16	-0,74	0,13	-0,22	-1,69	-2,52
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи послуги	68,74	63,91	60,47	54,39	45,30	-4,83	-3,44	-6,08	-9,09	-23,44
Дебіторська заборгованість за рахунками з бюджетом	0,18	2,16	0,55	1,93	2,77	1,98	-1,61	1,38	0,84	2,59
Інша поточна дебіторська заборгованість	2,38	3,09	6,99	12,84	21,41	0,71	3,90	5,85	8,57	19,03
Гроші та їх еквіваленти	0,00	2,02	11,05	14,18	21,61	2,02	9,03	3,13	7,43	21,61
Витрати майбутніх періодів	0,02	0,08	0,02	0,01	0,00	0,07	-0,06	-0,01	-0,01	-0,02
Інші оборотні активи	1,13	1,28	1,24	4,68	1,85	0,15	-0,04	3,44	-2,84	0,72
Усього оборотних активів	75,11	74,40	82,37	89,87	93,09	-0,71	7,97	7,50	3,22	17,98
Баланс	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Додаток Д

Динаміка вартості пасивів ТОВ «КОЛОРФІЛМ»

за 2014 – 2018 рр.

тис. грн.

Показник	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	На 31.12. 2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2014
Зареєстрований (пайовий) капітал	10500,0	10500,0	10500,0	10500,0	10500,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	60650,1	64333,5	80497,2	108189,9	169134,0	3683,4	16163,7	27692,7	60944,1	- 165450,6
Усього власного капіталу	71150,1	74833,5	90997,2	118689,9	179634,0	3683,4	16163,7	27692,7	60944,1	108483,9
Усього довгострокових зобов'язань, цільового фінансування та забезпечення	0,0	0,0	848,4	1060,5	1134,0	0,0	848,4	212,1	73,5	1134,0
Короткострокові кредити банків	16325,4	2986,2	0,0	0,0	0,0	-13339,2	-2986,2	0,0	0,0	-16325,4
Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи, послуги	17159,1	14368,2	43486,8	62752,2	105575,4	-2790,9	29118,6	19265,4	42823,2	88416,3
розрахунками з бюджетом	128,1	1904,7	157,5	5214,3	13782,3	1776,6	-1747,2	5056,8	8568,0	13654,2
розрахунками зі страхування	176,4	212,1	226,8	203,7	464,1	35,7	14,7	-23,1	260,4	287,7
розрахунками з оплати праці	312,9	367,5	386,4	924,0	966,0	54,6	18,9	537,6	42,0	653,1
Інші поточні зобов'язання	13366,5	16856,7	23841,3	88855,2	114565,5	3490,2	6984,6	65013,9	25710,3	101199,0
Усього поточних зобов'язань	47468,4	36695,4	68098,8	157949,4	235353,3	-10773,0	31403,4	89850,6	77403,9	187884,9
Баланс	118618,5	111528,9	159944,4	277699,8	416121,3	-7089,6	48415,5	117755,4	138421,5	297502,8

Додаток Е

Динаміка структури пасивів ТОВ «КОЛОРОФІЛМ»

за 2014 – 2018 рр.

тис. грн.

Показник	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	На 31.12. 2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2014
Зареєстрований (пайовий) капітал	8,85	9,41	6,56	3,78	2,52	0,56	-2,85	-2,78	-1,26	-6,33
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	51,13	57,68	50,33	38,96	40,65	6,55	-7,36	-11,37	1,69	-10,49
Усього власного капіталу	59,98	67,10	56,89	42,74	43,17	7,12	-10,20	-14,15	0,43	-16,81
Усього довгострокових зобов'язань, цільового фінансування та забезпечення	0,00	0,00	0,53	0,38	0,27	0,00	0,53	-0,15	-0,11	0,27
Короткострокові кредити банків	13,76	2,68	0,00	0,00	0,00	-11,09	-2,68	0,00	0,00	-13,76
Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи, послуги	14,47	12,88	27,19	22,60	25,37	-1,58	14,31	-4,59	2,77	10,91
розрахунками з бюджетом	0,11	1,71	0,10	1,88	3,31	1,60	-1,61	1,78	1,43	3,20
розрахунками зі страхування	0,15	0,19	0,14	0,07	0,11	0,04	-0,05	-0,07	0,04	-0,04
розрахунками з оплати праці	0,26	0,33	0,24	0,33	0,23	0,07	-0,09	0,09	-0,10	-0,03
Інші поточні зобов'язання	11,27	15,11	14,91	32,00	27,53	3,85	-0,21	17,09	-4,47	16,26
Усього поточних зобов'язань	40,02	32,90	42,58	56,88	56,56	-7,12	9,67	14,30	-0,32	16,54
Баланс	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Додаток Ж

Динаміка фінансових результатів ТОВ «КОЛОРФІЛМ»**за 2014 – 2018 рр.**

тис. грн.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2014
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	131558,7	129761,1	199827,6	271460,7	559351,8	-1797,6	70066,5	71633,1	287891,1	427793,1
Інші операційні доходи	10962,0	25580,1	28121,1	18337,2	18433,8	14618,1	2541,0	-9783,9	96,6	7471,8
Разом доходи	142520,7	155341,2	227948,7	289797,9	577785,6	12820,5	72607,5	61849,2	287987,7	435264,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	68913,6	68961,9	105430,5	161754,6	261958,2	48,3	36468,6	56324,1	100203,6	193044,6
Інші операційні витрати	61036,5	74484,9	103989,9	100860,9	241363,5	13448,4	29505,0	-3129,0	140502,6	180327,0
Інші витрати	3404,1	1953,0	678,3	123,9	140,7	-1451,1	-1274,7	-554,4	16,8	-3263,4
Разом витрати	133354,2	145399,8	210098,7	262739,4	503462,4	12045,6	64698,9	52640,7	240723,0	370108,2
Фінансовий результат до оподаткування	9166,5	9941,4	17850,0	27058,5	74323,2	774,9	7908,6	9208,5	47264,7	65156,7
Податок на прибуток	1714,1	1789,2	3213,0	4869,9	13379,1	75,1	1423,8	1656,9	8509,2	11665,0
Чистий прибуток (збиток)	7452,4	8152,2	14637,0	22188,6	60944,1	699,8	6484,8	7551,6	38755,5	53491,7

Додаток И

**Динаміка чистого доходу ТОВ «КОЛОРФІЛМ» від експорту
за 2014 – 2018 рр.**

тис. грн.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2014
За видами послуг										
Організація зйомок реклами	27247,3	36505,9	46975,7	48000,2	126856,0	9258,7	10469,8	1024,5	78855,8	99608,7
Організація зйомок відео кліпів	28366,8	8734,2	37846,7	51349,0	115320,9	-19632,6	29112,5	13502,3	63971,9	86954,2
Інші послуги	5560,8	16052,5	13023,2	20681,2	55118,6	10491,8	-3029,3	7658,0	34437,3	49557,8
Усього	61174,8	61292,7	97845,6	120030,4	297295,5	117,9	36552,9	22184,8	177265,1	236120,7
За країнами спрямування										
Німеччина	36833,3	35997,2	48022,6	65596,6	167169,2	-836,2	12025,4	17574,0	101572,6	130335,9
Угорщина	12975,2	14170,9	29578,7	24390,2	63205,0	1195,7	15407,9	-5188,5	38814,8	50229,8
Польща	3817,3	5442,8	8483,2	14367,6	32940,3	1625,5	3040,4	5884,4	18572,7	29123,0
Інші країни	7549,0	5681,8	11761,0	15676,0	33980,9	-1867,1	6079,2	3914,9	18304,9	26431,9
Усього	61174,8	61292,7	97845,6	120030,4	297295,5	117,9	36552,9	22184,8	177265,1	236120,7

Додаток К

Динаміка показників ефективності експорту організації зйомок реклами**ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» за 2014 – 2018 рр.**

тис. грн.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2015
Чистий дохід від експорту послуг	27247,30	36505,90	46975,70	48000,20	126856,00	9258,60	10469,80	1024,50	78855,80	99608,70
Повна собівартість надання послуг, у тому числі:	17808,69	23552,19	29920,83	29629,75	79508,88	5743,50	6368,63	-291,07	49879,12	61700,19
Витрати на оплату праці працівників	6533,08	10433,62	13913,19	14725,99	39038,86	3900,54	3479,56	812,80	24312,87	32505,78
Витрати, пов'язані з відрядженням працівників	5320,53	6931,93	8706,15	9280,60	24625,39	1611,40	1774,22	574,45	15344,80	19304,87
Витрати на оренду локації та устаткування	864,60	757,30	1420,33	1479,16	5529,05	-107,30	663,03	58,83	4049,88	4664,45
Витрати на оплату послуг партнерських організацій	858,61	1015,10	1053,64	1938,51	1694,58	156,49	38,54	884,86	-243,93	835,97
Інші витрати	3131,79	4414,25	4827,53	2205,50	8621,00	1282,46	413,28	-2622,03	6415,50	5489,21
Ефект надання послуг	3931,79	12953,71	17054,87	18370,45	47347,12	9021,92	4101,17	1315,57	28976,68	43415,33
Ефективність надання послуг	1,53	1,55	1,57	1,62	1,60	0,02	0,02	0,05	-0,02	0,07

Додаток Л

**Динаміка показників ефективності експорту організації зйомок відео
кліпів ТОВ «КОЛОРИФІЛМ» за 2014 – 2018 рр.**

тис. грн.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2015
Чистий дохід від експорту послуг	28366,8	8734,2	37846,7	51349	115320,9	-19632,60	29112,50	13502,30	63971,90	86954,10
Повна собівартість надання послуг, у тому числі:	20205,20	6283,60	25572,09	34931,29	79531,66	-13921,60	19288,50	9359,20	44600,36	59326,45
Витрати на оплату праці працівників	9230,54	3006,32	12842,31	18749,72	42174,05	-6224,22	9835,98	5907,41	23424,32	32943,50
Витрати, пов'язані з відрядженням працівників	6277,97	1923,38	7738,41	11378,78	25617,74	-4354,59	5815,04	3640,37	14238,96	19339,78
Витрати на оренду локації та устаткування	1625,35	248,51	1703,34	2144,90	6802,68	-1376,84	1454,83	441,56	4657,77	5177,33
Витрати на оплату послуг партнерських організацій	954,67	265,41	882,50	2239,65	1661,16	-689,26	617,09	1357,15	-578,48	706,49
Інші витрати	2116,67	839,98	2405,54	418,24	3276,03	-1276,69	1565,56	-1987,30	2857,79	1159,36
Ефект надання послуг	8161,60	2450,60	12274,61	16417,71	35789,24	-5711,00	9824,00	4143,10	19371,54	27627,65
Ефективність надання послуг	1,40	1,39	1,48	1,47	1,45	-0,01	0,09	-0,01	-0,02	0,05

Додаток М

Динаміка показників ефективності експорту інших послуг

ТОВ «КОЛОРОФІЛМ» за 2014 – 2018 рр.

тис. грн.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення				
						2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2015
Чистий дохід від експорту послуг	5560,80	16052,50	13023,20	20681,20	55118,60	10491,70	-3029,30	7658,00	34437,40	49557,80
Повна собівартість надання послуг, у тому числі:	3214,34	8676,91	6555,33	10570,07	27837,68	5462,57	-2121,58	4014,75	17267,60	24623,34
Витрати на оплату праці працівників	1675,92	3621,18	2096,95	3864,46	10544,30	1945,26	-1524,24	1767,51	6679,84	8868,38
Витрати, пов'язані з відрядженням працівників	718,85	2479,83	1609,79	2873,10	7636,55	1760,97	-870,04	1263,31	4763,45	6917,70
Витрати на оренду локації та устаткування	206,38	232,53	236,49	126,59	663,79	26,15	3,96	-109,89	537,19	457,41
Витрати на оплату послуг партнерських організацій	174,46	379,39	248,85	737,25	627,21	204,94	-130,54	488,39	-110,04	452,75
Інші витрати	1538,82	1963,98	2363,25	2968,67	8365,83	425,16	399,27	605,42	5397,16	6827,01
Ефект надання послуг	19946,57	22779,95	35797,33	44899,30	110417,27	2833,38	13017,38	9101,97	65517,97	90470,70
Ефективність надання послуг	1,73	1,85	1,99	1,96	1,98	0,12	0,14	-0,03	0,02	0,25