

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1 ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТК КАРАТ»	5
1.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ТК КАРАТ»	5
1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ТК КАРАТ»	13
1.3. Оцінка ефективності управління системою міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ»	21
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2 УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТК КАРАТ»	30
2.1. Обґрунтування напрямів удосконалення управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства ТОВ «ТК КАРАТ»	31
2.2. Розробка комплексу заходів щодо розширення експортних ринків збуту продукції ТОВ «ТК КАРАТ»	43
2.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «ТК КАРАТ»	50
Висновки до розділу 2	55
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	

ВСТУП

В основі ефективного розвитку вітчизняної економіки лежить успішне функціонування наукомістких виробничих галузей, покращення конкурентоспроможності їх продукції та формування сприятливих умов для їх подальшого функціонування. Збільшення виробничих результатів діяльності та експортних можливостей галузей економіки, націлених на систематичне впровадження досягнень науково-технічного прогресу, створить конкурентні переваги вітчизняним підприємствам не тільки на внутрішньому ринку, а й на глобальному рівні.

Однією з галузей виробництва, що традиційно поставляє свою продукції на експорт, є електротехнічна промисловість України, під якою розуміють галузь машинобудування, підприємства якої виготовляють продукцію, призначену для виробництва, перетворення, передачі й споживання електроенергії [15, с.255]. В сучасному швидкозмінному світі недостатньо саме лише виробляти якісну та конкурентоздатну продукцію. В основі успішного представлення виробників електротехнічної продукції на світовому ринку лежить застосування міжнародного маркетингу. Причому базисним елементом маркетингової діяльності на глобальному рівні є дослідження тенденцій та перспектив розвитку світового ринку електротехнічної продукції та оцінка альтернативних напрямків виходу на нього для вітчизняних виробників.

Відтак проблема управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства з метою виходу на зовнішні ринки є надзвичайно актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток світового та вітчизняного ринку електротехнічної продукції знаходиться у спектрі уваги обмеженого числа науковців. Так, окремим економічним проблемам формування та функціонування вітчизняного ринку електротехнічної продукції приділена увага лише частково у працях Т.О. Кобелевої, Т.П. Лободзинської, П.Г. Перерви, Є.О. Підгори, Н.П. Ткачової, О.В. Шимко. Серед закордонних науковців, що досліджують світові тенденції розвитку ринку електротехнічної продукції слід відзначити О.В. Арманську, Н.І.

Іванову, Л.В. Левченко, Н.Н. Сидикова, А.С. Тулеметова. Проте наразі питання комплексного, системного застосування інструментів міжнародного маркетингу на ринку електротехнічної продукції залишаються недостатньо розкритими і потребують поглиблених досліджень.

Метою дослідження є аналіз теоретичних засад та обґрунтування практичних рекомендацій щодо удосконалення управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства.

Поставлена мета обумовила необхідність вирішення наступних **завдань дослідження**:

здійснити дослідження практики управління, фінансово-економічної діяльності підприємства-суб'єкта ЗЕД;

проаналізувати зовнішньоекономічну діяльність підприємства;

оцінити ефективність системи міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ»;

обґрунтувати напрями удосконалення управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства ТОВ «ТК КАРАТ»;

розробити комплекс заходів щодо розширення експортних ринків збуту продукції ТОВ «ТК КАРАТ»;

надати прогностичну оцінку ефективності запропонованих заходів на результати діяльності ТОВ «ТК КАРАТ».

Об'єктом дослідження є процес управління системою міжнародним маркетингом виробничого підприємства.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства.

Методи дослідження. Теоретичним та методичним підґрунтям дослідження стали загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання: аналізу та синтезу, моніторингу, порівняння та узагальнення; статистичні; індукції та дедукції; спостереження; експертних оцінок; екстраполяції; дискретного підходу; методи фінансового аналізу; комплексного аналізу; системного аналізу, графічний.

Інформаційну базу дослідження склали наукові статті, монографії, електронні ресурси, аналітичні огляди, звітність ТОВ «ТК КАРАТ», статистичні дані.

Практична значущість випускної кваліфікаційної роботи полягає в тому, що її результати й запропоновані рекомендації можуть бути використані у діяльності підприємств, які виробляють електротехнічну продукцію, при виході на зарубіжні ринки.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у застосуванні комплексно-системного підходу щодо впровадження маркетингового інструментарію, спрямованого на підвищення рівня конкурентоспроможності при роботі зарубіжних ринках вітчизняного підприємства - суб'єкта міжнародних економічних відносин.

Структура й обсяг роботи. Робота викладена на 65 сторінках, складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Матеріали роботи містять 30 таблиць, 8 рисунків, 7 додатків. Список використаних джерел включає 30 найменувань.

Апробація. За результатами написання дипломної роботи підготовлено наукову статтю на тему: «Тенденції та перспективи розвитку світового ринку електротехнічної продукції та виходу на нього українських виробників», яку опубліковану у збірнику наукових праць студентів КНТЕУ 2019 ... с.260

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТК КАРАТ»

1.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ТК КАРАТ»

Товариство з обмеженою відповідальністю «ТК Карат» здійснює діяльність з 2004 року. Основним видом діяльності підприємства є виробництво та продаж кабельно-провідникової продукції. Підприємство виробляє продукцію під торговими марками «EUROPAN» і «Стандарт - кабель». Вся продукція, що реалізується підприємством ТОВ «ТК Карат», є сертифікованою і відповідає міжнародним стандартам якості та українському законодавству. Підприємство володіє найбільшим в Україні складом електротехнічної продукції (6500 кв. м.). Власний автопарк складає 30 од. техніки, вантажопідйомністю від 0,5 до 30 т.

Асортимент продукції підприємства включає:

кабельно-провідникова продукція – ВВГ, АВВГ, КВВГ, АКВВГ, ВБбШв, АВБбШв, ВВП, ПВ, ПВС, ШВВП, АПВ, АППВ, КГ, КГНВ як в звичайному так і у виконанні нг і нгд, NHXN FE180 / E30, NYU, N2XH, кабель з ізоляцією із зшитого поліетилену;

електротехнічна продукція (комутаційне модельне обладнання, металоконструкції, системи для прокламування кабелю – лоток, кабельний канал, гофротруба, металорукав, світильники, розетки, вимикачі та ін.).

Власну продукцію підприємство постачає як на внутрішній ринок, так і на зовнішні ринки (Грузія, Литва, Латвія, Азербайджан).

Підприємство є дистриб'ютором наступних виробників: «ІЕК» – виробник комутаційного, електрощитового, освітлювального обладнання; «EATON» – виробник комутаційного обладнання; «ДКС» – виробник кабельних лотків, гофротруби; «SCAT» – виробник кабельних лотків, металорукава; «Світлові Технології» – виробник освітлювального обладнання; «Eurolamp» – виробник ламп електричних; «Hager» – виробник електротехнічного обладнання.

Організаційна структура підприємства представлена на рис.1.1.

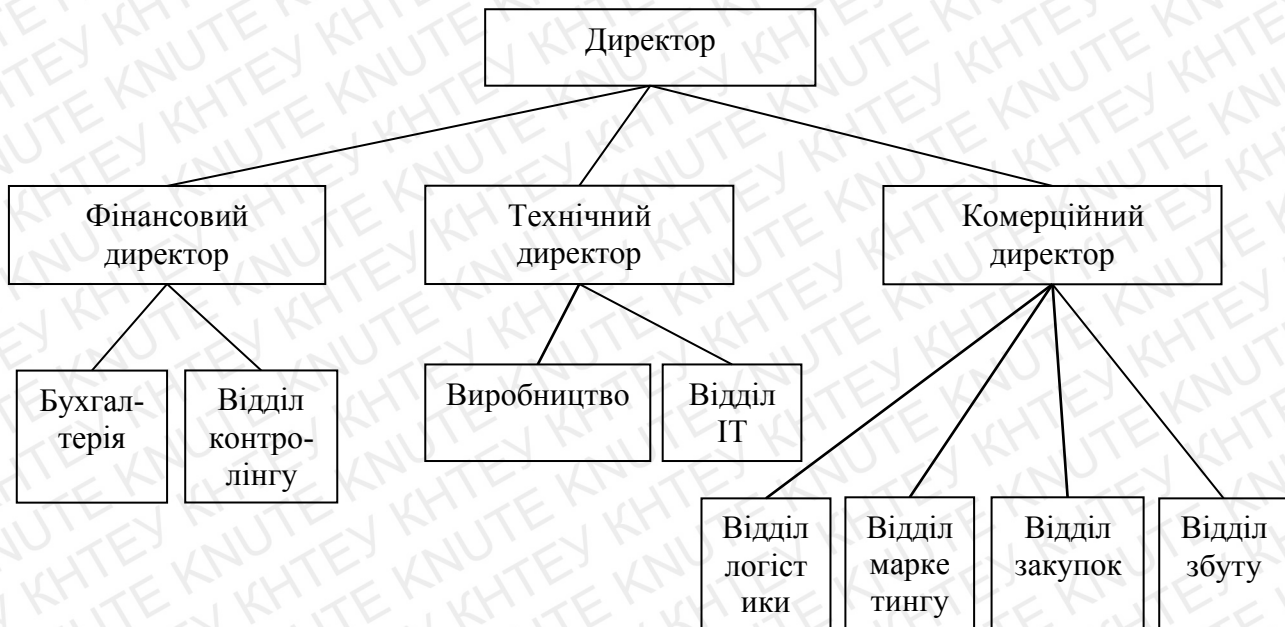


Рис.1.1. Організаційна структура ТОВ «ТК Карат»

Джерело: складено автором на матеріалах підприємства

На ТОВ «ТК Карат» прослідковується лінійна структура, яка реалізує принципи одноосібності і централізму керівництва підприємства. До переваг цієї організаційної структури можна віднести чіткість і простоту взаємодії, а також оперативність прийняття та реалізації управлінських рішень. Загальне керівництво підприємством здійснює директор, на другому рівні управління – фахівці, що відповідають за функціональні ділянки (фінанси, виробництво та комерцію). До проблем управлінської діяльності ТОВ «ТК Карат» можна віднести відсутність на підприємстві спеціалізованого підрозділу з розвитку, що не дозволяє цілеспрямовано здійснювати поточне та довгострокове планування на підприємстві та формувати чітку концепцію розвитку бізнесу знижує ефективність діяльності промислового підприємства.

На основі фінансової звітності підприємства (дод. А-Д) розглянемо основні показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «ТК Карат» за останні п'ять років (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Динаміка показників фінансових результатів діяльності ТОВ «ТК Карат» в 2014-2018 рр., тис.грн.

Показник	Роки	Відхилення
----------	------	------------

						2018/2014р.		2018/2017р.	
	2014	2015	2016	2017	2018	Абсол. (+/-)	Відн., %	Абсол. (+/-)	Відн., %
Чистий дохід від реалізації продукції	231305	313836	439271	495499	407385	176080	76,1	-88114	-17,8
Собівартість реалізованої продукції	182210	251439	384383	438165	350429	168219	92,3	-87736	-20,0
Валовий прибуток	49095	62397	54888	57334	56956	7861	16,0	-378	-0,7
Інші операційні доходи	0	0	44	304	977	977	100	673	221,4
Адміністративні витрати	19758	11105	11598	14339	9794	-9964	-50,4	-4545	-31,7
Витрати на збут	13869	29719	22333	16271	19539	5670	40,9	3268	20,1
Інші операційні витрати	1095	21	2173	353	771	-324	-29,6	418	118,4
Фінансовий результат від операційної діяльності	14373	21552	18828	26675	27829	13456	93,6	1154	4,3
Інші фінансові доходи	65	41	4	10	10	-55	-84,6	0	0,0
Інші доходи	0	0	0	359	17	17	100	-342	-95,3
Фінансові витрати	0	0	947	2764	4614	4614	100	1850	66,9
Фінансовий результат до оподаткування	14438	21539	17885	24280	23242	8804	61,0	-1038	-4,3
Чистий прибуток	11611	17699	14654	19846	18963	7352	63,3	-883	-4,4

Джерело: складено автором на основі Звіту про фінансові результати підприємства

Динаміка основних показників господарської діяльності ТОВ «ТК Карат» свідчить, що протягом 2014-2018 років на підприємстві спостерігалась тенденція до зростання обсягів діяльності: з 231305 тис. грн. чистого доходу в 2014 р. до 407385 тис. грн. в 2018 році. Приріст чистого доходу від реалізації у 2018 році склав 176080 тис. грн., або 76,1% порівняно з 2014 роком. Якщо порівняти показник із значенням у 2017 році, то він знизився на 88114 тис. грн. або 17,8%.

Відповідно змінювалась й собівартість реалізації: її зростання в 2018 році порівняно з 2014 роком склало 168219 тис. грн. або 92,3%, тобто темп зростання собівартості реалізації вищий за темп зростання чистого доходу. Це негативно характеризує систему управління витратами на підприємстві. Порівняно з 2017 роком розмір собівартості знизився на 87736 тис. грн. або 20%, тобто в 2018 році підприємству вдалось знизити рівень непродуктивних витрат, наслідком чого стало перевищення темпу зниження собівартості над темпом зниження чистого доходу.

Валовий прибуток від реалізації продукції в 2018 році порівняно з 2014 роком зріс на 7861 тис. грн. або 16%, а порівняно з 2017 роком – знизився на 378 тис. грн. або 0,7%. Його значення протягом 2014-2018 років було найвищим в 2015 році (62397 тис. грн.), а найнижчим – в 2014 році (49095 тис. грн.). Тобто, можна стверджувати про ефективну цінову політику підприємства, внаслідок чого розмір його валового прибутку протягом останніх п'яти років був приблизно на одному рівні, без значних коливань. Інші операційні доходи складають незначну частину доходів ТОВ «ТК Карат». У 2018 роках спостерігався приріст цього показника на 673 тис. грн. порівняно з 2017 роком; загалом за період значення інших операційних доходів зросло на 977 тис. грн. Отже, основні доходи ТОВ «ТК Карат» отримує від реалізації продукції.

В 2018 році порівняно з 2014 роком відбувалось зростання витрат на збут підприємства – на 5670 тис. грн. або 40,9%. Натомість адміністративні витрати знизились на 9964 тис. грн. або 50,4% тис. грн., а інші операційні витрати – на 324 тис. грн. або 29,6%.

Сума прибутку від операційної діяльності в 2018 році склала 27829 тис. грн., що є найвищим значенням за весь аналізований період, й на 13456 тис. грн. або 93,6% вище показника 2014 року. Порівняно з 2017 роком операційний прибуток зріс на 1154 тис. грн. або 4,3%.

Дещо інша тенденція спостерігається щодо прибутку до оподаткування, значення якого у 2018 році є нижчим за значення 2017 року на 1038 тис. грн. або 4,3%, проте вищим ніж у 2014 році – на 8804 тис. грн. або 61%. Це зумовлено тим, що в останні роки зростає значення фінансових витрат на підприємстві.

Обсяг чистого прибутку підприємства показував нестабільну динаміку: зростання в 2015 й 2017 роках та зниження в 2016 й 2018 роках. У 2017 році він приймав найвище значення і склав 19846 тис. грн., проте у 2018 році знизився до 18963 тис. грн.

Оцінку діяльності підприємства продовжимо визначенням показників ліквідності підприємства. Динаміка показників ліквідності ТОВ «ТК Карат» за період 2014-2018рр. представлена у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Динаміка показників ліквідності ТОВ «ТК Карат» у 2014-2018рр.

Показник	Нормативне значення	31.12 2014р.	31.12 2015р.	31.12 2016р.	31.12 2017р.	31.12 2018р.	Відхилення, 2018/2014рр.	
							Абсол. (+,-)	Відн., %
1.Загальний коефіцієнт покриття	>2	2,38	2,20	1,97	2,03	2,53	0,15	6,3
2.Проміжний коефіцієнт покриття	>0,7	1,18	1,08	1,09	1,10	1,29	0,11	9,3
3.Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,004	0,013	0,031	0,012	0,024	0,019	475

Джерело: складено автором на основі Балансу підприємства

Із табл. 1.2 можна побачити, що на підприємстві протягом 2014-2018 років в рамках нормативних значень були показники загального коефіцієнту покриття та проміжного коефіцієнту покриття. Так, загальний коефіцієнт покриття приймав найнижче значення в 2016 році (1,97), однак в 2017-2018 роках зріс і станом на кінець 2018 року склав 2,53. Порівняно з 2014 роком значення цього показника зросло на 0,15. Отже, підприємство володіє достатнім розміром оборотних активів для покриття власних зобов'язань.

Проміжний коефіцієнт покриття протягом 2014-2018 років складав значення 1,08-1,29, що вище нормативного значення (0,7). Станом на кінець 2018 року він склав 1,28 і порівняно з 2014 роком зріс на 0,11. Можна стверджувати, що підприємство не переобтяжене запасами, відповідно ліквідність оборотних активів знаходиться на належному рівні.

Нижче нормативного значення знаходиться показник коефіцієнту абсолютної ліквідності. Аналізований період характеризувався дуже низьким значенням цього показника, що не перевищували 3,1%. Станом на кінець 2018 року цей показник склав 0,024, що на 0,019 більше ніж в 2014 році, проте загалом цей показник свідчить про нездатність підприємства швидко погашати свої зобов'язання.

Характеристику діяльності підприємства продовжимо розрахунком показників платоспроможності (фінансової стійкості). Показники платоспроможності ТОВ «ТК Карат» за 2014-2018рр. наведені у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Динаміка показників платоспроможності

ТОВ «ТК Карат» у 2014-2018рр.

Показник	Нормативне значення	31.12 2014р.	31.12 2015р.	31.12 2016р.	31.12 2017р.	31.12 2018р.	Відхилення, 2018/2014рр.	
							Абсол. (+,-)	Відн., %
1. Коефіцієнт фінансової автономії	≥ 0,5	0,60	0,56	0,50	0,52	0,62	0,02	3,3
2. Коефіцієнт покриття боргу	≥ 1,0	1,47	1,26	1,01	1,06	1,65	0,18	12,2
3. Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	-	0	0	0	0,01	0,01	0,01	X

Джерело: складено автором на основі Балансу підприємства

Коефіцієнт автономії показує, яку частку в загальних вкладеннях у підприємство складає власний капітал. На ТОВ «ТК Карат» цей показник протягом 2014-2018 років був в межах норми, і станом на кінець 2018 року склав 0,62. Порівняно з 2014 роком він зріс на 0,02, і його значення свідчить про те, що підприємство має достатню фінансову незалежність від зовнішніх інвесторів та кредиторів. Коефіцієнт покриття боргу протягом періоду, що аналізується, складав значення вище 1, що свідчить про те, що власний капітал є основним джерелом фінансування активів підприємства. В 2018 році його значення склало 1,65, що на 0,18 вище показника 2014 року. Коефіцієнт довгострокових зобов'язань склав в 2017-2018 роках значення 0,01, тобто частка довгострокових позик, які підприємство може спрямувати на реалізацію довгострокових програм, є незначною. В 2014-2015 роках підприємство взагалі не застосовувало довгострокові позикові кошти.

Далі проаналізуємо показники ділової активності підприємства, які узагальнені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Динаміка показників ділової активності ТОВ «ТК Карат» за 2014-2018рр.

Показник	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення, 2018/2014рр.	
						Абсол. (+,-)	Відн., %
1. Період обороту активів	118	116	115	133	178	60	51,4
2. Період обороту оборотних активів	111	112	112	129	170	60	53,8
3. Період обороту матеріальних оборотних активів	50	54	52	57	79	29	56,5

4. Період погашення дебіторської заборгованості	56	55	58	69	88	32	56,1
5. Коефіцієнт оборотності активів	3,10	3,16	3,16	2,75	2,05	-1,05	-34,0
6. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	3,29	3,25	3,25	2,83	2,14	-1,15	-35,0
7. Коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних активів	7,25	6,75	6,99	6,39	4,63	-2,62	-36,1
8. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,46	6,66	6,30	5,29	4,14	-2,32	-35,9

Джерело: складено автором на основі Балансу та Звіту про фінансові результати підприємства

Аналізуючи дані табл. 1.4, можна стверджувати, що ділова активність підприємства протягом 2014-2018 років знизилась.

Так, коефіцієнт оборотності активів за аналізований період коливався: у 2015-2016 роках він зріс до 3,16, а у 2017 році знизився до 2,83 й в 2018 році – до 2,05. Період оборотності активів зменшився у 2016 році до 112 днів, проте зріс у 2017-2018 роках і склав 170 днів станом на 2018 рік. Порівняно з 2014 роком оборотність активів вповільнилась на 60 днів. Тобто, ефективність використання активів була найвищою у 2016 році, а у 2018 році знизилась.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів у 2014 році склав 3,29, у 2015-2016 роках знизився до 3,25, а у 2018 році знизився до 2,14; відповідно період оборотності оборотних активів у 2014 році склав 111 днів, а у 2018 році – 170 днів. Тобто, оборотні активи використовувались в 2018 році менш ефективно ніж у 2014 році.

Коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних активів протягом періоду знизився із 7,25 в 2014 році до 4,63 в 2018 році, внаслідок чого період оборотності матеріальних оборотних активів зростав. У 2014 році він склав 50 днів, у 2017 році – 57 днів, а у 2018 році – 79 днів. Це є негативною тенденцією і свідчить про збільшення терміну, протягом якого матеріальні оборотні активи перетворюються в грошові кошти.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості протягом 2014-2018 років знизився із 6,46 у 2014 році до 4,14 у 2018 році, відповідно зріс період оборотності: із 56 днів у 2014 році до 88 днів у 2018 році, що свідчить про

зниження ефективності управління дебіторською заборгованістю.

Далі розглянемо показники рентабельності діяльності ТОВ «ТК Карат» за 2014-2018рр. (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Динаміка показників рентабельності діяльності ТОВ «ТК Карат»
за 2014-2018рр.

Показник	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Абсол.відхилення, 2018/2014рр., (+,-)
1.Рентабельність реалізації продукції)	21,23	19,88	12,50	11,57	13,98	-7,25
2. Рентабельність витрат	26,94	24,82	14,28	13,09	16,25	-10,69
3. Загальна рентабельність діяльності	5,02	5,64	3,34	4,01	4,65	-0,36
4. Рентабельність активів	15,58	17,80	10,55	11,01	9,54	-6,04
5. Рентабельність оборотних активів	16,53	18,35	10,83	11,35	9,97	-6,56
6. Рентабельність власного капіталу	48,27	31,07	20,04	21,58	16,79	-31,48

Джерело: складено автором на основі Балансу та Звіту про фінансові результати підприємства

З табл. 1.5 видно, що показники рентабельності діяльності ТОВ «ТК Карат» протягом 2014-2018 років знизились. Так, коефіцієнт рентабельності реалізації продукції в 2018 році склав 13,98%, що на 7,25% нижче показника 2014 року. Рентабельність витрат склала в 2018 році 16,25%, і порівняно з 2014 роком була нижчою на 10,69%. Загальна рентабельність діяльності склала в 2018 році 4,65%, що на 0,36 менше ніж в 2014 році. Відзначаємо, що показники рентабельності діяльності знижувались в 2014-2017 роках, натомість в 2018 році відбулось їх зростання, що зумовлене більш ефективною політикою ціноутворення та покращенням контролю підприємства над собівартістю реалізованої продукції.

Рентабельність активів, що вказує скільки чистого прибутку за рік підприємство отримує на кожну одиницю коштів, вкладених у нього, знизилась на 6,04% і склала на кінець 2018 року 9,54%. Рентабельність оборотних активів так само знизилась – на 6,56%. Найбільш ефективно підприємство працювало в 2015 році, коли значення рентабельності активів склало 17,8%, а рентабельності оборотних активів – 18,35%. Динаміка рентабельності власного капіталу відображає зменшення частки грошових

одиниць чистого прибутку, які «заробила» кожна грошова одиниця, інвестована власниками підприємства, тобто характеризує зниження ефективності використання інвестованого капіталу. У 2018 році порівняно з 2014 роком цей показник знизився на 31,48% і склав 16,79%.

Отже, на підприємстві ТОВ «ТК Карат» в 2014-2018 роках зростають обсяги господарювання, що виражається в збільшенні обсягів чистого доходу від реалізації продукції та чистого прибутку. Показники ліквідності підприємства знаходяться в межах нормативних значень, проте існують ризики в оплаті термінових боргів. Підприємство є фінансово стійким, частка власного капіталу є переважаючою в структурі джерел фінансування активів. Протягом останніх років мало місце зниження ділової активності підприємства та погіршення показників рентабельності підприємства, що свідчить про зниження ефективності функціонування підприємства.

1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ТК КАРАТ»

Невід'ємною частиною діяльності ТОВ «ТК Карат» є зовнішньоекономічна діяльність, а саме експортні операції. Підприємством здійснюється експорт продукції у країни СНД, а саме Грузію, Литву, Латвію та Азербайджан. Імпорт на підприємстві не здійснюється, натомість ТОВ «ТК Карат» є дистриб'ютором декількох зарубіжних виробників світлотехнічної продукції, проте закуповує її в офіційних дилерів вже в Україні.

Організація зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві здійснюється менеджером із зовнішньоекономічної діяльності, який підпорядковується начальнику відділу збуту. Обов'язками даного працівника є пошук контрагентів на зовнішніх ринках, документальне оформлення відносин по експорту товарів ТОВ «ТК Карат», підготовка експортних контрактів, митне оформлення відповідних документів.

Організація експорту товарів підприємства відбувається в наступній послідовності:

- визначення можливості реалізації товарів різних видів;
- пропонування даних товарів потенційним зарубіжним торгівельним посередникам;

визначення кола споживачів та обсягу товарів;
підписання угод про купівлю-продаж товарів;
контроль за виконанням даних угод.

Менеджер із зовнішньоекономічної діяльності, на основі вторинної інформації з Інтернету та друкованих джерел (ділових тижневиків, газет) аналізує ринки, на які підприємство може поставляти власну продукцію. Згодом аналізується рівень цін на даних ринках, здійснюється пошук фірм, які імпортують продукти харчування у ці країни. Розробляється лист-пропозиція (оферта), в якому зазначаються спеціалізація ТОВ «ТК Карат», товарні групи товарів, що пропонуються підприємством, заклик до співпраці. Дану оферту менеджер із зовнішньоекономічної діяльності відправляє потенційним торговельним посередникам. В разі вдалого пошуку покупців, узгоджуються ціни, умови поставки, обсяги товарів тощо. Результатом проведених переговорів є укладання контракту на поставку, в якому узгоджуються всі домовленості сторін щодо експорту товарів підприємством ТОВ «ТК Карат» за кордон. Митне оформлення підприємством ТОВ «ТК Карат» здійснюється за допомогою митних брокерів.

Експорт незначним чином впливає на обсяги отриманого чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «ТК Карат» (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Динаміка обсягів чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «ТК Карат»
за 2014-2018рр.

Показник	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення, 2018/2014рр.	
						Абсол. (+,-)	Відн., %
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	231305	313836	439271	495499	407385	176080	76,1
Чистий дохід експорт, тис. грн.	11455	11770	13586	15320	16161	4706	41,1
Частка експорту в структурі реалізації, %	4,95	3,75	3,09	3,09	3,97	-0,99	-19,9

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності та внутрішніх даних підприємства

Із таблиці 1.6 можна побачити, що обсяг реалізації продукції у вартісному виразі на закордонні ринки в ТОВ «ТК Карат» зазнає щорічного зростання. Так, якщо у 2014 році експорт продукції у вартісних показниках складав 11455 тис. грн., то у 2018 р. зріс до 16161 тис. грн. (на 4706 тис. грн.). Однак зазначимо, що незважаючи на це, частка експорту в структурі реалізації підприємства протягом 2014-2017 років знижувалась – із 4,95% до 3,09%. Лише в 2018 році відбулось зростання частки експорту до 3,97%. Тобто, реалізація продукції на експорт не є пріоритетною для підприємства, хоча все ж формує певну частку виручки. Динаміку обсягу експорту продукції ТОВ «ТК Карат» за товарними групами наведено у табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Динаміка обсягів в експорті ТОВ «ТК Карат» за товарними групами
в 2014-2018рр., тис. грн.

Групи товарів	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення, 2018/2014рр.	
						абсол., +/-	відн., %
Кабель	8569	9661	10412	11505	12770	4201	49,0
Провід	2631	1958	2869	3541	3017	386	14,7
Електрощитове обладнання	85	30	72	14	88	3	3,5
Світлотехнічні вироби	170	121	233	260	286	116	68,2
Всього	11455	11770	13586	15320	16161	4706	41,1

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Із табл. 1.7 можна побачити, що в 2014-2018 роках обсяги експорту продукції ТОВ «ТК Карат» зростали. У 2018 році підприємством на зовнішні ринки було поставлено продукції на 16161 тис. грн., що на 4706 тис. грн. або 41,1% більше ніж в 2014 році. Основним чином це зростання було забезпечене збільшенням обсягу експорту кабелю (на 4201 тис. грн. або 49%). Інші види експортної продукції також показували позитивну

динаміку зростання порівняно з 2014 роком, проте щодо них спостерігається як зростання, так і зниження в окремі періоди.

Основна частка експорту ТОВ «ТК Карат» в 2014-2018 роках припадала на кабель, поставки якого забезпечують понад 75% всіх надходжень від експортної діяльності (табл.1.8). В 2018 році на експорт кабелю припало 79,02% всього обсягу продажів на зовнішні ринки. На провід припадало 18,67%, на світлотехнічні вироби – 1,77% й на електрощитове обладнання – лише 0,54%.

Порівняно із 2014 р. в товарній структурі експорту ТОВ «ТК Карат» в 2018 році відбулись такі зміни: частка кабелю зросла на 4,21%; частка проводу знизилась на 4,3%; частка світлотехнічних виробів зросла на 0,29%; частка електрощитового обладнання знизилась на 0,25%.

Таблиця 1.8

Динаміка експорту за країнами на ТОВ «ТК Карат» в 2014-2018рр., тис.
грн.

Країни	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення, 2018/2014рр.	
						абсол., +/-	відн., %
Грузія	3018	2698	2952	3048	3255	237	7,9
Латвія	1056	1123	1264	1076	1359	303	28,7
Литва	1820	2034	2635	2964	2840	1020	56,0
Азербайджан	5561	5915	6735	8232	8707	3146	56,6
Всього	11455	11770	13586	15320	16161	4706	41,1

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Оцінюючи експорт продукції за країнами, можна побачити, що структура експорту підприємства є неоднорідною і включає в себе поставки в чотири країни (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Динаміка структури експорту за країнами на ТОВ «ТК Карат» в 2014-
2018рр., %

Країни	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення, 2018/2014рр.
Грузія	26,35	22,92	21,73	19,90	20,14	-6,21
Латвія	9,22	9,54	9,30	7,02	8,41	-0,81
Литва	15,89	17,28	19,39	19,35	17,57	1,68
Азербайджан	48,55	50,25	49,57	53,73	53,88	5,33
Всього	100	100	100	100	100	X

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Динаміка поставок за країнами є змінною і залежить від попиту на ринку та заявок від закордонних контрагентів ТОВ «ТК Карат», якими виступають торговельні посередники-імпортери. За період 2014-2018 років найбільшого зростання експорт продукції зазнав у такі країни, як Азербайджан (3146 тис. грн.) та Литва (1020 тис. грн.), крім того підприємство збільшило поставки продукції у Грузію (на 237 тис. грн.) та Латвію (на 303 тис. грн.).

Якщо розглядати географічну структуру експорту, можна побачити, що основна частка експорту протягом усього періоду, що аналізується, припадала на Азербайджан (рис.1.2).

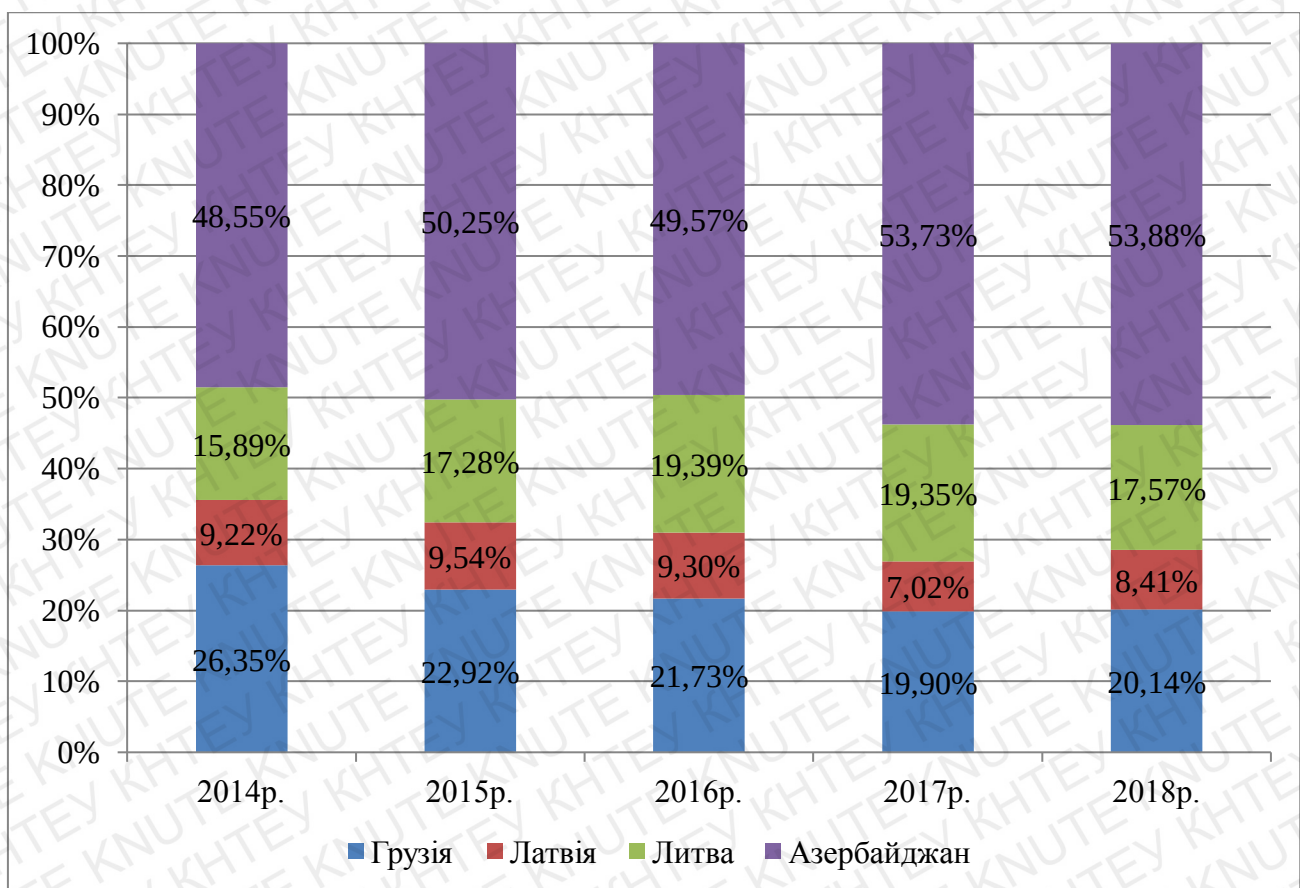


Рис.1.2. Динаміка географічної структури експорту ТОВ «ТК Карат» в 2014-2018рр.

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

В 2018 році в Азербайджан ТОВ «ТК Карат» поставило 53,88% продукції на експорт. Порівняно з 2014 роком частка Азербайджану в структурі експорту зросла на 5,33%. Також протягом останніх п'яти років зросла

частка Литви – із 15,89% в 2014 р. до 17,57% в 2018 році. Натомість знизились частки Грузії та Латвії – на 6,21% й 0,81% відповідно. Незважаючи на це, Грузія лишається другим за значимістю імпортером продукції ТОВ «ТК Карат» (із часткою в 20,14%). Доцільним є провести аналіз реалізованої експортної продукції в розрізі країн, що дозволить відобразити, яка продукція на яких ринках користується більшим попитом (табл.1.10).

Таблиця 1.10

Товарно-географічна структура експорту продукції
ТОВ «ТК Карат» в 2018р.

Групи товарів	Грузія		Латвія		Литва		Азербайджан		Всього	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Кабель	2511	77,1	667	49,1	2324	81,8	7268	83,5	12770	79,0
Провід	744	22,9	659	48,5	468	16,5	1146	13,2	3017	18,7
Електрощитове обладнання	0	0	0	0	0	0	88	1,0	88	0,5
Світлотехнічні вироби	0	0	33	2,4	48	1,7	205	2,3	286	1,8
Всього	3255	100	1359	100	2840	100	8707	100	16161	100

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Із табл.1.10 можна побачити, що основними видами експортної продукції ТОВ «ТК Карат» в 2018 році на ринках Грузії, Литви та Азербайджану є кабель. Натомість в Латвію підприємство експортує провід та кабель приблизно однаковими частками. Азербайджан є єдиним імпортером електрощитового обладнання підприємства, основним ринком збуту світлотехнічних виробів, та провідним ринком збуту кабелю. Далі розглянемо ефективність зовнішньоекономічної діяльності на досліджуваному підприємстві (табл. 1.11).

Таблиця 1.11

Вихідні дані для розрахунків та показники ефективності
зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ТК Карат» за 2014-2018рр., тис.грн.

Показник	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення, +/-	
						2018/ 2014	2018/ 2017
1	2	3	4	5	6	7	8

Чистий дохід від реалізації експортної продукції	11455	11770	13586	15320	16161	4706	841
Витрати на виробн. експортної продукції	7562	7695	8721	9952	10268	2706	316
Повна собівартість експортної операції	7869	8020	8936	10103	10397	2528	294
Чистий дохід від реалізації продукції у внутрішніх цінах	9356	9625	10551	12654	13458	4102	804

Продовження табл.1.11

1	2	3	4	5	6	7	8
Витрати на реалізацію продукції на внутрішньому ринку	365	393	422	522	586	221	64
Прибуток від експортної операції до оподаткування	3586	3750	4650	5217	5764	2178	547
Коефіцієнт ефективності експортної операції	1,46	1,47	1,52	1,52	1,55	0,10	0,04
Коефіцієнт ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку	1,18	1,19	1,15	1,21	1,24	0,06	0,03
Рентабельність експортної операції	37,37	38,34	42,67	42,34	45,46	8,09	3,12

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності та внутрішніх даних підприємства

За даними табл.1.11 встановлено, що ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ТК Карат» протягом 2014-2018 років зростає. Так, коефіцієнт ефективності експортної операції підприємства зріс із 1,46 в 2014 році до 1,55 в 2018 році, тобто зростає частка чистого доходу відносно повної собівартості продукції, відвантаженої на експорт. Це є позитивною тенденцією. Як наслідок, показник рентабельності експортної операції підприємства протягом останніх п'яти років зростав (за винятком 2017 року, коли відбулось незначне його зниження) і склав в 2018 році 45,46%, що на 8,09% більше ніж в 2014 році та на 3,12% – ніж в 2017 році. Коефіцієнт ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку значно нижче показника коефіцієнту ефективності експортної операції підприємства, відповідно можна стверджувати, що здійснення експортної діяльності підприємством є економічно обґрунтованим.

Витрати на реалізацію продукції на внутрішньому ринку є вищими ніж витрати на реалізацію продукції на експорт, оскільки продукція ТОВ «ТК Карат» відвантажуються переважно на умовах FCA м.Київ, відповідно транспортні витрати лягають на покупців (імпортерів).

Далі проаналізуємо показники виконання зобов'язань з експортних операцій, узагальнені в табл. 1.12.

Із даних табл.1.12 можна побачити, що на ТОВ «ТК Карат» має місце високий рівень виконання зобов'язань з експортних операцій.

Таблиця 1.12

Вихідні дані для розрахунків та показники виконання зобов'язань з експортних операцій ТОВ «ТК Карат» за 2014-2018рр.

Показник	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення			
						Абсол. (+,-)		Відн., %	
						2018/ 2014	2018/ 2017	2018/ 2014	2018/ 2017
Фактурна вартість експортної продукції, тис.грн.	11455	11770	13586	15320	16161	4706	841	41,1	5,5
Планова вартість експортної продукції, тис.грн.	11702	11915	13388	14758	15359	3657	601	31,3	4,1
Вартість експортної продукції, перерахована за плановими цінами	11408	11572	13295	13959	15165	3757	1206	32,9	8,6
Коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю	0,98	0,99	1,01	1,04	1,05	0,07	0,01	4,1	6,3
Коефіцієнт виконання зобов'язань за фізичним обсягом	0,97	0,97	0,99	0,95	0,99	0,01	0,04	2,1	4,2
Коефіцієнт виконання зобов'язань за ціною	1,00	1,02	1,02	1,10	1,07	0,06	-0,03	6,1	7,1

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Протягом періоду 2014-2018 років значних порушень термінів експортних поставок виявлено не було, внаслідок чого коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю приймав значення в інтервалі від 0,98 до 1,05. В 2018 році він склав 1,05, що на 0,07 вище ніж в 2014 році. На підприємстві мало місце незначне недотримання планових показників по фізичному обсягу експорту. Одночасно з цим відбулось зростання виконання зобов'язань за ціною, що було зумовлене в тому числі зростанням вартості валюти по відношенню до гривні. Пред'явлених рекламаций або сплачених штрафних санкцій в рамках зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ТК Карат» не було.

Отже, підприємство здійснює зовнішньоекономічну діяльність в формі експорту. Виявлено зростання обсягів експорту в 2014-2018 роках. Основним видом експортної продукції для ТОВ «ТК Карат» є кабель різних марок, а основними країнами партнерами Азербайджан й Грузія. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ТК Карат» протягом 2014-2018 років зростає.

1.3. Оцінка ефективності управління системою міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ»

Міжнародна маркетингова діяльність ТОВ «ТК Карат» реалізується за допомогою відділу маркетингу, який побудований за функціональною схемою організації. За цієї схеми фахівці з маркетингу відповідають за різні види маркетингової діяльності. Загальне керівництво здійснює начальник відділу маркетингу, який координує їхню роботу.

Організаційна структура відділу маркетингу ТОВ «ТК Карат» показана на рис. 1.3. Як можна побачити, на ТОВ «ТК Карат» відділ маркетингу є самостійним підрозділом і складається із чотирьох фахівців, включаючи начальника відділу. Слід зазначити, що всі фахівці працюють одночасно як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках. Окремо фахівців з маркетингу для зовнішніх ринків не виділено, що зумовлено незначною часткою експорту в загальній структурі продажів продукції підприємства.



Рис.1.3. Організаційна структура відділу маркетингу ТОВ «ТК Карат»

Джерело: складено автором на основі організаційної структури підприємства

Спеціаліст з маркетингових досліджень вивчає тенденції ринку, досліджує реакції споживачів на нововведення та діяльність підприємства в цілому, обробляє результати сегментації ринку. Спеціаліст з реклами розробляє рекламні звернення до споживачів, визначає засоби та способи реклами, співпрацює із ЗМІ та рекламними агенціями з питань розміщення реклами, досліджує ефективність рекламних кампаній тощо. Спеціаліст з стимулювання збуту забезпечує розробку та впровадження заходів зі стимулювання збуту посередників, визначає засоби його проведення,

розробляє стандарти представлення продукції ТОВ «ТК Карат» в торговій мережі.

Спеціалістам відділу маркетингу належить вирішальне слово у формуванні асортименту. Вони приймають рішення щодо можливого розширення асортименту через введення у нього нових видів продукції. Також відділ маркетингу ТОВ «ТК Карат» визначає необхідність у виключенні з асортименту тих видів продукції, які більше не користуються попитом в споживачів.

Начальник відділу маркетингу здійснює контроль за підлеглими, скеровує їх дії у вірному напрямку, розробляє маркетингові заходи для більш успішнішого просування продукції ТОВ «ТК Карат».

Конкуренція на зарубіжних ринках кабельно-провідникової продукції ринку дуже висока. Тому підприємство має постійно вивчати потреби ринку та пропонувати нову продукцію з тим, аби їх задовольнити. Це все потребує маркетингових досліджень, які проводяться фахівцем служби маркетингу ТОВ «ТК Карат». Їх результати дозволяють відділу маркетингу ТОВ «ТК Карат» проводити товарну, збутову, цінову та комунікаційну політику, а також реалізовувати маркетингову стратегію на зовнішніх ринках.

Товарний асортимент продукції ТОВ «ТК Карат», що постачається на зарубіжні ринки, представлений чотирма групами продукції (табл.1.13). Як видно, глибина асортименту експортної продукції підприємства в 2018 році зросла порівняно з 2017 роком.

Як видно з табл. 1.13, загальна кількість всіх видів продукції ТОВ «ТК Карат» становить 424 од., тобто насиченість експортного асортименту продукції підприємства складає 424 позицій. Всі види та різновиди продукції гармонійно поєднуються один з одним, бо відносяться до світлотехнічної продукції, відповідно стверджуємо, що асортимент продукції ТОВ «ТК Карат» є гармонійним.

Таблиця 1.13

Товарний асортимент продукції ТОВ «ТК Карат», що постачається на зарубіжні ринки у 2017-2018 роках.

Товарна лінія	Види	Кількість різновидів (глибина асортименту)									
		Країни								Всього	
		Грузія		Латвія		Литва		Азербайджан			
		2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Кабель	Кабелі ВВГ, АВВГ, КГ, КГН, РПШ, КНР та ін.	78	84	45	51	40	38	175	186	235	245
Провід	ПВС, ШВВП, ВВП-1, ВВП-3, ПВ-1, УТР, FTP, RG та ін.	23	25	15	17	23	21	106	115	123	129
Електро щитове обладна ння	Корпуси модульні пластикові й металеві, ящики із понижуючим трансформато ром ЯТП та ін	-	-	-	-	-	-	33	35	33	35
Світлот ехнічні вироби	Загороджувал ьні вогні, конденсатори	-	-	5	5	7	8	11	12	13	15

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Ширина асортименту складає 4 товарні лінії. Розділивши загальну кількість різновидів продукції на кількість товарних ліній, визначимо середню глибину асортименту продукції, яку характеризує коефіцієнт глибини асортименту ($K_{гл}$):

$$K_{гл} = \frac{424}{4} = 106 \text{ од.}$$

Отже, середня глибина асортименту продукції ТОВ «ТК Карат» становить 106 різновидів у рамках однієї товарної лінії. Структура експортного асортименту продукції ТОВ «ТК Карат» наведена на рис.1.4.

Як видно з рис. 1.4, основним чином глибина асортименту продукції на експорт в ТОВ «ТК Карат» в 2018 році складається із кабелю (57,8%) та проводу різних марок та типів (30,4%). Натомість частка електрощитового обладнання складає 8,3%, а світлотехнічних виробів – 3,5%.

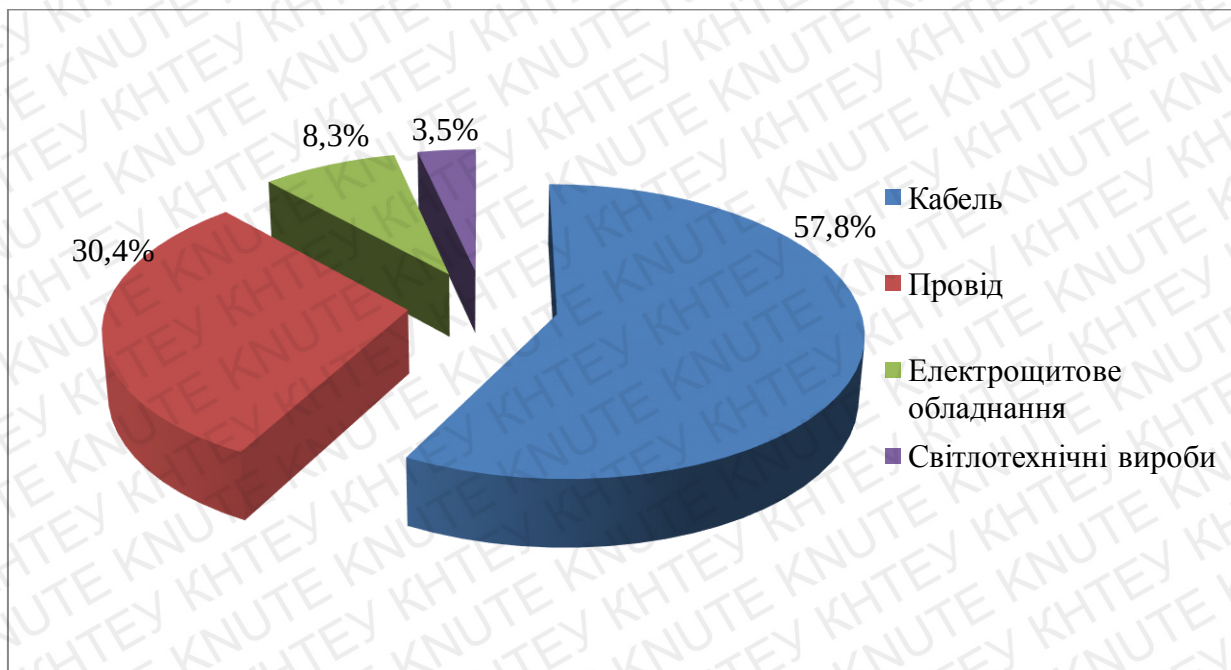


Рис.1.4. Структура експортної продукції ТОВ «ТК Карат» в 2018р.

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Побудуємо матриці БКГ для різних зарубіжних ринків збуту продукції ТОВ «ТК Карат», що представлені в додатку Е. Аналізуючи матриці БКГ можна сказати, що в переважній більшості країн до сектору «Важкі діти» належить кабель та провід. Ці продукти конкурують у зростаючих галузях, але займають відносно невелику частку ринку, що призводить до необхідності збільшення інвестицій з метою захисту своєї частки ринку і гарантування виживання на ньому. У перспективі вони можуть перейти до розряду «зірок» і «дійних корів», тому їх слід підтримувати. Натомість електрощитове обладнання та світлотехнічні вироби переважно відносяться до сектору «Собаки». Ці види товарів не приносять значних доходів, проте поглинають ресурси компанії. Підприємству слід замислитись над тим, щоб мінімізувати присутність цих груп товарів в експортному асортименті підприємства.

Внаслідок того, що кінцевими споживачами продукції ТОВ «ТК Карат» є роздрібні покупці (населення, юридичні особи), всю продукцію на експорт підприємство постачає через торгівельних посередників в країнах-імпортерах. Таким чином, реалізується непрямий метод експорту.

Цінова політика ТОВ «ТК Карат» формується на основі підходів до ринкового ціноутворення, методів визначення ціни та цінової стратегії, яку

використовує підприємство. Підприємством застосовується підхід до ринкового ціноутворення на основі встановлення індивідуальних цін. Підприємство пропонує свою продукцію за стандартними цінами (згідно прайс-листу), проте корегує ціни у відповідності до умов та кількості замовлень від торгівельних посередників в країнах-імпортерах.

ТОВ «ТК Карат» використовує різні методи формування ціни для різних видів своєї продукції. Для кабелю та проводів підприємство використовує метод формування ціни шляхом орієнтації на ринкові ціни. Даний метод передбачає встановлення ціни відповідно до рівня цін, що склалися на ринку. Метод наслідування звичайному рівню ринкових цін застосовується підприємством, адже дані товари достатньо важко диференціювати. В процесі встановлення ціни на світлотехнічні вироби ТОВ «ТК Карат» застосовує розрахунок ціни за методом «середні витрати плюс прибуток». Це найпростіший спосіб ціноутворення, який полягає у нарахуванні певної націнки на собівартість товару. На підприємстві ця націнка складає 20-30%. Для електрощитового обладнання підприємство встановлює ціну на основі орієнтації на попит. Виходячи із того, чи користується цей вид продукції попитом на ринку за діючою ціною, визначається напрямок зміни його ціни у майбутньому.

Складовою частиною цінової політики є розроблення цінової стратегії підприємства. ТОВ «ТК Карат» реалізує в своїй діяльності на зовнішніх ринках маркетингову стратегію нейтрального ціноутворення, за якої ціни на продукцію встановлені на середньому рівні, що склався на ринку.

Порівняємо цінові пропозиції найбільш затребуваних товарів ТОВ «ТК Карат» з середніми цінами на різних ринках (табл. 1.14).

Як видно із табл. 1.14, коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін є вище одиниці, що вказує на доцільність їх реалізації на закордонних ринках. Середні ціни на основні товарні позиції ТОВ «ТК Карат» на закордонних ринках є суттєво вищими за ціну продажу їх на експорт підприємством, що створює передумови для розширення експортних ринків збуту продукції виробничого підприємства.

Таблиця 1.14

**Порівняльний аналіз цінових пропозицій ТОВ «ТК Карат» та середніх цін
на ринку у 2018р. (дол.США/км)**

Найменування продукції	Ринки				
	Україна	Литва	Грузія	Латвія	Азербай- джан
1. Кабель ВВГнг 5х240					
Ціна продажу	74513	78239	78252	78270	78156
Середня ціна на ринку	75289	128956	126985	127595	124659
Коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін	1,01	1,65	1,62	1,63	1,60
2. Кабель АВВГнг 4х240					
Ціна продажу	8325	8742	8710	8776	8659
Середня ціна на ринку	8563	13768	13526	13478	12895
Коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін	1,03	1,57	1,55	1,54	1,49
3. Провід мідний ПВ-1-25					
Ціна продажу	1445	1517	1532	1540	1458
Середня ціна на ринку	1522	2428	2431	2505	2312
Коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін	1,05	1,60	1,59	1,63	1,59

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Чинником, що пливає на ефективність системи міжнародного маркетингу підприємства, є комунікаційна політика. В системі міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» використовує стимулювання збуту та особистий продаж. ТОВ «ТК Карат» здійснює стимулювання збуту посередників. Засобом стимулювання виступає знижка за великий обсяг партії товару у розмірі 5-15%. Її розмір встановлюється індивідуально для кожного покупця. Реалізація на зовнішні ринки є вигідною для підприємства, оскільки крім торгівельної націнки підприємство отримує зворотній ПДВ. Тому воно прагне зацікавити потенційних покупців.

Для того, щоб здійснювати маркетингову комунікацію через особистий продаж, ТОВ «ТК Карат» застосовує систему внутрішнього навчання для менеджерів зі збуту, які контактують із контрагентами із зовнішніх ринків. На запропонованих менеджерам зі збуту тренінгам відбуваються дискусії щодо пропозицій клієнтам, принципи прийняття ними рішень про купівлю, проводиться навчання по новим видам продукції підприємства. Це сприяє обізнаності менеджера зі збуту, що дозволяє збільшити обсяги продажів експортної продукції.

Інструментом формування обізнаності зарубіжних покупців про ТОВ «ТК Карат» та його продукцію виступає сайт підприємства, розташований за адресою в Інтернеті <http://karatltd.com.ua/>. На ньому представлено інформацію про підприємство, види продукції, яку воно випускає, контактна інформація та відгуки клієнтів. Недоліком сайту є відсутність іншомовних версій сайту – інформація представлена лише російською мовою. Це суттєво обмежує комунікаційні можливості підприємства на зарубіжних ринках.

Динаміка витрат міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» за останні п'ять років узагальнена в табл. 1.15. Як можна побачити, підприємством не застосовуються такі популярні комунікаційні заходи просування на зарубіжних ринках, такі як реклама або виставки, ярмарки. Натомість основними статтями витрат виступають витрати на дослідження зарубіжних ринків та витрати на закордонні відрядження.

Таблиця 1.15

Витрати на міжнародний маркетинг ТОВ «ТК Карат»
за 2014-2018рр., тис. грн.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення			
						Абсол. (+,-)		Відн., %	
						2018/ 2014	2018/ 2017	2018/ 2014	2018/ 2017
Витрати на дослідження зарубіжних ринків	78	94	115	190	148	70	-42	89,7	-22,1
Витрати на закордонні відрядження	112	124	157	252	202	90	-50	80,4	-19,8
Витрати на тренінги для менеджерів зі збуту	18	20	22	22	25	7	3	38,9	13,6
Витрати на обслуговування сайту	6	7	8	8	10	4	2	66,7	25,0
Всього витрат	214	245	302	472	385	171	-87	79,9	-18,4

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

На думку керівництва підприємства, рекламування та участь в міжнародних виставкових заходах вимагають значних витрат коштів, і є недоречним. Це вважаємо недоліком міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «ТК Карат».

Ефективність міжнародної маркетингової діяльності на рівні підприємства визначається перш за все ретельним аналізом прибутковості зовнішньоторговельних операцій шляхом зіставлення доходів і маркетингових витрат [2, с.41]. Вихідні дані для розрахунку та показники

ефективності системи міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» за останні п'ять років наведені в табл.1.16.

Таблиця 1.16

Динаміка показників ефективності системи міжнародного маркетингу
ТОВ «ТК Карат» за 2014-2018рр.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення			
						Абсол. (+,-)		Відн., %	
						2018/ 2014	2018/ 2017	2018/ 2014	2018/ 2017
Приріст обсягу реалізації товарів та послуг на ринку Грузії, тис. грн.	126	-320	254	96	207	81	111	64,3	115,6
Приріст обсягу реалізації товарів та послуг на ринку Латвії, тис. грн.	84	67	141	-188	283	199	471	236,9	-250,5
Приріст обсягу реалізації товарів та послуг на ринку Литви, тис. грн.	186	214	601	329	-124	-310	-453	-166,7	-137,7
Приріст обсягу реалізації товарів та послуг на ринку Азербайджану, тис. грн.	401	354	820	1497	475	74	-1022	18,5	-68,3
Загальний приріст обсягу реалізації товарів та послуг на зовнішньому ринку, тис. грн.	797	315	1816	1734	841	44	-893	5,5	-51,5
Витрати на міжнародний маркетинг на ринку Грузії, тис. грн.	55	47	58	72	89	34	17	61,8	23,6
Витрати на міжнародний маркетинг на ринку Латвії, тис. грн.	22	27	25	29	31	9	2	40,9	6,9
Витрати на міжнародний маркетинг на ринку Литви, тис. грн.	49	53	58	60	61	12	1	24,5	1,7
Витрати на міжнародний маркетинг на ринку Азербайджану, тис. грн.	88	118	161	311	204	116	-107	131,8	-34,4
Сукупність витрат на міжнародний маркетинг, тис. грн.	214	245	302	472	385	171	-87	79,9	-18,4
Ефективність маркетингових процесів на ринку Грузії	2,29	-6,81	4,38	1,33	2,33	0,03	0,99	1,3	74,4
Ефективність маркетингових процесів на ринку Латвії	3,82	2,48	5,64	-6,48	9,13	5,31	15,61	139,0	-240,9
Ефективність маркетингових процесів на ринку Литви	3,80	4,04	10,36	5,48	-2,03	-5,83	-7,52	-153,4	-137,2
Ефективність маркетингових процесів на ринку Азербайджану	4,56	3,00	5,09	4,81	2,33	-2,23	-2,49	-48,9	-51,8
Загальна ефективність витрат міжнародного маркетингу	3,72	1,29	6,01	3,67	2,18	-1,54	-1,49	-41,4	-40,6
Прибуток від зовнішньоекономічної діяльності до оподатк., тис. грн.	3586	3750	4650	5217	5764	2178	547	60,7	10,5
Рентабельність міжнародних маркетингових інвестицій, %	1576	1431	1440	1005	1397	-179	392	-11,4	39,0

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Встановлено, що загальна ефективність витрат міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» була найвищою в 2016 році, коли вона склала 6,01, а найнижчою – в 2015 році (1,29). В 2016-2018 роках на підприємстві цей показник знижувався і станом на кінець 2018 року склав 2,18, що на 1,54 нижче ніж в 2014 році та на 1,49 – ніж в 2017 році. Тобто, порівняно з попередніми періодами, в 2018 році на підприємстві має місце зниження

темтів приросту обсягу реалізації продукції на експорт по відношенню до понесених маркетингових витрат на зовнішніх ринках.

Крім того виявлено проблему, яка полягає в скороченні відносної частки експорту в структурі реалізації продукції ТОВ «ТК Карат» в 2018 році порівняно з 2014 роком. В 2015-2017 роках ця частка взагалі приймала значення більше ніж в 1,5 рази нижче за показник 2014 року. Тобто, ефективність міжнародного маркетингу є низькою.

На окремих зарубіжних ринках найвищою ефективність маркетингових процесів в 2014-2017 роках була на ринках Литви та Азербайджану, а в 2018 році – на ринку Латвії, на якому відбувся значний приріст обсягу реалізації продукції. В окремі періоди спостерігалось зменшення обсягів реалізації експортної продукції на окремих ринках.

Рентабельність міжнародних маркетингових інвестицій найвище значення приймала в 2014 році (1576%), що було зумовлене високим значення прибутку від зовнішньоекономічної діяльності до оподаткування по відношенню до маркетингових витрат на зовнішніх ринках. В 2015-2017 роках цей показник поступово знижувався, однак в 2018 році зріс і склав 1397%, що було спричинене зниженням на ТОВ «ТК Карат» витрат на міжнародний маркетинг.

Отже, можна стверджувати, що ефективність системи міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» в останні роки знижується, що дає підстави сформулювати думку про необхідність внесення пропозицій щодо удосконалення управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства.

Висновки до розділу 1

Обсяги фінансово-господарської діяльності ТОВ «ТК Карат» в 2014-2018 роках мали тенденцію до зростання, що узагальнилось в збільшенні обсягів чистого доходу від реалізації продукції. Чистий прибуток на підприємстві приймав найвище значення за аналізований період в 2017 році, а в 2018 році дещо знизився. Розрахунки показників ліквідності свідчать про те, що

загальна ліквідність ТОВ «ТК Карат» знаходиться в межах нормативних значень, проте існують ризики в оплаті термінових боргів. Підприємство є фінансово стійким, однак в останні роки мало місце зниження ділової активності підприємства та погіршення показників рентабельності підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства реалізується в формі експорту, розміри якого в 2014-2018 роках зростали, основним чином завдяки збільшенню реалізації на зовнішні ринки кабелю різних марок. Цей вид продукції забезпечує понад 75% всіх надходжень від експортної діяльності. Основними країнами експорту для продукції ТОВ «ТК Карат» є Азербайджан й Грузія. Також продукція постачається в Литву та Латвію. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ТК Карат» протягом 2014-2018 років зросла. Здійснення експортної діяльності підприємством є доцільним і економічно обґрунтованим.

На експорт підприємство поставляє чотири групи продукції, середня глибина асортименту продукції ТОВ «ТК Карат» становить 106 різновидів у рамках однієї товарної лінії. Всю продукцію на експорт підприємство постачає через торговельних посередників в країнах-імпортерах. Для кабелю та проводів підприємство використовує метод формування ціни шляхом орієнтації на ринкові ціни, для світлотехнічних виробів метод «середні витрати плюс прибуток», а для електрощитового обладнання метод на основі орієнтації на попит. Ефективність системи міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» в останні роки знижується, що відображається в зниженні ефективності витрат на міжнародний маркетинг та показника рентабельності міжнародних маркетингових інвестицій.

РОЗДІЛ 2

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТК КАРАТ»

2.1. Обґрунтування напрямів удосконалення управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства ТОВ «ТК КАРАТ»

Важливе місце в удосконаленні управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства займає визначення товарного ринку, на якому воно має працювати. Шляхом проведення дослідження виступає тим фундаментом, який в подальшому визначає перспективи розширення експортної діяльності [20, с.204], й, таким чином, зміцнення та покращувати свою міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

ТОВ «ТК КАРАТ» здійснює свою діяльність на світовому ринку електротехнічної продукції. Обсяги світового експорту та імпорту електротехнічної продукції в 2018 році зросли порівняно з попередніми роками (рис.2.1).

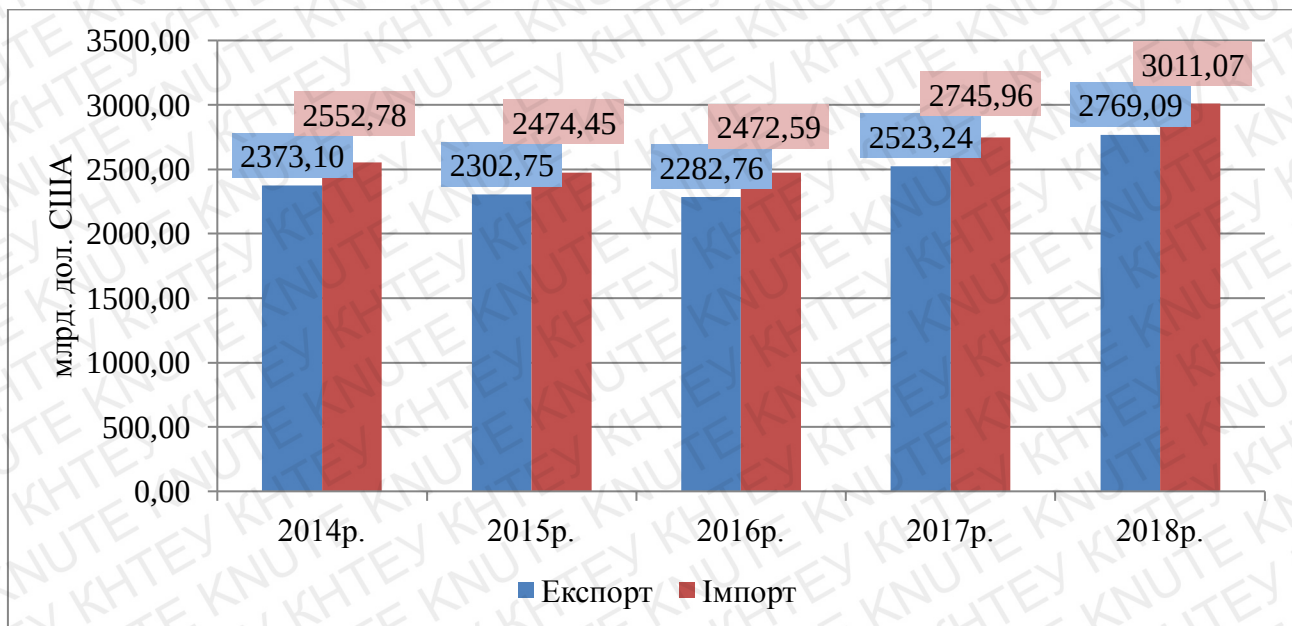


Рис.2.1. Динаміка обсягів експорту та імпорту електротехнічної продукції в світі в 2014-2018рр.

Джерело: побудовано автором за даними[24]

Як видно, загальний світовий обсяг експорту електротехнічної продукції в 2018 році склав 2769,09 млрд. дол. США, і зріс порівняно з 2017 роком на 9,7%, а порівняно з 2016 роком – на 21,3%. Слід звернути увагу на зниження експорту в 2015-2016 роках порівняно з 2014 роком. Схожі тенденції демонструє світовий імпорт

У сучасній регіональній структурі електротехнічного комплексу світу слід виділити такі основні виробничі макрорегіони: Північна і Центральна Америка, Європа, Азія і країни СНД [7, с.114]:

Північна Америка, на частку якої припадає приблизно одна третя вартості, що створюється в світовій електротехнічній галузі, представлена лідером свого сегмента ринку – США, на частку яких припадає майже 30% вартості світової електротехнічної продукції;

Західна Європа має міцні конкурентні позиції на ринку електротехніки, серйозні перспективи у виробництві і інноваціях, завдяки успішному функціонуванню в галузі енергетики німецьких виробників, на долю яких припадає значна частка експортних поставок. Компаніями Західної Європи реалізується близько третини продукції світової електротехніки, насамперед за допомогою збуту на ринку Франції, Великобританії, Італії; регіон Східної і Південно-Східної Азії виробляє приблизно одну четверту продукції світового електротехнічного ринку. Лідерами регіону є Китай, Гонконг, Південна Корея й Японія. Слід відзначити й інші країни регіону – Сінгапур, Таїланд, Індонезія, Малайзія, що виготовляють досить трудомістку, але менш складну продукцію, та зміцнюють закордонні збутові мережі з метою здійснення активної експортної політики; країни СНД є досить великими виробниками силового, кабельного, високовольтного устаткування.

Отже, електротехнічна промисловість характеризується багатогалузевою структурою. Світовими лідерами експорту електротехнічної продукції у 2018 році були Китай, Гонконг, Сполучені Штати Америки, Південна Корея й Німеччина. Світові лідери імпорту за той же період: Китай, Сполучені Штати Америки, Гонконг, Німеччина й Японія (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні країни-експортери та імпортери електротехнічної продукції в світі
у 2018р.

Експорт		Імпорт	
Країна	Обсяг, млрд. дол. США	Країна	Обсяг, млрд. дол. США
Китай	664,43	Китай	521,54
Гонконг	309,72	Сполучені Штати Америки	367,05
Сполучені Штати Америки	176,07	Гонконг	327,91
Південна Корея	184,61	Німеччина	159,09
Німеччина	163,80	Японія	101,01
Тайбей, Китай	144,35	Сінгапур	101,60
Сінгапур	128,74	Мексика	94,90
Японія	109,37	Південна Корея	84,76
Мексика	81,92	Тайбей, Китай	75,45
В'єтнам	74,97	В'єтнам	62,70

Джерело: побудовано автором за даними [24]

Як видно із табл. 2.1, найбільші експортери електротехнічної продукції виступають також й найбільшими імпортерами. На їх частку в 2018 році припало 70,3% світового імпорту такої продукції. На частку десяти основних країн-експортерів, наведених у табл.2.1, припадає понад 82,9% всього світового експорту електротехнічної продукції (у вартісних показниках). Найбільші темпи зростання за період 2014-2018 років припадали на В'єтнам (приріст за останні п'ять років 205,4%), Ірландію (196,6%), Нідерланди (190,4%), Південну Корею (133,5%) та Індію (130,9%).

Вагома частка в світовій електротехнічній промисловості по праву належить «гігантам» галузі:

американська корпорація General Electric (GE), основним напрямком діяльності якої є електрифікація всього світу. Корпорація є виробником техніки і продукції в різних сферах енергетичної промисловості, починаючи від кабелів, перехідників і з'єднувачів, закінчуючи атомними реакторами, газовими турбінами, атомними реакторами, двигунами і т. д. На даний час в компанії працюють понад 313 тис. чоловік, географія присутності більш ніж в 160 країнах. У рейтингу Fortune за ринковою капіталізацією займає 18 місце в 2018 році з виручкою 122,3 млрд.дол. США [4]. Наразі General Electric знаходиться на початку довгого і складного шляху трансформації бізнесу, що зумовлене не зовсім успішними інвестиціями компанії в останні роки. Двома останніми

великими покупками GE були енергетичний бізнес європейської компанії Alstom, куплений за 10 млрд.дол. в 2015 році і покупка 62,5% частки в нафтосервісної компанії Baker Hughes за 7,5 млрд.дол. У 2018 році компанія зафіксувала збиток в 5,8 млрд. дол. США, що призвело до падіння вартості акцій компанії;

німецький концерн Siemens AG, має широкий спектр функціонування і виробництва в області енергетичного машинобудування, виробництва електротехніки, побутової електроніки. Виробничі потужності компанії розташовані переважно в країнах Європейського союзу, а також в Канаді, США, Мексиці. Концерн ґрунтовно впровадив своє виробництво і в Китаї, Бразилії, Індії, Росії та багатьох інших країнах. Чистий прибуток Siemens AG в 2018 році склав 377 млн. дол. США [26]. Згідно зі спостереженнями маркетингового агентства Kantar Millward Brown і холдингу WPP, в січні 2018 р концерн Siemens AG успішно увійшов в десятку найдорожчих німецьких брендів [7, с.114];

французька енергомашинобудівна компанія Schneider Electric є найбільшим виробником обладнання для енергетичних комплексів промислових підприємств, об'єктів цивільного та житлового будівництва, маючи в своєму арсеналі технічні та наукові центри, здатні до постачання необхідної лінійки обладнання для багатьох сфер виробництва, а також виконуючи інжинірингові та монтажні роботи «під ключ». Володіє підрозділами в більш ніж в 100 країнах. У 2018 році чистий прибуток становить 2,3 млрд. дол. [25].

Основними трендами, які сьогодні ставлять вектор розвитку світового ринку електротехніки, є автоматизація технологічних процесів і питання енергоефективності [1]. Особлива увага приділяється використанню нових матеріалів, розвитку альтернативної енергетики і вдосконаленню методів зберігання енергії. Ці напрямки активно розвиваються і знаходять застосування в електротехнічній промисловості різних країн світу. Однак їх розробка потребує великих інвестицій і доступу до світового ринку компонентів. З огляду на складність технологій, окремо взятій компанії ці завдання вирішити вкрай складно. Тому тут єдино правильним є шлях інтеграції та взаємодії в рамках спільних проектів.

Великі розміри, значний капітал і масштаб виробництва фірм вкрай немобільні на ринку, отже, в таких умовах для досягнення найбільшої вигоди, підтримки цін і максимізації прибутку олігополістичні компанії йдуть на змову між собою. Виробники домовляються про взаємовигідну співпрацю, укладаючи угоду про поділ ринку, так звану «картельну угоду». Подібним об'єднанням на арені світового ринку електротехнічної продукції є картель Phoebus.

Ще одним ринковим трендом стає широке впровадження сервісної моделі взаємовідносин «360 градусів» між вендором (виробник) і кінцевим замовником. Це означає, що сьогодні найбільші постачальники електроустаткування прагнуть до реалізації комплексних проектів в інтересах клієнтів «під ключ», вирішуючи конкретні інфраструктурні проблеми і надаючи гарантійне обслуговування протягом усього життєвого циклу пристроїв і рішень.

Глобалізація світового ринку, що характеризується зменшенням перепон у вигляді кордонів на шляху вільного переміщення людей, товарів і послуг, капіталу та інформації, вимагає переходу країн на єдині стандарти. Проте реалізація електротехнічної промисловості на закордонні ринки потребує її відповідності міжнародним стандартам, нормам, розробленим та загальноприйнятим Міжнародною організацією стандартизації (ISO) і Міжнародною електротехнічною комісією (IEC).

У 2019-2020 рр. прогнозується посилення конкурентної боротьби в світі електротехніки, що буде зумовлена стисненням ринку та збільшенням його учасників. У такій ситуації буде зростати цінність кожного великого тендера на електронних майданчиках B2B і не тільки. У той же час світові виробники можуть виявитися дещо обмеженими в пошуку замовлень і в просуванні своєї товарної лінійки. В першу чергу це може бути пов'язано з браком коштів, який спровокують некомфортні для виробничих компаній умови оплати і збуту.

Незважаючи на високу конкуренцію з боку світових виробників, в окремих сегментах електротехнічного світового ринку українські виробники здатні не лише утримувати, але й зміцнювати свої конкурентні переваги, що

підтверджують тенденції експорту вітчизняної електротехнічної продукції (рис.2.2).

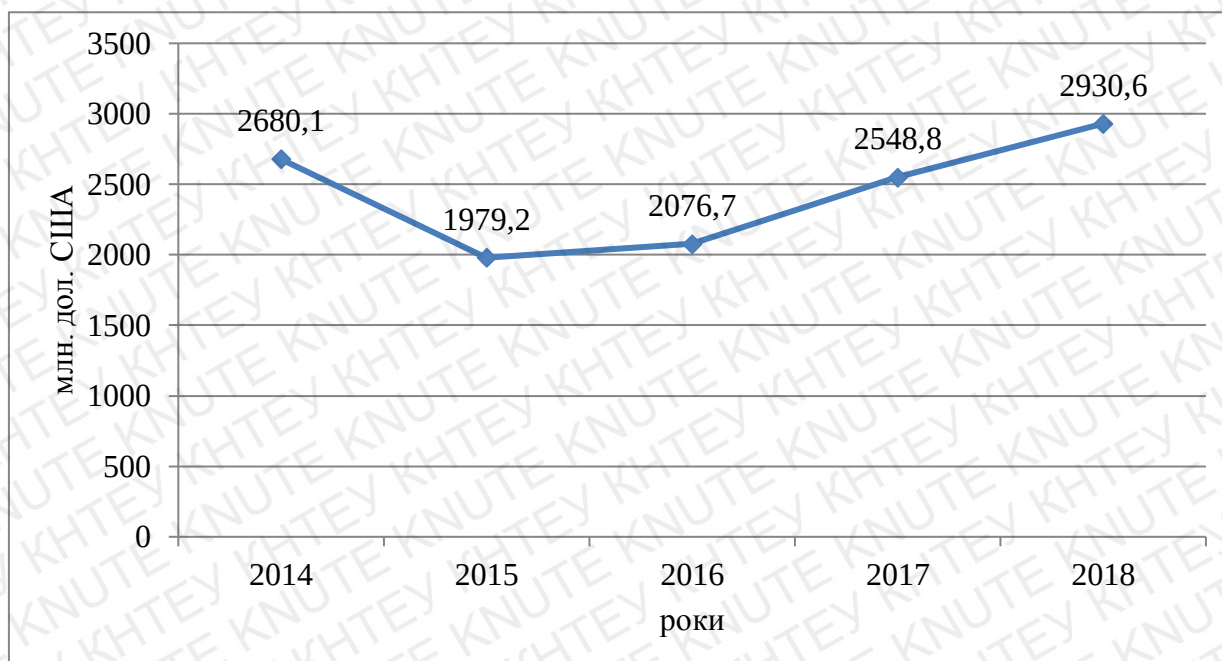


Рис.2.2. Динаміка обсягів експорту України електротехнічної продукції в 2014-2018рр.

Джерело: побудовано автором за даними [3]

Електротехнічні підприємства продукують значні обсяги продукції для внутрішнього і зовнішнього споживання, забезпечуючи народногосподарський комплекс України як засобами для прискорення науково-технічного прогресу, так і валютними надходженнями [10]. Основним видом експортної продукції, частка якого складає приблизно 50%, є автомобільний провід. Ця продукція експортується переважно до Європи, крім того значна кількість підприємств-експортерів є європейськими філіями великих концернів, що забезпечує стабільну динаміку зростання експорту цього виду продукції. Серед провідних підприємств можна відмітити ТОВ «Преттль Кабель», що орієнтоване на ринок Німеччини; ПАТ «Запорізький кабельний завод», який постачає продукцію в Литву, Латвію, Грузію, Азербайджан, Молдову; ПрАТ «Азовкабель», що успішно працює на ринках Грузії, Молдови, Азербайджана та ін. [6].

Розглядаючи можливості розширення збуту для виробників вітчизняної електротехнічної продукції, доцільно звернути увагу на основні європейські країни, куди постачають або планують постачати

електротехнічну продукцію вітчизняні підприємства. Зокрема, найбільшим ринком в електротехнічній галузі є Німеччина з оборотом понад 240 млрд. дол. США в 2017 році [5]. Найбільш розвиненими сегментами електротехнічної промисловості Німеччини є виробництво побутової електротехніки і промислових агрегатів, таких як трансформатори та генератори. Основні центри галузі – південно-західний регіон Баден-Вюртемберг зі столицею в Штутгарті, а також Мюнхен, Берлін і Франкфурт-на-Майні. Складовими німецького успіху в сфері електротехніки є не тільки старі добрі традиції і характерна для німців скрупульозність, але і високий рівень технічної освіти – за оцінками Бостонської консультаційної групи, німецька інженерна освіта є найкращою в світі.

Традиційно в галузі переважають малі та середні підприємства, які завдяки своїй гнучкості та технологічній ефективності дозволяють галузі займати провідне місце в світі [19, с.18]. Лише близько 5,5% підприємств налічують понад 500 працівників. В основному це фірми, які випускають серійну продукцію або розробляють проекти великих технічних споруд і зводять їх. Найбільшими підприємствами електротехнічної промисловості Німеччини є Siemens й Daimler-Benz. Близько 83% машинобудівних фірм – дрібні і середні підприємства, які нараховують менше 200 чоловік, які спеціалізуються на випуску певних видів продукції. Електротехнічна промисловість відіграє важливу роль в економіці в цілому, адже вона оснащує обладнанням інші промислові галузі. Близько 68% обороту пов'язано з експортними операціями [13].

Слід також звернути увагу на Нідерланди, Францію, Чехію, Польщу та Іспанію, куди можуть постачати свою електротехнічну продукцію вітчизняні виробники. Їх обсяги імпорتنих закупівель цього виду продукції складають відповідно 93, 58, 36, 31 та 30 млрд. дол. США [24]. Причому спостерігається стійка динаміка до збільшення обсягів закупівель продукції електротехнічної галузі в останні роки. Вітчизняні електротехнічні компанії, що планують постачати свою продукцію на європейський ринок, повинні забезпечити відповідність своєї продукції стандарту ЄС WEEE. Цей стандарт вказує на те, що електронні продукти і обладнання повинні

задовольняти обов'язковим вимогам по збору і утилізації, викладеним у Директиві 2002/96 / EC WEEE.

Серед країн «пострадянського табору» українська продукція постачається переважно в Литву, Латвію, Грузію, Азербайджан, Молдову. Російська агресія зумовила суттєве скорочення поставок в цю країну та переорієнтацію вітчизняних виробників на інші ринки збуту.

Отже, розширення ринків збуту для виробників вітчизняної електротехнічної продукції можливе в напрямку європейських та пострадянських країн, проте вимагає забезпечення відповідності української продукції європейським стандартам, застосування сучасних маркетингових інструментів та створення об'єднань виробників та переведення підприємств на ресурсозберігаючі й екологічно-ефективні технології.

У межах удосконалення управління системою міжнародного маркетингу виробничого підприємства ТОВ «ТК КАРАТ», спираючись на дослідження світового ринку електротехнічної продукції, пропонуємо здійснити пошук нового закордонного ринку, що дозволить підприємству збільшити частку експорту в загальному обсязі збуту його продукції та отримати додаткові прибутки.

Існує багато методів, які дозволяють обрати цільові закордонні ринки, однак необхідно серед них обрати такий, який дозволить використати комплексний підхід до вибору зовнішнього ринку, що дасть змогу найточніше проаналізувати переваги та недоліки діяльності на кожному ринку і на основі цього обрати для підприємства найкращий [9, с.19].

Отже, застосуємо комплексний підхід [14, с.88-94] до вибору найкращого нового цільового ринку для просування продукції ТОВ «ТК КАРАТ». Для вибору закордонних ринків, на які потенційно може виходити підприємство, обрано метод експертних оцінок.

Для оцінки за допомогою дискретного підходу було попередньо відібрано країни за такими двома основними критеріями:

1. Відсутність мовного порогу, що дозволить ефективніше налагоджувати контакти (Грузія, Литва, Латвія, Азербайджан, Молдова).

2. Місткість ринку та територіальне розташування, що зумовлює невисокі транспортні витрати (Польща, Чехія, Німеччина).

Стосовно критеріїв, за якими проводилась оцінка обраних країн, то вони включали в себе оцінку макросередовища країни, її політичної ситуації, відкритість ринку, легкості ведення бізнесу, чисельність населення в країні, валовий національний дохід на душу населення, та ефективність товарного ринку.

Макроекономічне середовище оцінене на основі відповідного субіндексу із рейтингу глобальної конкурентоспроможності, який складається з 113 змінних, що об'єднані в 12 контрольних показників національної конкурентоспроможності. Серед них – макроекономічне середовище, що включає в себе рівень дефіциту бюджету, обсяги національних заощаджень, рівень інфляції та рівень державного боргу [28].

Для визначення політичного середовища був обраний рейтинг країн за значенням індексу політичної стабільності. Цей індекс складається на основі кількох інших індексів, що розраховуються різними організаціями, такими як Всесвітній економічний форум, Economist Intelligence Unit та ін. Базові показники відображають ймовірність зміни державної влади, збройних конфліктів, насильницьких демонстрацій, соціальних хвилювань, міжнародної напруженості, тероризму, а також етнічних, релігійних чи регіональних конфліктів [29].

Для оцінки рівня економічної свободи було використано відповідний Індекс відкритості ринків, що розраховується американським дослідницьким центром The Heritage Foundation спільно з газетою The Wall Street Journal. Інформація щодо чисельності населення в країні та рівень валового національного доходу на душу населення була взята з даних Світового банку. Якість електропостачання було отримано за даними рейтингу глобальної конкурентоспроможності.

Вихідні дані для вибору найбільш привабливої країни (цільового закордонного ринку) для товарів ТОВ «ТК КАРАТ» наведені у табл. 2.2. Для порівняння обрано країни, в які вже здійснюється експорт продукції підприємства.

Зведені критерії для вибору закордонного ринку для ТОВ «ТК КАРАТ»

Критерій	Країна							
	Грузія	Литва	Латвія	Азербайджан	Молдова	Польща	Чехія	Німеччина
Макроекономічне середовище, місце в рейтингу	48	29	23	65	81	41	8	12
Політична стабільність, %	30	73	61	21	33	66	87	67
Рівень економічної свободи, %	76	74	70	65	59	68	74	73
Індекс легкості ведення бізнесу, місце в рейтингу	6	14	19	25	47	33	35	24
Чисельність населення, тис. осіб	3725	2905	1978	9649	3554	37986	10546	81687
ВНД на душу населення, дол. США	3756	14291	13639	5500	2179	12572	17716	41395
Якість електропостачання, місце в рейтингу	68	47	55	50	91	48	18	29

Джерело: побудовано автором за даними [11,21,22,28,29]

Далі визначимо вагові коефіцієнти для кожного з семи критеріїв, що обрані для вибору країни в якості нового цільового закордонного ринку ТОВ «ТК КАРАТ». Вони представлені у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Вагові коефіцієнти для оцінки важливості критеріїв

Критерій	Ваговий коефіцієнт
Макроекономічне середовище	0,20
Політична стабільність	0,10
Рівень економічної свободи	0,15
Легкість ведення бізнесу	0,15
Кількість населення	0,10
ВНД на душу населення	0,15
Якість електропостачання	0,15
Сума	1

Джерело: побудовано автором

Далі розрахуємо діапазони інтервалів кожної оцінки для обраних критеріїв:

1. Макроекономічне становище: $\frac{81-8}{5} = 14,6$
2. Політична стабільність: $\frac{87-21}{5} = 13,2$
3. Рівень економічної свободи: $\frac{76-59}{5} = 3,4$
4. Легкість ведення бізнесу: $\frac{47-6}{5} = 8,2$

5. Кількість населення: $\frac{81687-1978}{5} = 15941,8$
6. ВНД на душу населення: $\frac{41395-3756}{5} = 7843,2$
7. Якість електропостачання: $\frac{91-18}{5} = 14,6$

Інформація щодо інтервалів для оціни кожного з критеріїв подана у табл.

2.4.

Таблиця 2.4

Інтервали значень для обраних критеріїв

Критерій	Оцінка				
	5	4	3	2	1
Макроекономічне середовище	(8;22,6)	(22,6;37,2)	(37,2;51,8)	(51,8;66,4)	(66,4;81)
Політична стабільність	(87;73,8)	(73,8;60,6)	(60,6;47,4)	(47,4;34,2)	(34,2;21)
Рівень економічної свободи	(76;72,6)	(72,6;69,2)	(69,2;65,8)	(65,8;62,4)	(62,4;59)
Легкість ведення бізнесу	(6;14,2)	(14,2;22,4)	(22,4;30,6)	(30,6;38,8)	(38,8;47)
Кількість населення	(81687; 65745,2)	(65745,2; 49803,4)	(49803,4; 33861,6)	(33861,6; 17919,8)	(17919,8; 1978)
ВНД на душу населення	(41395; 33551,8)	(33551,8; 25708,6)	(25708,6; 17865,4)	(17865,4; 10022,2)	(10022,2; 2179)
Якість електропостачання	(18; 32,6)	(32,6; 47,2)	(47,2; 61,8)	(61,8; 76,4)	(76,4; 91)

Джерело: побудовано автором за даними [11,21,22,28,29]

На основі розрахованих інтервалів присвоїмо для кожного критерію кожній країні відповідні бали. Інформація щодо них подана у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Присвоєні бали для критеріїв та країн

Критерій	Країна							
	Грузія	Литва	Латвія	Азербайджан	Молдова	Польща	Чехія	Німеччина
Макроекономічне середовище	3	4	4	2	1	3	5	5
Політична стабільність	1	4	4	1	1	4	5	5
Рівень економічної свободи	5	5	4	2	1	3	5	5
Індекс легкості ведення бізнесу	5	5	4	3	1	2	2	3
Чисельність	1	1	1	1	1	3	1	5

населення								
ВНД на душу населення	1	2	2	1	1	2	2	5
Якість електропостачання	2	4	3	3	1	3	5	5

Джерело: побудовано автором за даними [11,21,22,28,29]

Помножимо отримані бали на визначений раніше коефіцієнт і отримаємо зважену оцінку кожного критерію для обраних країн, що подана в Додатку Ж.

Отже, на основі методу експертних оцінок було визначено, що з ряду обраних країн оптимальним ринком для вибору в якості нового цільового закордонного ринку ТОВ «ТК КАРАТ» є ринок Німеччини (4,7 бали). Це забезпечене, зокрема, такими критеріями, що забезпечили лідируючу позицію: макроекономічне середовище, рівень економічної свободи, легкість ведення бізнесу, кількість населення, ВНД на душу населення й якість електропостачання. За всіма цими критеріями оціночний бал був найвищим, тому ТОВ «ТК КАРАТ» слід розглядати ринок Німеччини в якості нового цільового закордонного ринку.

Крім того розглянемо цінові пропозиції на нових потенційних закордонних ринках збуту товарів ТОВ «ТК КАРАТ» (табл. 2.6).

Як видно із табл. 2.6, коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін на нових потенційних закордонних ринках є вище одиниці, й є найвищим на ринку Німеччини, отже цей ринок можна рекомендувати виробничому підприємству в якості нового ринку для збуту кабельно-проводникової продукції.

Таблиця 2.6

Оцінка привабливості цінових пропозицій ТОВ «ТК Карат» на потенційних закордонних ринках товарів в 2019р. (дол.США/км)

Найменування продукції	Ринки			
	Молдова	Польща	Чехія	Німеччина
1. Кабель ВВГнг 5х240				
Ціна продажу	78229	78229	78229	78229
Середня ціна на ринку	116957	132658	134562	136594
Коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін	1,50	1,70	1,72	1,75
2. Кабель АБВГнг 4х240				
Ціна продажу	8722	8722	8722	8722

Середня ціна на ринку	11659	12950	13241	13459
Коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін	1,34	1,48	1,52	1,54
3. Провід мідний ПВ-1-25				
Ціна продажу	1512	1512	1512	1512
Середня ціна на ринку	2358	2520	2653	2606
Коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін	1,56	1,67	1,75	1,72

Джерело: побудовано автором за даними [11,21,22,28,29]

Смність електротехнічного ринку Німеччини складає близько 240 млрд. євро. Слід врахувати, що зважаючи на високу конкуренцію на європейських ринках, розширення експортних ринків збуту продукції виробничого підприємства потребує розробки комплексу заходів міжнародного маркетингу.

2.2. Розробка комплексу заходів щодо розширення експортних ринків збуту продукції ТОВ «ТК КАРАТ»

Розширення експортних ринків збуту продукції виробничого підприємства вимагає належної маркетингової підтримки, в основі якої лежать принципи достатності, цілеспрямованості, комплексності, ефективності та орієнтації на кінцевий результат [27, с.221]. Для ТОВ «ТК КАРАТ» таким результатом визначено охоплення нового закордонного ринку для продукції, що виробляється підприємством. Згідно із проведеним вище дослідженням, оптимальним ринком для вибору в якості нового цільового закордонного ринку ТОВ «ТК КАРАТ» є ринок Німеччини, однак зважаючи на чималий рівень конкуренції на цьому ринку, слід добре продумати заходи міжнародного маркетингу.

Слід врахувати, що товарна стратегія підприємства має формуватись із урахуванням визначених напрямків формування асортименту (орієнтація насамперед на кабель та провід, як основні каталізатори формування валютної виручки), та у взаємозв'язку із рішеннями щодо ціни, збуту та комунікацій, а також щодо фінансів, інвестиційної діяльності, кадрової політики.

Приймаючи рішення щодо ціни товарів підприємства на новому закордонному ринку, ТОВ «ТК КАРАТ» має враховувати рівень цін на цьому ринку, з тим, щоб комерційна пропозиція виробничого підприємства була вигідною для імпортерів. Це дозволить продукції підприємства бути конкурентоспроможною, а самому підприємству – отримати додаткову виручку від експорту. Натомість підприємству не слід забувати про тактичні дії, які мають бути спрямовані на усунення можливих втрат від зміни цін на транспортування, страхування або зміни валютного курсу. Підприємству рекомендується укладати угоди лише в надійній валюті (євро), а також вносити в договори пункт про можливий перегляд ціни в разі зміни вартості транспортування.

Основна мета цінової стратегії ТОВ «ТК КАРАТ» полягає в розробці такої системи цін, за якої підприємство отримає максимальний прибуток при мінімальних витратах з урахуванням умов ринкового середовища. Важливим є також досягнення запланованого обсягу продажів. В процесі реалізації цінової стратегії підприємство має приділити особливу увагу неціновим методам конкуренції: підвищенню якості продукції, надійності, поліпшення умов оплати, вдосконаленню методів збуту.

Зважаючи на те, що підприємство поки не володіє досвідом та ресурсами для створення спільних підприємств або прямого інвестування, в якості методу збуту продукції на закордонні ринки пропонується використовувати прямий експорт, за якого продукція ТОВ «ТК КАРАТ» відправляється імпортеру (або кінцевому споживачеві – виробничому підприємству), а той вже використовує її для власних потреб (перепродажу або у своєму виробництві). Підтримка збуту має здійснюватись шляхом розвитку, навчання та заохочення власного збутового персоналу, а також шляхом створення представництв компаній у тих регіонах, які є привабливими з точки зору розширення географії експорту.

Важливу роль у підтримці маркетингової стратегії розвитку ринку відіграють комунікаційні інструменти. Орієнтуючись на накопичений досвід виробничого підприємства в сфері виходу на закордонні ринки, та надбання фахівців з міжнародного маркетингу, можна запропонувати такі

заходи міжнародного маркетингу, націлені на підтримку експортного розширення ТОВ «ТК КАРАТ»:

приймання участі в міжнародних тематичних виставках в Німеччині;

замовлення рекламного просування в Google (контекстної реклами);

проведення BTL-акцій з метою розповсюдження зразків продукції ТОВ «ТК КАРАТ» основних імпортерам електротехнічної продукції в Німеччині.

ТОВ «ТК КАРАТ» в проектному році може прийняти участь у міжнародній виставці «Belektro» (м. Берлін, Німеччина), де збираються виробники та покупці електротехнічної продукції не лише із Німеччини, але й із всього світу.

Експоненти виставки мають чудову можливість зустріти ділових партнерів, обмінятися досвідом, познайомитися з новими технологіями у виробництві електротехнічної продукції. Виставку відвідують понад 14 000 відвідувачів з Берліна, Бранденбурга і північного сходу Німеччини. Серед них: електрики і інженери-електрики, спеціалізовані оптові продавці, асоціації та установи-планувальники, інженери, архітектори, житлові асоціації та фірми-імпортери. Серед цільових груп товарів виставки присутні електротехніка та електроніка: компоненти і вузли, електромонтаж та системотехніка, кабелі та кабельні збірки, технології підключення. Площа виставки складає понад 24 тис. кв. м. і традиційно збирає понад 250 компаній із різних країн світу.

Кошторис витрат на участь ТОВ «ТК КАРАТ» в міжнародній виставці «Belektro» (м. Берлін, Німеччина) наведений у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Кошторис витрат на участь ТОВ «ТК КАРАТ» в міжнародній виставці «Belektro» (м. Берлін, Німеччина) в прогнозованому році

Статті витрат	Розрахунок	Сума, грн.
Організаційний внесок	225 євро * 27.652072	6222
Оренда виставкового стенду	174 євро * 12 м ² * 27.652072	57738
Участь в бізнес-каталозі виставки	72 євро * 27.652072	1991
Витрати на зразки продукції	x	5000
Рекламно-інформаційні витрати	500 буклетів * 2,80 грн. 5 плакатів * 900 грн.	5900
Витрати на відрядження	80 євро * 3 дні * 3 осіб * 27.652072	19910
Всього:		96761

Джерело: побудовано побудовано автором за даними [17]

Як можна побачити, участь у міжнародній виставці «Belektro» (м. Берлін, Німеччина) вимагатиме від виробничого підприємства витрат у розмірі 96,761 тис. грн. Основну частину витрат підприємства складатимуть витрати на оренду виставкового стенду – 57,738 тис. грн. та витрати на відрядження – 19,91 тис. грн.

Значну увагу в процесі участі у виставці «Belektro» слід приділити представленню товарів підприємства. Це зумовлює ряд рекомендацій з метою підвищення ефективності виставкової діяльності ТОВ «ТК КАРАТ». По-перше, слід представити зразки продукції підприємства так, щоб відвідувачі мали до них вільний доступ, могли особисто їх випробувати, перевірити технічні характеристики, оцінити якість.

По-друге, не варто перенасичувати стенд експонатами. Слід представляти товари ТОВ «ТК КАРАТ» за принципом «чим менше, тим краще». Увага відвідувачів в цьому випадку акцентується на зразках, які демонструють основні напрями діяльності компанії або товарні групи, а повний асортимент продукції ТОВ «ТК КАРАТ» можна представити в друкарських рекламних каталогах.

По-третє, обов'язково треба підписувати зразки продукції різними мовами (англійською, німецькою). Іноді навіть фахівцю буває складно поодиноці тільки зовнішньому вигляду визначити, в чому полягають основні відмінності і переваги продукту. Крім того, якщо всі співробітники виставкового стенду зайняті, табличка з описом технічних характеристик поряд з експонатом може зайняти відвідувача, поки хтось з персоналу не звільниться. Більш того, деяким відвідувачам комфортніше вивчати зміст супровідної таблички, чим поводитися з питанням до стендиста.

Важливою складовою підтримки просування ТОВ «ТК КАРАТ» та його продукції на ринок Німеччини є реклама в мережі Інтернет. Зважаючи на мовні бар'єри, фахівцям виробничого підприємства практично неможливо самостійно розробити вдалу рекламу та просунути її в німецькомовному Інтернеті, тому пропонується в якості медійного інструменту застосувати контекстну рекламу, яку замовляти в спеціалізованому агентстві CODEMATTER GmbH [12]. Стандартний пакет послуг фірми із організації

та підтримки німецькомовної рекламної кампанії в Інтернет (включаючи таргетинг) має такі характеристики:

до 1000 ключових слів;

розширена тематична кампанія;

два рекламні майданчики (Yahoo і Google);

налаштування ремаркетингу;

розгорнутий звіт після 1 тижня показів.

Вартість пакету складає 500 євро на місяць. Витрати на контекстну рекламу – від 500 євро на місяць. Витрати на рекламне просування експортного розширення наведені в табл. 2.8:

Таблиця 2.8

Витрати на рекламу ТОВ «ТК КАРАТ» в німецькомовному Інтернеті в
прогнозованому періоді

Статті витрат	Розрахунок	Сума (тис. грн.)
Організація та підтримка німецькомовної рекламної кампанії в Інтернет	500 євро x 12 міс. x 27.652072	165,912
Витрати на контекстну рекламу в Yahoo	150 євро x 12 міс. x 27.652072	49,774
Витрати на контекстну рекламу в Google	350 євро x 12 міс. x 27.652072	116,139
Всього:		331,825

Джерело: побудовано автором за даними [12]

Отже, витрати на рекламу ТОВ «ТК КАРАТ» в німецькомовному Інтернеті складуть 331,825 тис. грн.

Крім того важливим інструментом поширення інформації про підприємство та його продукцію є надання зразків зацікавленим компаніям.

Ними є як імпортери електротехнічної продукції, так і великі виробничі підприємства. Проте ТОВ «ТК КАРАТ» не слід самостійно здійснювати діяльність із розповсюдження зразків, оскільки це економічно недоцільно.

Пропонується передати ці функції на аутсорсинг німецькій компанії, яка отримуватиме зразки від ТОВ «ТК КАРАТ» та передаватиме їх представникам німецьких компаній. Окрім фіксованої плати за передачу зразків, німецька компанія отримуватиме бонус в разі залучення нового клієнта. Витрати на таку діяльність складатимуть 50 євро за кожен переданий зразок, й винагороду в 1000 євро в разі успішного заключення контракту. В прогнозованому році прогнозується передача 40 зразків продукції й виплата 2 винагород, відповідно витрати складуть (табл. 2.9):

Таблиця 2.9

Витрати ТОВ «ТК КАРАТ» на представлення зразків продукції німецьким компаніям в прогностному періоді

Статті витрат	Розрахунок	Сума (грн.)
Доставка зразків продукції транспортним перевізником із України до Німеччини	300 євро x 27.652072	8296
Витрати на передачу зразків німецьким потенційним клієнтам	40 євро x 50 од. x 27.652072	55304
Бонус за залучення нових клієнтів	1000 євро x 2 од. x 27.652072	55304
Всього:		118904

Джерело: розраховано автором

Отже, витрати ТОВ «ТК КАРАТ» на представлення зразків продукції німецьким компаніям в прогностному періоді складуть 118,904 тис. грн.

Також серед основних інструментів просування продукції ТОВ «ТК КАРАТ» на новому закордонному ринку можна відзначити:

електронні торгові майданчики (GlobalTrade, EC21, GlobalSources та ін.); віртуальні виставки Direct Industry. Деякі такі площадки підтримуються провідними галузевими ЗМІ та позначаються як «Buyer's Guide»; пошукові B2B-системи ((B2B-бази даних) Kompass або Europages), інформаційні портали і електронні галузеві ЗМІ; спеціалізовані соціальні мережі (Linkedin, Xing та ін.) власний веб-сайт.

Крім того виробничому підприємству в прогностному періоді необхідно розробити англomовну та німецькомовну версії сайту. Витрати на це узагальнені в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Витрати на розробку англomовної та німецькомовної версій сайту ТОВ «ТК КАРАТ» в прогностному періоді

Статті витрат	Сума (тис. грн.)
Переклад інформації на англійську мову	22,0
Переклад інформації на німецьку мову	26,0
Інтеграція нових мовних версій на сайт підприємства	30,0
Всього:	78,0

Джерело: розраховано автором

Важливим інструментом розширення експортних ринків збуту продукції виробничого підприємства виступає інформаційне забезпечення.

Удосконалення інформаційного забезпечення міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ» передбачає покращення інформаційного обслуговування спеціалістів, що здійснюють функції управління міжнародним маркетингом на виробничому підприємстві, шляхом надання достовірної, своєчасної та достатньої інформації для виконання ними функцій управління та прийняття маркетингових рішень.

Ефективність інформаційних комп'ютерних технологій безпосередньо пов'язана з організацією внутрішньої інформаційної бази. Розглянемо програмні продукти, що можуть бути використані з метою складання первинних документів та інтеграції даних в них, створення бази даних міжнародного маркетингу на ТОВ «ТК КАРАТ» (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Порівняльна характеристика програм, що можуть бути використані
ТОВ «ТК КАРАТ» для створення бази даних

Назва продукту	Вартість	Переваги	Недоліки
Workbench	безкоштовна	Наявність простого механізму по створенню зв'язків. Редактор SQL-запитів. Можливість представлення даних у графічному вигляді.	Складний інтерфейс. Відсутність відображення зв'язків між полями.
Navicat	199-379 дол. США	Наявність візуального конструктора запитів. Можливість імпорту, експорту, резервного копіювання даних. Створення звітів.	Відсутність функції створення та перегляду звітів.
Microsoft Access	безкоштовна	Простота освоєння. Можливість використання непрофесійним програмістом. Має потужні засоби підготовки звітів із БД різноманітних форматів.	Обмежені можливості по забезпеченню мультикористування.
DBTools Manager	69,90 дол. США	Управління базами даних, таблицями. Наявність майстра створення форм і звітів. Конструктор діаграм.	Обмеженість завдань. Ускладнений інтерфейс
MyDB Studio	безкоштовна	Можливість підключення до необмеженої кількості баз даних. Експорт баз даних у різні формати. Можливість переносу даних, резервного копіювання, відновлення бази даних тощо.	Відсутність графічних інструментів. Низький рівень підтримки розробниками.
HeidiSQL	безкоштовна	Можливість пакетної оптимізації та відновлення таблиць. Просте форматування даних. Синхронізація таблиць між різними базами даних.	Відсутність графічних інструментів. Обмеженість експорту даних лише в одну форму.

Джерело: побудовано автором за даними [23, с.28]

Важливо зазначити, що використання переважної більшості представлених у табл. 2.11 програм потребує високої ІТ-кваліфікації спеціалістів з

маркетингу, тому дуже важливим є поєднання корисності та функціональності бази даних з доступністю роботи з нею.

Враховуючи це програмним продуктом для створення бази даних на ТОВ «ТК КАРАТ» пропонується використати програму Microsoft Access. Із всіх аналізованих засобів розробки вона має, мабуть, найбагатший набір візуальних засобів. Програма інтегрована з Microsoft Office, отже представлення даних може поєднуватись із Microsoft Word або Microsoft Excel. Вся робота з базою даних здійснюється через контейнери бази даних. Звідси здійснюється доступ до всіх об'єктів, як-от: таблицям, запитам, формам, звітам, макросам, модулям.

2.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «ТК КАРАТ»

Ефективність запропонованих заходів із удосконалення управління системою міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ», що передбачає розширення експортних ринків збуту підприємства, залежить від того, чи будуть прогнозовані доходи підприємства перевищувати понесені витрати, і яким чином внаслідок цього зміняться результати діяльності виробничого підприємства.

Узагальнимо всі витрати на удосконалення системи міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ» (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Витрати на удосконалення системи міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ»

Статті витрат	Сума (тис. грн.)
1. Участь у міжнародній виставці «Belektro» (м. Берлін, Німеччина) В т.ч.:	96,761
Організаційний внесок	6,222
Оренда виставкового стенду	57,738
Участь в бізнес-каталозі виставки	1,991
Витрати на зразки продукції	5,000
2. Рекламно-інформаційні витрати	5,900
Витрати на відрядження	19,910
Рекламна підтримка в німецькомовному Інтернеті В т.ч.:	331,825
Організація та підтримка німецькомовної рекламної кампанії в	165,912

Інтернет	
Витрати на контекстну рекламу в Yahoo	49,774
Витрати на контекстну рекламу в Google	116,139
3. Передача зразків продукції на умовах аутсорсингу	118,904
4. Розробка англомовної та німецькомовної версій сайту	78,0
Всього:	625,49

Джерело: розраховано автором

Отже, загальні витрати на удосконалення комплексу заходів міжнародного маркетингу виробничого підприємства ТОВ «ТК КАРАТ» в прогнозному періоді складуть 625,49 тис. грн.

Далі розглянемо дохідну частину. Насамперед визначимо потенціал зростання імпорту кабельно-проводникової продукції в Німеччину. Для цього скористаємось даними останніх років, включаючи прогноз на 2019 рік. Далі методом екстраполяції на основі аналітичних показників рядів динаміки здійснимо короткостроковий прогноз.

Розрахуємо ланцюгові темпи зросту за формулою (2.1):

$$T_{зр} = \frac{y_n}{y_{n-1}}; \quad (2.1)$$

де $T_{зр}$ – темп зростання;

y_n – значення показника за поточний період;

y_{n-1} – значення показника за попередній період.

$$T_{зр}^{2015} = \frac{E_{2015}}{E_{2014}} = \frac{9608,8}{10392,4} = 0,9246;$$

$$T_{зр}^{2016} = \frac{E_{2016}}{E_{2015}} = \frac{9543,9}{9608,8} = 0,9932;$$

$$T_{зр}^{2017} = \frac{E_{2017}}{E_{2016}} = \frac{10731,6}{9543,9} = 1,1244;$$

$$T_{зр}^{2018} = \frac{E_{2018}}{E_{2017}} = \frac{11565,7}{10731,6} = 1,0777.$$

Середній темп зростання розраховується за формулою (2.2):

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{T_1 \cdot T_2 \cdot T_3 \cdot T_n}, \quad (2.2)$$

де $\bar{T}$ - середній темп зростання;

$T_1, T_2 \dots T_n$ – темпи значень 1, 2 ... n;

n – кількість років у досліджуваному періоді.

$$\bar{T} = \sqrt[5-1]{0,9246 \cdot 0,9932 \cdot 1,1244 \cdot 1,0777} = 1,027$$

Прогнозні показники для 2019-2020 років складуть:

$$y_{2019}^{\text{прогноз}} = y_n^{2018} \cdot \bar{T} = 11565,7 \cdot 1,027 = 11878,0 \text{ млн. дол. США.}$$

$$y_{2020}^{\text{прогноз}} = y_n^{2019} \cdot \bar{T} = 11878,0 \cdot 1,027 = 12198,7 \text{ млн. дол. США.}$$

Відповідно графічне відображення прогнозу імпорту кабельно-проводникової продукції в Німеччину наведено на рис.2.3.

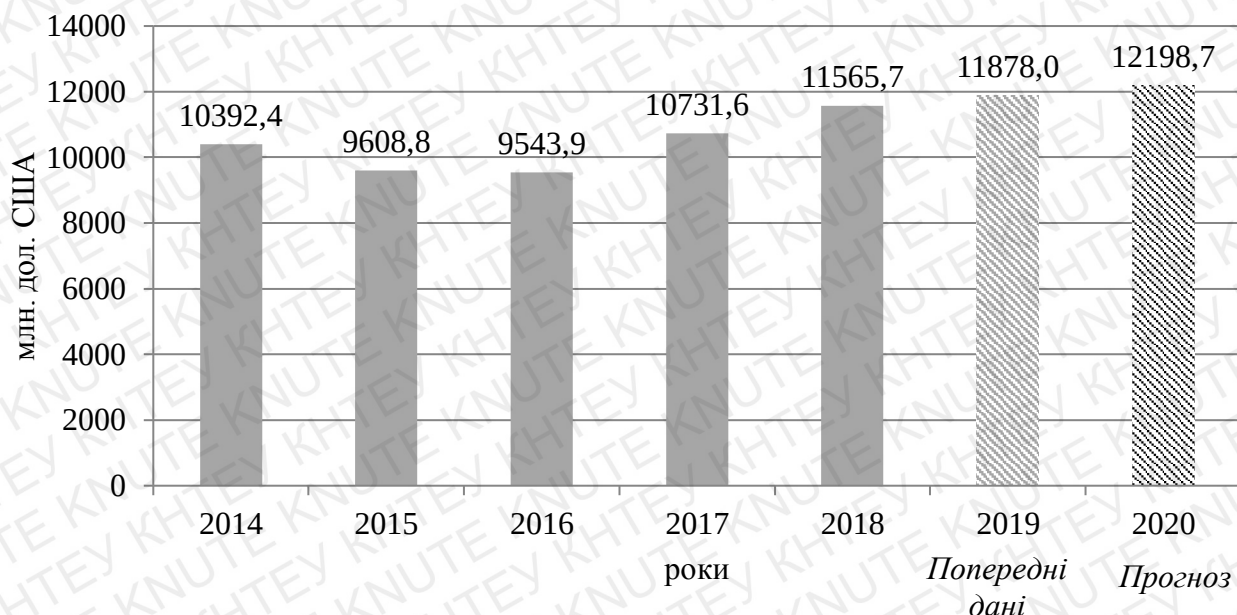


Рис.2.3. Прогнозування імпорту кабельно-проводникової продукції в Німеччину у 2020р.

Джерело: побудовано автором за даними [24]

Отже, можна побачити, що прогнозна динаміка імпорту кабельно-проводникової продукції в Німеччину вказує на зростання. Крім того врахуємо, що участь у міжнародній виставці за межами України в середньому (за розрахунками минулих років) приносить підприємству 2-4 нових оптових покупців, нехай за основу візьмемо нижню цифру та найбільш популярні види кабельно-проводникової продукції (кабель ВВГнг 5х240 та кабель АВВГнг 4х240).

Кожен покупець здійснює замовлення різного обсягу, але мінімальний обсяг замовлення складає 1 км. Припустимо, що обидва покупці здійснять мінімальне замовлення двох найбільш популярних видів продукції підприємства. Отже, обсяги продажу продукції новим покупцям складуть:

кабель ВВГнг 5х240 – 2 км.;

кабель АВВГнг 4х240 – 2 км.

Експортна ціна кабелю ВВГнг 5х240 складає 78229 дол. США за 1 км. Вартість виробництва та збуту цього виду продукції, складає 62605 дол. США за 1 км.

Експортна ціна кабелю АВВГнг 4х240 складає 8722 дол. США за 1 км. С Вартість виробництва та збуту цього виду продукції, складає 6952 дол. США за 1 км.

Чистий дохід від експорту складе:

$$(78229 \times 2 \times 24,844629) + (8722 \times 2 \times 24,844629) = 4320531 \text{ грн.}$$

Собівартість виготовлення експортної продукції складе:

$$(62505 \times 2 \times 24,844629) + (6952 \times 2 \times 24,844629) = 3451267 \text{ грн.}$$

Підприємство постачатиме продукцію на умовах EXW м. Київ. Вартість оформлення сертифікату походження СТ-1 складає 600 грн. Витрати на оформлення ВМД складають 2 години; ціна за годину складає 20 дол. США. Звідси:

$$20 \times 24,844629 = 497 \text{ грн.}$$

Таким чином, накладні витрати при експорті складають:

$$600 + 497 = 1097 \text{ грн.}$$

Загальний прибуток від експорту (за вирахуванням витрат на удосконалення комплексу заходів міжнародного маркетингу) складе:

$$4320531 - 3451267 - 1097 - 617194 = 250973 \text{ грн.}$$

Чистий прибуток від експорту складе:

$$250973 \times 0,82 = 205798 \text{ грн.}$$

Отже, в результаті експортного розширення на ринок Німеччини ТОВ «ТК КАРАТ» зможе отримати додатковий прибуток в сумі 251 тис. грн. та додатково отримати чистого прибутку в сумі 205,8 тис. грн. Розрахуємо прогнозні показники ефективності системи міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» на ринку Німеччини (табл. 2.13).

Як видно із табл.2.13, проведені розрахунки дали змогу встановити, що прогнозна ефективність маркетингових процесів ТОВ «ТК Карат» на ринку Німеччини складе в 2020 році 7,0, що вище середнього значення на підприємстві в 2018 році (6,01). Прогнозна рентабельність міжнародних маркетингових інвестицій складе 40,67%.

Прогнозні показники ефективності системи міжнародного маркетингу ТОВ
«ТК Карат» на ринку Німеччини в 2020р.

Показник	2020 рік (прогноз)
Приріст обсягу реалізації товарів та послуг, тис. грн.	4320,5
Витрати на міжнародний маркетинг, тис. грн.	617,2
Ефективність маркетингових процесів на ринку	7,0
Прибуток від зовнішньоекономічної діяльності до оподаткування, тис. грн.	251,0
Рентабельність міжнародних маркетингових інвестицій, %	40,67

Джерело: розраховано автором

Зведемо плановий ефект від запропонованих заходів удосконалення управління системою міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ» (рис.2.4).



Рис.2.4. Плановий ефект від запропонованих заходів удосконалення управління системою міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ»

Джерело: розраховано автором

Можна спостерігати, що запропоновані заходи удосконалення управління системою міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ» очікувано здійснюватимуть позитивний ефект на діяльність виробничого

підприємства, що свідчить про доцільність їх впровадження в прогностичному періоді.

Висновки до розділу 2

Можливості розширення збуту для ТОВ «ТК КАРАТ» включають орієнтацію на основні європейські країни, куди постачають електротехнічну продукцію вітчизняні підприємства. За допомогою дискретного підходу були відібрані країни, на які потенційно може виходити ТОВ «ТК КАРАТ» (Польща, Чехія, Німеччина, Молдова). На основі методу експертних оцінок було визначено, що з ряду обраних країн оптимальним ринком для вибору в якості нового цільового закордонного ринку ТОВ «ТК КАРАТ» є ринок Німеччини. Крім того коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін є найвищим на ринку Німеччини тому ТОВ «ТК КАРАТ» слід розглядати ринок Німеччини в якості нового цільового закордонного ринку.

Запропоновані такі заходи міжнародного маркетингу, націлені на підтримку експортного розширення ТОВ «ТК КАРАТ»: приймання участі в міжнародних тематичних виставках в Німеччині; замовлення рекламного просування в Google (контекстної реклами); проведення BTL-акцій з метою розповсюдження зразків продукції ТОВ «ТК КАРАТ» основних імпортерам електротехнічної продукції в Німеччині.

Розраховано, що витрати на удосконалення комплексу заходів міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ» в прогностичному періоді складуть 617,194 тис. грн. Чистий дохід від експорту складе 4320,531 тис. грн. В результаті експортного розширення на ринок Німеччини ТОВ «ТК КАРАТ» зможе отримати додатковий прибуток в сумі 252,1 тис. грн. та додатково отримати чистого прибутку в сумі 206,7 тис. грн. Це дає змогу стверджувати про доцільність та економічну обґрунтованість запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Обсяги фінансово-господарської діяльності ТОВ «ТК Карат» в 2014-2018 роках мали тенденцію до зростання, що узагальнилось в збільшенні обсягів

чистого доходу від реалізації продукції. Чистий прибуток на підприємстві приймав найвище значення за аналізований період в 2017 році, а в 2018 році дещо знизився. Розрахунки показників ліквідності свідчать про те, що загальна ліквідність ТОВ «ТК Карат» знаходиться в межах нормативних значень, проте існують ризики в оплаті термінових боргів. Підприємство є фінансово стійким, частка власного капіталу є переважаючою в структурі джерел фінансування активів. Протягом останніх років мало місце зниження ділової активності підприємства та погіршення показників рентабельності підприємства, що свідчить про зниження ефективності функціонування підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства реалізується в формі експорту, розміри якого в 2014-2018 роках зростали, основним чином завдяки збільшенню реалізації на зовнішні ринки кабелю різних марок. Цей вид продукції забезпечує понад 75% всіх надходжень від експортної діяльності. Основними країнами експорту для продукції ТОВ «ТК Карат» є Азербайджан й Грузія. Також продукція постачається в Литву та Латвію. Основними видами експортної продукції ТОВ «ТК Карат» в 2018 році на ринках Грузії, Литви та Азербайджану є кабель. Натомість в Латвію підприємство експортує провід та кабель приблизно однаковими частками. Азербайджан є єдиним імпортером електрощитового обладнання підприємства, основним ринком збуту світлотехнічних виробів, та провідним ринком збуту кабелю. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ТК Карат» протягом 2014-2018 років зростає. Здійснення експортної діяльності підприємством є доцільним і економічно обґрунтованим. Проте зазначимо, що незважаючи на зростання експорту, його частка в структурі реалізації підприємства протягом 2014-2017 років знижувалась – із 4,95% до 3,09%. Лише в 2018 році відбулось зростання частки експорту до 3,97%. Тобто, реалізація продукції на експорт не є пріоритетною для підприємства, хоча все ж формує певну частку виручки. На експорт підприємство поставляє чотири групи продукції, середня глибина асортименту продукції ТОВ «ТК Карат» становить 106 різновидів у рамках однієї товарної лінії. Всю продукцію на експорт підприємство постачає через торговельних посередників в країнах-імпортерах. Для

кабелю та проводів підприємство використовує метод формування ціни шляхом орієнтації на ринкові ціни, для світлотехнічних виробів метод «середні витрати плюс прибуток», а для електрощитового обладнання метод на основі орієнтації на попит. Середні ціни на основні товарні позиції ТОВ «ТК Карат» на закордонних ринках є суттєво вищими за ціну продажу їх на експорт підприємством, що створює передумови для розширення експортних ринків збуту продукції підприємства. В системі міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» використовує стимулювання збуту та особистий продаж. Встановлено, що комунікаційні можливості підприємства на зарубіжних ринках суттєво обмежує відсутність іншомовних версій сайту підприємства – інформація представлена лише російською мовою. Також недоліком міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «ТК Карат» вважаємо відсутність витрат на рекламу та участь в міжнародних виставкових заходах. Ефективність системи міжнародного маркетингу ТОВ «ТК Карат» в останні роки знижується, що відображається в зниженні ефективності витрат на міжнародний маркетинг та показника рентабельності міжнародних маркетингових інвестицій.

Можливості розширення збуту для ТОВ «ТК КАРАТ» включають орієнтацію на основні європейські країни, куди постачають електротехнічну продукцію вітчизняні підприємства. За допомогою дискретного підходу були відібрані країни, на які потенційно може виходити ТОВ «ТК КАРАТ» (Польща, Чехія, Німеччина, Молдова). На основі методу експертних оцінок було визначено, що з ряду обраних країн оптимальним ринком для вибору в якості нового цільового закордонного ринку ТОВ «ТК КАРАТ» є ринок Німеччини. Це забезпечене, зокрема, такими критеріями, що забезпечили лідируючу позицію: макроекономічне середовище, рівень економічної свободи, легкість ведення бізнесу, кількість населення, ВНД на душу населення й якість електропостачання. За всіма цими критеріями оціночний бал був найвищим. Крім того коефіцієнт співставності цін підприємства та середніх ринкових цін є найвищим на ринку Німеччини тому ТОВ «ТК КАРАТ» слід розглядати ринок Німеччини в якості нового цільового закордонного ринку.

Запропоновані такі заходи міжнародного маркетингу, націлені на підтримку експортного розширення ТОВ «ТК КАРАТ»: приймання участі в міжнародних тематичних виставках в Німеччині; замовлення рекламного просування в Google (контекстної реклами); проведення BTL-акцій з метою розповсюдження зразків продукції ТОВ «ТК КАРАТ» основним імпортерам електротехнічної продукції в Німеччині. Участь у міжнародній виставці «Belektro» (м. Берлін, Німеччина) вимагатиме від виробничого підприємства витрат у розмірі 96,761 тис. грн. Витрати на рекламу ТОВ «ТК КАРАТ» в німецькомовному Інтернеті складуть 331,825 тис. грн. Витрати ТОВ «ТК КАРАТ» на представлення зразків продукції німецьким компаніям в прогностному періоді складуть 118,904 тис. грн. Крім того виробничому підприємству в прогностному періоді необхідно розробити англomовну та німецькомовну версії сайту. Витрати на це складуть 78 тис. грн.

Розраховано, що загальні витрати на удосконалення комплексу заходів міжнародного маркетингу ТОВ «ТК КАРАТ» в прогностному періоді складуть 617,194 тис. грн. Методом екстраполяції визначений позитивний потенціал зростання імпорту кабельно-проводникової продукції в Німеччину. Прогнозне значення чистого доходу від експорту продукції підприємства в Німеччину складе 4320,531 тис. грн. В результаті експортного розширення на ринок Німеччини ТОВ «ТК КАРАТ» зможе отримати додатковий прибуток в сумі 252,1 тис. грн. та додатково отримати чистого прибутку в сумі 206,7 тис. грн. Встановлено, що прогнозна ефективність маркетингових процесів ТОВ «ТК Карат» на ринку Німеччини складе в 2020 році 7,0, що вище середнього значення на підприємстві в 2018 році (6,01). Рентабельність міжнародних маркетингових інвестицій складе 40,67%. Це дає змогу стверджувати про доцільність та економічну обґрунтованість запропонованих заходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Арманская О.В. Особенности развития рынка электротехнической продукции в условиях инновационной экономики / О.В. Арманская // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2010. – №1. [Електронний ресурс]. -

Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-rynka-elektrotehnicheskoy-produktsii-v-usloviyah-innovatsionnoy-ekonomiki>

Герасимьяк Н.В. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності маркетингових заходів промислового підприємства / Н.В. Герасимьяк // Економічний часопис-XXI. — 2012. — № 5-6. — С. 40-43.

Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Журнал Fortune. Издательство Time Inc. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://fortune.com/fortune500/general-electric/>

Как немцы зарабатывают сотни миллиардов на перфораторах и лампочках [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://deutsch-online.ru/dop_mat/articles/article_108

Кобелева Т. О. Електротехнічна область України: сучасний стан і перспективи розвитку / Т.О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут”. Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність проведення. - Харків: НТУ „ХПІ, 2016. - № 42. - с. 34 – 44.

Левченко Л.В. Мировой рынок электротехнической продукции: обзор современных тенденций / Левченко Л.В., Иванова Н.И., Алиева Л.И. // Экономические науки. - 2018. - №10 (167) - С.111-118 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ecsn.ru/articles/index/201810>

Лободзинська Т. П. Стан і проблеми виробництва інноваційної продукції підприємств електротехнічної галузі [Електронний ресурс] / Т. П. Лободзинська // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". - 2013. - № 10. - С. 151-160. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2013_10_27

Меленчук Ю. Т. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств / Ю. Т. Меленчук // Технологический аудит и резервы производства. - 2015. - № 1(6). - С. 18-21. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_1%286%29_5

Перерва П. Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції [Електронний ресурс] / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми

економіки та управління. - 2015. - № 815. - С. 118-125. - Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPP_2015_815_18

Рейтинг країн за індексом економічної свободи Heritage Foundation
[Електронний ресурс]. — Режим доступу :
<http://www.heritage.org/index/explore.aspx?view=byregion-country-year>

Рекламне агентство Codematter [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<https://www.codematter.de/ru/contact>

Тулеметова А. С. Сучасний стан електротехнічної промисловості
закордонних країн / А. С. Тулеметова, Н. Н. Сидикова [Електронний
ресурс].-Режим доступу:
http://www.rusnauka.com/8_DNI_2016/Economics/43557.doc.htm

Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг как инструмент
планирования / Р. А. Фатхутдинов // Производственный менеджмент :
Учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 4-е изд. – СПб : Питер, 2003. - 460 с.

Шимко О. В. Динаміка ринку електротехнічної продукції та перспективи
розвитку ринку до 2020 року [Електронний ресурс] / О. В. Шимко, Є. О.
Підгора // Вісник Приазовського державного технічного університету.
Серія : Економічні науки. - 2017. - Вип. 33. - С. 254-259. - Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2017_33_35

Arndt C., Buch, C. and Mattes, A. Disentangling barriers to internationalization.
// Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'Économique, 2012. –
№45(1), p.41-63.

Belektro: виставка [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<https://www.belektro.de/en/>

Budde-Sung A. The increasing internationalization of the international business
classroom: Cultural and generational considerations. // Business Horizons, 2011.
– №54(4), p.365-373.

Casillas J. C., and Acedo F. J. Speed in the internationalization process of the
firm. // International Journal of Management Reviews, 2013. – №15(1), 15-29.

Cavusgil S. T., and Cavusgil E. Reflections on international marketing:
destructive regeneration and multinational firms. // Journal of the Academy of
Marketing Science, 2012. – №40(2), p.202-217

DataBank. World Development Indicators [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://databank.worldbank.org/>

Doing Business 2018 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf

Filipescu D. A., Prashantham, S., Rialp, A., & Rialp, J. Technological innovation and exports: Unpacking their reciprocal causality. // Journal of International Marketing, 2013. – №21(1), p.23-38

International Trade Centre (ITC). Международный торговый центр (МТЦ) [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.trademap.org/>

Schneider Electric. Financial Results [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.schneider-electric.com/en/about-us/investor-relations/financial-results.jsp>

Siemens Annual Report 2018 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.siemens.com/investor/pool/en/investor_relations/Siemens_AR2018.pdf

Stoian M. C., Rialp, A., & Rialp, J. International marketing strategy and export performance in Spanish SMEs: A contingency approach. // International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 2012. – №15(2), p.213-236.

The Global Competitiveness Report 2017-2018. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>

The Worldwide Governance Indicators (WGI) [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/#reports>

World Economic Outlook (WEO): Cyclical Upswing, Structural Change. 2018. Wash.: IMF. – 282 p.

Додатки

Додаток А	Звіт про фінансові результати за 2014 рік. Баланс на 31 грудня 2014 року.
Додаток Б	Звіт про фінансові результати за 2015 рік Баланс на 31 грудня 2015 року
Додаток В	Звіт про фінансові результати за 2016 рік. Баланс на 31 грудня 2016 року.
Додаток Г	Звіт про фінансові результати за 2017 рік. Баланс на 31 грудня 2017 року.
Додаток Д	Звіт про фінансові результати за 2018 рік. Баланс на 31 грудня 2018 року.
Додаток Е	Матриці БКГ зарубіжних ринків ТОВ «ТК КАРАТ»
Додаток Ж	Зважена оцінка привабливості країни в якості цільового закордонного ринку для продукції ТОВ «ТК КАРАТ»

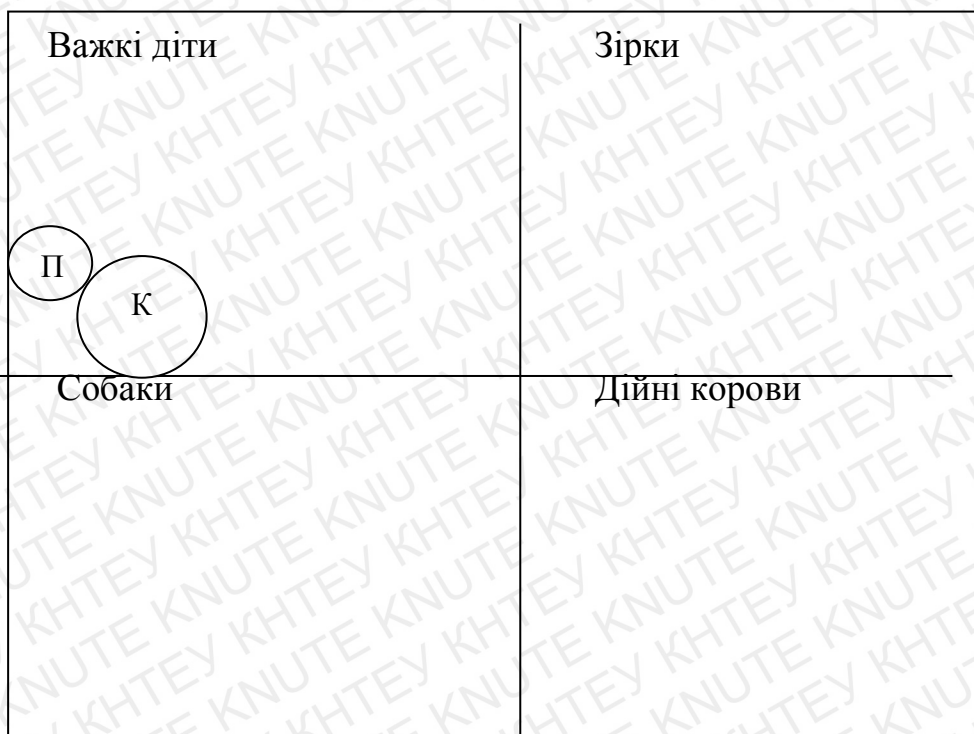
Додаток Е

Матриці БКГ зарубіжних ринків ТОВ ТК «Карат»

Грузія

Т
е
м
п
и
з
р
о
с
т
а
н
н
я
р
и
н
к
у

1



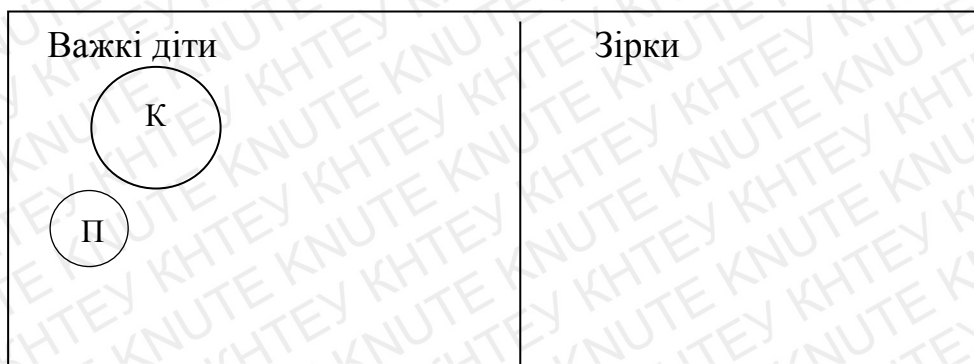
1

сна частка ринку

Латвія

Т
е
м
п
и
з
р
о
с
т

1



0

1

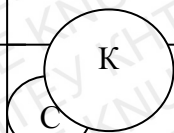
Литва

Т
е
м
п
и
з
р
о
с
т
а
н
н
я
р
и
н
к
у

1

Важкі діти

Зірки



Дійні корови

1

сна частка ринку

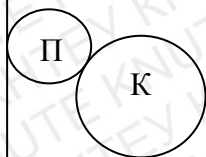
Азербайджан

Т
е
м
п
и
з
р
о
с
т
а
н
н
я
р
и
н
к
у

1

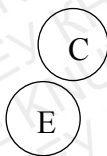
Важкі діти

Зірки



Собаки

Дійні корови



Відносна частка ринку

Прим.: К – кабель; П – провід; С – світлотехнічні вироби; Е – електрошитове
обладнання

Додаток Ж

Зважена оцінка привабливості країни в якості цільового закордонного
ринку для продукції ТОВ «ТК КАРАТ»

Критерій	Ваго вий коефі цієнт	Країна															
		Грузія		Литва		Латвія		Азерба йджан		Молд ова		Поль ща		Чехія		Німеч чина	
		бал	оцінка	бал	оцінка	бал	оцінка	бал	оцінка	бал	оцінка	бал	оцінка	бал	оцінка	бал	оцінка
Макроеко номічне середови ще	0,2	3	0, 6	4	0, 8	4	0, 8	2	0,4	1	0, 2	3	0, 6	5	1	5	1
Політичн а стабільні сть	0,1	1	0, 1	4	0, 4	4	0, 4	1	0,1	1	0, 1	4	0, 4	5	0, 5	5	0, 5
Рівень економіч ної свободи	0,15	5	0, 7 5	5	0, 7 5	4	0, 6	2	0,3	1	0, 1 5	3	0, 4 5	5	0, 7 5	5	0, 7 5
Легкість ведення бізнесу	0,15	5	0, 7 5	5	0, 7 5	4	0, 6	3	0,4 5	1	0, 1 5	2	0, 3	2	0, 3	3	0, 4 5
Кількість населенн я	0,1	1	0, 1	1	0, 1	1	0, 1	1	0,1	1	0, 1	3	0, 3	1	0, 1	5	0, 5
ВНД на душу населенн я	0,15	1	0, 1 5	2	0, 3	2	0, 3	1	0,1 5	1	0, 1 5	2	0, 3	2	0, 3	5	0, 7 5
Якість електроп остачання	0,15	2	0, 3	4	0, 6	3	0, 4 5	3	0,4 5	1	0, 1 5	3	0, 4 5	5	0, 7 5	5	0, 7 5
Загальна оцінка	1		2, 7 5		3, 7		3, 2 5		1,9 5		1		2, 8		3, 7		4, 7

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТК КАРАТ "
Територія	М.КИЇВ
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю
Вид економічної діяльності	Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням
Середня кількість працівників	94
Адреса, телефон	вулиця Багатовутівська, буд. 8/10, м. КИЇВ, М.КИЇВ обл., 01107

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

5319645

КОЛЦІ		
2015	1	1
8039100000		
240		
46.69		

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31122014 р.**

Форма №1 Кодза/КУД

1801001

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I.Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	40000	494000
первісна вартість	1001	88000	537000
накопичена амортизація	1002	48000	43000
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	
Основні засоби:	1010	1335000	2532000
первісна вартість	1011	3082000	4761000
знос	1012	1747000	2229000
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	
інші фінансові інвестиції	1035	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	0	
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	0	
Усього за розділом I	1095	1375000	3026000
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	25611000	35262000
Виробничі запаси	1101	223000	299000
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	0	
Товари	1104	25388000	34963000
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестрахування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	15228000	12691000
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	323000
з бюджетом	1135	323000	1000
у тому числі з податку на прибуток	1136	1000	1000
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	16646000	25736000
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	66000	140000
Готівка	1166	0	
Рахунки в банках	1167	66000	140000
Витрати майбутніх періодів	1170	4000	1000
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	

резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	846000	3951000
Усього за розділом II	1195	58724000	77782000
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	60099000	80808000

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21000	21000
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	36480000	48091000
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	36501000	48112000
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	0	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	3286000	3275000
Векселі видані	1605	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	
товари, роботи, послуги	1615	10425000	11425000
розрахунками з бюджетом	1620	101000	1161000
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	
розрахунками зі страхування	1625	83000	79000
розрахунками з оплати праці	1630	261000	423000
за одержаними авансами	1635	0	
за розрахунками з учасниками	1640	0	
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	0	
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	9442000	16333000
Усього за розділом III	1695	23598000	32696000
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	60099000	80808000

Керівник

Головний бухгалтер

Панченко Юрій Іванович

Слончак Наталія Петрівна

Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТК КАРАТ "

Територія

Подільський р-н

Організаційно-правова форма господарювання

Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності

Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням

Середня кількість працівників

115

Адреса, телефон

04080, КИЇВ, вулиця Кирилівська, 86

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

531-96-45

КОДИ		
2019	1	1
8038500000		
240		
46.69		

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31122018 р.**

Форма №1 КодзаДКУД		1801001	
АКТИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I.Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	240	143
первісна вартість	1001	591	599
накопичена амортизація	1002	351	456
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	
Основні засоби:	1010	6345	10410
первісна вартість	1011	12231	18965
знос	1012	5886	8555
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	0	
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	0	
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	0	
Усього за розділом I	1095	6585	10553
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	87245	88657
Виробничі запаси	1101	264	609
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	0	
Товари	1104	86981	88048
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестрахування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	58618	36517
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	
з бюджетом	1135	8	8
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	45119	56484
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	1184	1735
Готівка	1166	0	
Рахунки в банках	1167	1184	1735
Витрати майбутніх періодів	1170	0	66
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	

резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	1896	2895
Усього за розділом II	1195	194070	186362
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	200655	196915

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3615	3615
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	100290	118860
Неоплачений капітал	1425	(464)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	103441	122475
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	0	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1484	843
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	1484	843
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	21581	13671
Векселі видані	1605	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	1636
товари, роботи, послуги	1615	44386	25665
розрахунками з бюджетом	1620	1691	1054
у тому числі з податку на прибуток	1621	1527	920
розрахунками зі страхування	1625	55	31
розрахунками з оплати праці	1630	332	343
за одержаними авансами	1635	0	
за розрахунками з учасниками	1640	5	5
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	0	
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	27680	31192
Усього за розділом III	1695	95730	73597
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	200655	196915

Керівник

Панченко Юрій Іванович

Головний бухгалтер

Слончак Наталія Петрівна

Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТК КАРАТ "
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2015	1	1

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2014 р.

Форма №2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	231305000	213989000
Чисті зароблені страхові премії	2010		0

премії підписані, валова сума	2011		0
премії, передані у перестрахування	2012		0
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0
Собівартість реалізованої продукції (товарів,робіт, послуг)	2050	(182210000)	(181624000)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0
Валовий:			
прибуток	2090	49095000	32365000
збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0
Інші операційні доходи	2120		0
у тому числі:			
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		
Адміністративні витрати	2130	(19758000)	(14750000)
Витрати на збут	2150	(13869000)	(9112000)
Інші операційні витрати	2180	(1095000)	(629000)
в тому числі:			
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	14373000	7874000
збиток	2195	0	0
Доход від участі в капіталі	2200		0
Інші фінансові доходи	2220	65000	6000
Інші доходи	2240		0
в тому числі: дохід від благодійної допомоги	2241		0
Фінансові витрати	2250	0	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	0	(0)
Інші витрати	2270	0	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	14438000	7880000
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-2827000	-1822000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	11611000	6058000
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0
Накопичені курсові різниці	2410		0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0
Інший сукупний дохід	2445		0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	11611000	6058000

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1028000	747000
Витрати на оплату праці	2505	6187000	4288000
Відрахування на соціальні заходи	2510	1810000	1533000
Амортизація	2515	539000	549000
Інші операційні витрати	2520	23858000	16581000
Разом	2550	33422000	23698000

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Керівник

(підпис)

Панченко Юрій Іванович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Слончак Наталія Петрівна

(ініціали, прізвище)

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ " ТК КАРАТ "**
Територія **Подільський р-н**
Організаційно-правова форма господарювання **Товариство з обмеженою відповідальністю**
Вид економічної діяльності **Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням**
Середня кількість працівників **98**
Адреса, телефон **04080, м. Київ, ВУЛИЦЯ КИРИЛІВСЬКА, будинок 86**

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

КОДЦІ		
2016	1	1
8038500000		
240		
46.69		

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

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

5319645

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31122015 р.**

Форма №1 КодзаДКУД

1801001

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I.Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	494000	391000
первісна вартість	1001	537000	528000
накопичена амортизація	1002	43000	137000
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	
Основні засоби:	1010	2532000	2541000
первісна вартість	1011	4761000	5361000
знос	1012	2229000	2820000
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	0	
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1035	0	
інші фінансові інвестиції	1040	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1045	0	
Відстрочені податкові активи	1050	0	
Гудвіл	1060	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1065	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1090	0	
Інші необоротні активи	1095	3026000	2932000
Усього за розділом I			
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	35262000	57745000
Виробничі запаси	1101	299000	1348000
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	0	
Товари	1104	34963000	56397000
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестрахування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	12691000	24269000
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	1000
з бюджетом	1135	1000	364000
у тому числі з податку на прибуток	1136	1000	
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	25736000	31179000
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	140000	705000
Готівка	1166	0	
Рахунки в банках	1167	140000	705000
Витрати майбутніх періодів	1170	1000	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	

резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	3951000	852000
Усього за розділом II	1195	77782000	115114000
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	80808000	118046000

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21000	21000
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	48091000	65790000
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	48112000	65811000
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	0	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	3275000	3830000
Векселі видані	1605	0	
	1610	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	1615	11425000	31835000
розрахунками з бюджетом	1620	1161000	1161000
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	
розрахунками зі страхування	1625	79000	61000
розрахунками з оплати праці	1630	423000	188000
за одержаними авансами	1635	0	
за розрахунками з учасниками	1640	0	
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	0	
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	16333000	15160000
Усього за розділом III	1695	32696000	52235000
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	80808000	118046000

Керівник

Панченко Юрій Іванович

Головний бухгалтер

Слончак Наталія Петрівна

Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2015 р.

Форма №2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	313836000	231305000
Чисті зароблені страхові премії	2010		0
премії підписані, валова сума	2011		0
премії, передані у перестрахування	2012		0
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(251439000)	(182210000)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0
Валовий:			
прибуток	2090	62397000	49095000
збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0
Інші операційні доходи	2120		0
у тому числі:			
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0
Адміністративні витрати	2130	(11105000)	(19758000)
Витрати на збут	2150	(29719000)	(13869000)
Інші операційні витрати	2180	(21000)	(1095000)
в тому числі:			
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	21552000	14373000
збиток	2195	0	0
Доход від участі в капіталі	2200		0
Інші фінансові доходи	2220	41000	65000
Інші доходи	2240		0
в тому числі: дохід від благодійної допомоги	2241		0
Фінансові витрати	2250	0	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	0	(0)
Інші витрати	2270	0	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	21593000	14438000
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-3894000	-2827000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	17699000	11611000
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0
Накопичені курсові різниці	2410		0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0
Інший сукупний дохід	2445		0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	17699000	11611000

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1522000	1028000
Витрати на оплату праці	2505	5551000	6187000
Відрахування на соціальні заходи	2510	2067000	1810000
Амортизація	2515	1184000	539000
Інші операційні витрати	2520	30500000	23858000
Разом	2550	40824000	33422000

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Керівник

(підпис)

Панченко Юрій Іванович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Слоначак Наталія Петрівна

(ініціали, прізвище)

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТК КАРАТ "**
Територія **Подільський р-н**
Організаційно-правова форма господарювання **Товариство з обмеженою відповідальністю**
Вид економічної діяльності **Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням**
Середня кількість працівників **101**
Адреса, телефон **04080, м. Київ, ВУЛИЦЯ КИРИЛІВСЬКА, будинок 86**

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

КОД	1	1
2017	1	1
8038500000		
240		
46.69		

5319645

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31122016 р.**

Форма №1 Код за ДКУД

1801001

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	391	316
первісна вартість	1001	528	583
накопичена амортизація	1002	137	267
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	
Основні засоби:	1010	2541	4034
первісна вартість	1011	5361	8348
знос	1012	2820	4314
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	
інші фінансові інвестиції	1035	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	0	
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	0	
Усього за розділом I	1095	2932	4350
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	57745	67887
Виробничі запаси	1101	1348	217
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	0	
Товари	1104	56397	67670
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестрахування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	24269	40014
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	
з бюджетом	1135	364	2
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	31179	43658
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	705	2439
Готівка	1166	0	
Рахунки в банках	1167	705	2439
Витрати майбутніх періодів	1170	0	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	

резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	852	1527
Усього за розділом II	1195	115114	155527
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	118046	159877

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21	15
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	65790	80444
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	65811	80459
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	0	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	364
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	0	364
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	3830	9900
Векселі видані	1605	0	
	1610	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	1615	31835	49107
розрахунками з бюджетом	1620	1161	1401
у тому числі з податку на прибуток	1621	1161	911
розрахунками зі страхування	1625	61	
розрахунками з оплати праці	1630	188	219
за одержаними авансами	1635	0	
за розрахунками з учасниками	1640	0	5
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	0	
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	15160	18422
Усього за розділом III	1695	52235	79054
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	118046	159877

Керівник

Головний бухгалтер

Панченко Юрій Іванович

Слончак Наталія Петрівна

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТК КАРАТ"**

Територія Подільський р-н

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням

Середня кількість працівників 101

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого

Адреса, телефон 04080, м. Київ, ВУЛИЦЯ КИРИЛІВСЬКА, будинок 86

5319645

наводяться в гривнях з копійками)

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

КОД	1	1
2017	1	1
8038500000		
240		
46.69		

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31122016 р.**

Форма №1 Кодза/КУД

1801001

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I.Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	391	316
первісна вартість	1001	528	583
накопичена амортизація	1002	137	267
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	
Основні засоби:	1010	2541	4034
первісна вартість	1011	5361	8348
знос	1012	2820	4314
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	0	
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	0	
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	0	
Усього за розділом I	1095	2932	4350
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	57745	67887
Виробничі запаси	1101	1348	217
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	0	
Товари	1104	56397	67670
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестрахування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	24269	40014
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	
з бюджетом	1135	364	2
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	31179	43658
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	705	2439
Готівка	1166	0	
Рахунки в банках	1167	705	2439
Витрати майбутніх періодів	1170	0	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	

резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	852	1527
Усього за розділом II	1195	115114	155527
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	118046	159877

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21	15
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	65790	80444
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	65811	80459
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	0	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	364
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі:	1531	0	
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	0	364
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	3830	9900
Векселі видані	1605	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	
товари, роботи, послуги	1615	31835	49107
розрахунками з бюджетом	1620	1161	1401
у тому числі з податку на прибуток	1621	1161	911
розрахунками зі страхування	1625	61	
розрахунками з оплати праці	1630	188	219
за одержаними авансами	1635	0	
за розрахунками з учасниками	1640	0	5
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	0	
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	15160	18422
Усього за розділом III	1695	52235	79054
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	118046	159877

Керівник

Головний бухгалтер

Панченко Юрій Іванович

Слончак Наталія Петрівна

2017	1	1
------	---	---

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2016 р.**

Форма №2 Код за ДКУД

1801003**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	439271	313836
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	2010		0
<i>премії підписані, валова сума</i>	2011		0
<i>премії, передані у перестраховування</i>	2012		0
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013		0
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014		0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(384383)	(251439)
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	2070		0
Валовий:			
прибуток	2090	54888	62397
збиток	2095	0	0
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	2105		0
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	2110		0
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111		0
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112		0
Інші операційні доходи	2120	44	0
<i>у тому числі:</i>			
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2121		0
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122		0
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123		0
Адміністративні витрати	2130	(11598)	(11105)
Витрати на збут	2150	(22333)	(29719)
Інші операційні витрати	2180	(2173)	(21)
<i>в тому числі:</i>			
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2181		0
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182		0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	18828	21552
збиток	2195	0	0
Доход від участі в капіталі	2200		0
Інші фінансові доходи	2220	4	41
Інші доходи	2240		0
<i>в тому числі: дохід від благодійної допомоги</i>	2241		0
Фінансові витрати	2250	(947)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	0	(0)
Інші витрати	2270	0	(0)
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275		0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	17885	21593
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-3231	-3894
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	14654	17699
збиток	2355	0	0

П. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0
Накопичені курсові різниці	2410		0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0
Інший сукупний дохід	2445		0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	14654	17699

ПЕ ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2894	1522
Витрати на оплату праці	2505	6446	5551
Відрахування на соціальні заходи	2510	1308	2067
Амортизація	2515	1624	1184
Інші операційні витрати	2520	24868	30500
Разом	2550	37140	40824

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Керівник

(підпис)

Панченко Юрій Іванович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Слончак Наталія Петрівна

(ініціали, прізвище)

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТК КАРАТ"**
Територія **Подільський р-н**
Організаційно-правова форма господарювання **Товариство з обмеженою відповідальністю**
Вид економічної діяльності **Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням**
Середня кількість працівників **109**
Адреса, телефон **04080, КИЇВ, вулиця Кирилівська, 86** **531-96-45**

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

КОДИ		
2018	1	1
8038500000		
240		
46.69		

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2017 р.**

Форма №1 Код за ДКУД

1801001

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	316	240
первісна вартість	1001	583	591
накопичена амортизація	1002	267	351
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	
Основні засоби:	1010	4034	6345
первісна вартість	1011	8348	12231
знос	1012	4314	5886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	0	
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	0	
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	0	
Усього за розділом I	1095	4350	6585
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	67887	87245
Виробничі запаси	1101	217	264
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	0	
Товари	1104	67670	86981
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестрахування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	40014	58618
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	
з бюджетом	1135	2	8
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	43658	45119
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	2439	1184
Готівка	1166	0	
Рахунки в банках	1167	2439	1184
Витрати майбутніх періодів	1170	0	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	

резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	1527	1896
Усього за розділом II	1195	155527	194070
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	159877	200655

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	15	3615
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	80444	100290
Неоплачений капітал	1425	(0)	(464)
Вилучений капітал	1430	(0)	()
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	80459	103441
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	0	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	364	1484
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	364	1484
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	9900	21581
Векселі видані	1605	0	
	1610	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	1615	49107	44386
розрахунками з бюджетом	1620	1401	1691
у тому числі з податку на прибуток	1621	911	1527
розрахунками зі страхування	1625	0	55
розрахунками з оплати праці	1630	219	332
за одержаними авансами	1635	0	
за розрахунками з учасниками	1640	5	5
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	0	
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	18422	27680
Усього за розділом III	1695	79054	95730
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	159877	200655

Керівник

Панченко Юрій Іванович

Головний бухгалтер

Слончак Наталія Петрівна

Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

2018	1	1
------	---	---

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2017 р.**

Форма №2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	495499	439271
Чисті зароблені страхові премії	2010		
премії підписані, валова сума	2011		
премії, передані у перестрахування	2012		
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(438165)	(384383)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий:			
прибуток	2090	57334	54888
збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	304	44
у тому числі:			
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		
Адміністративні витрати	2130	(14339)	(11598)
Витрати на збут	2150	(16271)	(22333)
Інші операційні витрати	2180	(353)	(2173)
в тому числі:			
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	26675	18828
збиток	2195	0	0
Доход від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	10	4
Інші доходи	2240	359	
в тому числі: дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	(2764)	(947)
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	24280	17885
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-4434	-3231
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	19846	14654
збиток	2355	0	0

П. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	19846	14654

ПЕ ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2614	2894
Витрати на оплату праці	2505	8908	6446
Відрахування на соціальні заходи	2510	1808	1308
Амортизація	2515	1959	1624
Інші операційні витрати	2520	15718	24868
Разом	2550	31007	37140

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

(підпис)

Головний бухгалтер

Панченко Юрій Іванович

(ініціали, прізвище)

Слончак Наталія Петрівна

(ініціали, прізвище)

(підпис)