

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ПОСЕРЕДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ»
(на матеріалах ІП «I-AP-CI», м. Київ)

Студентки 2 курсу, 10м групи,
факультету _____
міжнародної торгівлі та права,
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
спеціалізації «Міжнародний бізнес»

Намчук Марії
Олексіївни

Науковий керівник
канд. економічних наук,
доцент кафедри світової економіки _____

Гринюк Наталія
Андріївна

Гарант освітньої програми
д-р економічних наук,
професор кафедри світової економіки _____

Калюжна Наталія
Геннадіївна

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ НА ПРИКЛАДІ ІП «І-АР-СІ»	5
1.1 Сутність та особливості посередницької діяльності у міжнародному бізнесі.....	5
1.2 Характеристика міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ»	11
Висновки до розділу 1	20
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ІП «І-АР-СІ».....	22
2.1 Аналіз кон'юнктури глобального ринку оптової торгівлі товарами побутової техніки та електроніки	22
2.2 Вибір приймаючої країни ІП «І-АР-СІ» у контексті вдосконалення міжнародної посередницької діяльності.....	29
Висновки до розділу 2	34
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІП «І-АР-СІ»	36
3.1. Розробка заходів для підвищення ефективності міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ».....	36
3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	41
Висновки до розділу 3	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ	58

ВСТУП

У сучасних умовах, коли у світі спостерігається велика кількість інтеграційних процесів, послуги посередників стають дедалі актуальнішими та необхідними. Однією з причин цього є те, що процес успішного продажу товару в умовах конкуренції стає все більш складним і включає безліч складових: асортимент і якість товару, його ціну, рекламу, постійну наявність у торговельних центрах та ін. Часто виробник тієї чи іншої продукції намагається бути представленим на ринках не лише на ринку однієї країни, а й всього світу. Тому зростає і роль посередників, які беруть на себе цю відповідальність. Дедалі більше компаній-виробників вдаються до послуг посередників під час продажу своєї продукції.

Актуальність теми дослідження посередництва як соціально-економічного феномену обумовлена винятковою поширеністю даного явища в практиці суспільства та невисокою вивченістю її у науковій літературі. Тому слід розглянути посередництво у міжнародному бізнесі як багатоаспектний соціально-економічний феномен.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ефективності посередницької діяльності у міжнародному бізнесі знайшли відображення у працях таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як Т.С. Рожкова, В.В. Апопій, Я.І. Функ, С.В. Ніколюкін, Г.Ф. Шершеневич, А.Б. Борисов, О.М. Вінник, С.М. Пермінов, Д. Папа, Л. Еліот та ін. Проте, незважаючи на значні наукові дослідження названих учених проблема посередництва висвітлена не в повній мірі, отже потребує подальших досліджень.

Метою дослідження є розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності ІП «І-АР-СІ» на основі аналізу теорії організації посередництва у міжнародному бізнесі та оцінки практичної діяльності компанії.

Відповідно до мети було сформовано такі завдання:

- визначення сутності посередництва у міжнародному бізнесі, його роль та функції;
- встановлення основних видів торгових посередників на світовому ринку;
- виявлення особливостей розвитку гуртової торгівлі на сучасному етапі;
- надання фінансово-економічної характеристики ІП «І-АР-СІ»;
- встановлення перспектив розвитку ІП «І-АР-СІ».

Об'єкт дослідження – процес розвитку посередництва у міжнародному бізнесі.

Предметом дослідження процес удосконалення міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ».

Запропоновано методи підвищення ефективності міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» за рахунок виходу компанії на новий зовнішній ринок та вдосконалення стратегії розвитку бізнесу на ньому. З урахуванням запропонованої структури здійснено оцінку конкурентного потенціалу міжнародної діяльності підприємства ІП «І-АР-СІ» та обґрунтовано необхідність вдосконалення її операційної складової.

Наукова новизна одержаних результатів проведеного дослідження полягає у розробці й економічному обґрунтуванні пропозицій щодо розширення ринків збуту та ефективності використання ресурсів підприємства.

Розроблені рекомендації можуть бути використані в операційній діяльності компанії, зокрема для покращення міжнародної діяльності та співпраці з міжнародними партнерами та допоможуть закріпити позиції на зарубіжних ринках.

Загальний обсяг кваліфікаційної роботи – 50 сторінок. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків; містить 18 таблиць, 7 рисунків, додатки. Список використаної літератури налічує 50 джерел.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ НА ПРИКЛАДІ ІП «І-АР-СІ»

1.1 Сутність та особливості посередницької діяльності у міжнародному бізнесі

Під посередницькими операціями розуміють ті, що пов'язані з купівлею-продажем товарів, виконуються за дорученням експортера-виробника незалежним від нього торговельним посередником на основі укладеної між ними угоди. Торговельне посередництво може включати послуги з пошуку закордонного контрагента, підготовки та здійснення угоди, кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів при транспортуванні, митне оформлення вантажу, проведення рекламних та інших заходів щодо просування товарів на іноземні ринки, здійснення технічного обслуговування та ін.

Торговельний посередник несе певні витрати при здійсненні своєї діяльності, основними з яких є:

- заробітна плата управлінського персоналу та працівників сервісних служб;
- амортизаційні відрахування на будівлі, спорудження, канцелярське устаткування, машини;
- витрати на підтримку будівель, споруджень, на зв'язок, рекламу, представницькі витрати;
- митні та транспортно-експедиторські витрати;
- витрати на підтримку субагентської мережі;
- податки та збори[42].

В умовах товарного ринку посередники – це суб'єкти незалежного і специфічного бізнесу, які здійснюють свою торговельну діяльність на основі наступних принципів:

- тотожність сторін (рівноправні партнерські взаємовідносини посередника з виробниками та споживачами продукції);

- підприємливість (зацікавленість у реалізації резервів);
- оперативність (своєчасність виконання завдань постачально-збутової діяльності);
- обслуговування контрагентів (діяльність з надання послуг іншим агентам);
- комерціалізація (активність, що стосується прибутків);
- договірні взаємовідносини [43].

Залежно від функцій, виконуваних посередниками, можна вирізнити такі види торговельно-посередницької діяльності:

- торговельно-посередницька діяльність із перепродажу товарів;
- торговельно-посередницька діяльність зі створення умов для здійснення актів купівлі-продажу, організації товарообігу [44].

Посередників у зовнішній торгівлі можна класифікувати залежно від обсягу наданих їм повноважень та від їх місця на ринку. Права та обов'язки посередників визначаються в контрактах з їхніми умовами. Таким чином, основна умова, яка лежить в основі поділу подібних контрактів на типи, полягає в наступному: чи має посередник право підписувати операції з третіми особами, чиїм коштом і від імені кого він може це зробити.

Тому посередників можна поділити на чотири основні групи:

- I. посередники, які не мають права укласти угоду з третіми сторонами (агенти-представники, брокери);
- II. посередники, які підписують операції з третіми особами від свого імені, але коштом довірителя (комісіонери, одержувачі);
- III. посередники, що підписують операції з третіми особами від імені та коштом довірителя (агенти-мандати, торгові агенти);
- IV. посередники, що підписують операції з третіми сторонами від свого імені та власним коштом (продавці, дистриб'ютори, дилери).

I. Агенти–представники

Агент-представник захищає інтереси лише довірителя згідно з узгодженою номенклатурою товарів. Він не отримує ліцензію на підписання будь-яких контрактів на товари від свого імені. На роль агентів-представників залучаються солідні фірми або фізичні особи, що займають досить високе становище в ділових колах. Якщо за допомогою такого агента можна укласти договір – йому виплачується компенсація у розмірі 2-5%. При великих сумах операцій цієї суми буде достатньо, і вона перевищить реальні витрати агента. Однак довіритель у майбутньому вже може мати операції з цим покупцем без участі агента-представника.

II. Брокери

Брокери – це особи, які здійснюють операції з продажу та придбання товару, але юридично не виступають ні як продавець, ні як покупець. Їх завдання – знайти покупця для продавця, а продавця для покупця та сприяти підписанню договору між ними. Доречним прикладом є брокери в Англії, що займаються торгівлею деревиною, адже майже всі операції з торгівлі деревиною в цій країні здійснюються через посередників. Брокери торгують, як правило, великими партіями та мають значні витрати, тому ставки на їх послуги не такі високі. Великі брокерські компанії співпрацюють з банками в кредитуванні покупця, іноді виступають в ролі кредиторів, а також можуть взяти на себе гарантію для покупця, що відповідно, підвищує ставку комісії.

III. Комісійні агенти

Сторонами в комісійних операціях є консигнант та комісіонер. Консигнант своїм коштом доручає комісіонеру здійснити операцію купівлі-продажу. Для третього контрагента комісіонером буде сторона договору купівлі-продажу, а саме – продавець. [14]

Розмір комісії повинен компенсувати витрати комісіонера на здійснення торгових операцій і забезпечити йому прибуток. Звичайний розмір комісійних (при суто комісійних операціях у світовій практиці) – 1,5-3,5% від угоди.[12]

IV. Дистриб'ютори

Дистриб'ютори займаються продажем товарів від свого імені та своїм коштом. Вони несуть усі ризики, пов'язані з пошкодженням або втратою товару, а також з неплатоспроможністю покупців.

Агентська угода з дистриб'ютором, як правило, складається на тривалий термін (2-5 років) з подальшим продовженням за угодою сторін. Такі угоди, в основному, складаються з продажу технічних, сировинних та споживчих товарів.[13]

Митне оформлення товарів, яке здійснюється дистриб'юторами, здійснюється при експорті чи імпорті залежно від умов договору купівлі-продажу.

На сьогодні у розвинених країнах залучення міжнародних посередників у бізнесі має тенденцію сталого зростання. Так, за підрахунками експертів, у США функціонують близько 20 типів посередницьких структур, а з урахуванням товарної спеціалізації їх кількість перевищує кілька тисяч. При цьому в США на незалежних посередників припадає 52% загального обсягу продажу продукції, тоді як частку гуртових філій промислових компаній – лише 40%. У Японії діють понад 120 000 посередницьких структур, частка яких припадає майже на 60% обсягу продажів продукції виробничо-технічного призначення. [25]

Значення посередницьких компаній у сучасній міжнародній торгівлі важко переоцінити. Посередники, від імені гуртових і роздрібних підприємств, є найважливішим механізмом збуту на глобальному ринку. Багаторічний досвід закордонних компаній доводить, що кінцевий ефект від використання посередників є значно вищим, ніж виробництво власної збутової мережі. Особливо вагомою є роль посередників у продажу товарів масового попиту за кордоном, оскільки в цьому випадку близькість до споживачів і швидкість пристосування до потреб, що змінюються, набуває найбільшого значення. Як приклад можна навести збутові структури найбільших транснаціональних корпорацій – General Motors, Mitsubishi, Nestlé, IBM, які здійснюють збут своїх товарів через величезну мережу посередницьких компаній у всьому світі.

Великі компанії використовують посередників переважно для діяльності на важкодоступних ринках і за умови реалізації другорядних видів продукції. Своєю чергою, малий та середній бізнес часто не може обійтися без посередників за всіма напрямками своєї діяльності, що пов'язано з нестачею внутрішніх матеріальних, трудових та інформаційних ресурсів. При цьому у деяких сферах міжнародного бізнесу посередники вже стали незамінним елементом: наприклад, у біржовій торгівлі та за участю в міжнародних тендерах компанії не обійтися без використання посередницьких структур.[23]

Торговельно-посередницька діяльність у нашій країні розвивається досить суперечливо через роздрібненість і віддаленість постачальників та покупців, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, ускладнення комерційних операцій, низький професійний рівень посередників, неудоконаленість нормативної бази. В той час коли у таких країнах, як Великобританія, США, Японія, Німеччина, Швеція на частку посередників приходить до половини обороту товарів та послуг.

Варто зазначити, що існує невизначеність в оцінці явища посередництва, його участі в економічному житті суспільства. Проте, аналізуючи роль посередництва, годі було абстрагуватися від негативних прикладів. Навпаки, необхідно розглянути посередництво як складне, неоднозначне і багатоаспектне явище сучасного бізнесу.

Здатність «з'єднувати» економічних суб'єктів і становить цей специфічний продукт, постачальником якого є посередники. Ця роз'єднаність суб'єктів ринку може бути як тимчасовою, так і просторовою, що особливо актуально у середовищі міжнародного бізнесу.

У сучасних умовах, коли споживач досить розбірливий, а конкуренція висока, зробити продукт – ще не означає успішно продати його. У таких умовах і з'являються посередники, які займаються просуванням та збутом товару. У міжнародному бізнесі культурні відмінності країн світу спричиняють додаткові труднощі щодо реалізації товарів. Тому в міжнародному бізнесі починає виявлятися величезна кількість додаткових факторів, що впливають на успішність продажів: від практики ведення

ділових переговорів до ставлення споживачів до кольору упакування та споконвічних труднощів перекладу.[41]

Посередники гарантують підвищення ліквідності: наприклад, можливість швидкого отримання необхідних коштів реалізується завдяки фінансовим посередникам, а наявність необхідних товарів над ринком забезпечують торгові посередники. Це пояснює об'єктивну необхідність існування посередницьких структур, але також задає необхідні якості, якими повинні мати послуги посередників для того, щоб бути справді потрібними ринку.[21]

Головною цінністю залучення посередників є підвищення економічної доцільності та ефективності окремих операцій, отже, посередники повинні надавати економічним суб'єктам можливість досягти максимальної вигоди. Можна навести конкретні фактори, які дають посередникам можливість підвищувати ефективність бізнесу своїх клієнтів. По-перше, посередники отримують вигоду для себе і своїх клієнтів за допомогою економії на масштабі. Через них проходять операції не однієї, а декількох компаній-клієнтів одночасно, що дозволяє здійснювати масштабні угоди та домагатися більших знижок та економії на витратах. Наприклад, спрямовуючи клієнтів на бізнес-конференцію за кордон, міжнародне PR-агентство має можливість отримати квитки на участь у заході та номери у готелі за зниженими цінами, які є недоступними для індивідуальних покупців.[26]

По-друге, посередники нерідко займаються спеціалізованою діяльністю, яка полягає в обробці великої кількості стандартних операцій. У міжнародному бізнесі нерідко зустрічаються ситуації, для успішного врегулювання яких потрібні специфічні знання. Приклади такого роду можуть бути пов'язані як з міжнародними адміністративними бар'єрами, так і з діловою практикою ведення бізнесу за кордоном. Так, оформлення віз для ділових поїздок в такі країни, як, наприклад, США та Канада, пов'язане з рядом труднощів, основною з яких є необхідність заповнення об'ємної форми англійською мовою. Для вирішення таких проблем існує велика кількість компаній, які спеціалізуються на оформленні віз та підготовка документів для

посольства. Загалом саме досконале знання посередниками теорії та світової практики ведення певних операцій робить їх невід'ємними учасниками міжнародних ділових відносин.

Ефективність японських, корейських і гонконзьких торгових компаній базувалася саме на об'ємі їх знань про товарні ринки. Надзвичайно вагома роль посередників в умовах, коли компанія вперше виходить зі своїм товаром за кордон або починає продаж нового товару на зовнішньому ринку. Ризики ведення закордонного бізнесу в рази перевищують звичайні бізнес-ризики, і в першу чергу це пов'язано з незрівнянно великою кількістю інформації, без знання якої продаж товару в іншій країні ніколи не зможе досягти бажаного рівня. [22]

Посередницькі компанії повинні прагнути стати більш інноваційними, а отже, слідом за власним розвитком посередники розвивають своїх клієнтів, зокрема й світову економіку загалом. [27]

Безперечно, у використанні посередників є певні недоліки. Залучення третьої сторони несе в собі втрату контролю над ситуацією та втрачену вигоду від безпосереднього контакту з продавцем. Головним недоліком ведення бізнесу через посередника, на загальну думку, є завищення ціни. Однак, зі скасуванням посередництва ціни можуть злетіти ще вище через зниження ефективності торгових операцій та розвитку тіньового ринку. Зрештою, звернення суб'єктів ринку до посередників має добровільний характер, а значить, факт використання їхніх послуг підтверджує суспільну корисність цього виду торговельної діяльності. Звичайно, поки що в нашій країні ще широко поширені компанії, які підвищують ціну на товар виробника, видаючи його за власний. Посередницькі компанії прагнуть стати більш інноваційними, а отже, слідом за власним розвитком посередники розвивають своїх клієнтів, зокрема й світову економіку загалом.

1.2 Характеристика міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ»

«I-AP-CI» – професійний дистриб'ютор міжнародного рівня. Міжнародний холдинг «I-AP-CI» зареєстровано в Австрії. В Україні «I-AP-CI» – відомий дистриб'ютор з 1995 року. Станом на 2020 р. сума виторгу холдингу становить 13,4 млрд грн, а прибуток – 11 млн грн. [36]

Розглянемо товарну структуру посередницької діяльності ІП «I-AP-CI», яку представлено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Товарна структура посередницької діяльності ІП «I-AP-CI»
за 2016-2020 рр., тис. грн.**

Група товарів	2016	2017		2018		2019		2020	
	Фактично	Фактично	Темп росту, %	Фактично	Темп росту, %	Фактично	Темп росту, %	Фактично	Темп росту, %
Споживча комп'ютерна техніка	965013,28	2321096,1	240,5	3176794,5	136,9	4318284,2	135,9	4697359,5	108,8
Комп'ютерна техніка та ПО	827154,24	2155303,5	260,6	3685081,6	171,0	3048200,6	82,7	3489467	114,5
Побутові товари	1102872,32	2569785	233,0	3685081,6	143,4	3810250,8	103,4	4428938,9	116,2
Товари для дітей та підлітків	551436,16	1243444,4	225,5	2160220,3	173,7	1524100,3	70,6	805261,62	52,8
Загалом	3446476	8289629	240,5	12707178	153,3	12700836	100,0	13421027	105,67

Джерело: складено автором на основі матеріалів компанії «I-AP-CI»

Аналізуючи товарну структуру дистрибуції «I-AP-CI» за 2016-2020 рр., можемо зробити висновок, що компанія має чотири основні товарні напрями: споживча комп'ютерна техніка, комп'ютерна техніка та програмне забезпечення окремо чи в складі рішень масштабу підприємств, побутова техніка, товари для дітей та підлітків.

Слід також зазначити, що впродовж останніх п'яти років у товарній структурі компанії (рис.1.1) переважає споживча комп'ютерна техніка, найменшу частку займають товари для дітей та підлітків. Проте карантин завдав значного впливу на попит. Деякі категорії товару суттєво змінили свої показники виторгу. Найкраще це

ілюструє надвеликий початковий попит на мережеве обладнання, ноутбуки та комп'ютери, монітори, планшети, вебкамери та кабельний гамуз – усе, що потрібно для «дистанційного» життя. Попит навесні та влітку 2020-го був великим настільки, що створив дефіцит. І цей дефіцит світового масштабу триває досі. На деякі категорії товарів, наприклад ноутбуки, він триватиме й у 2022 році, а на УФ-дезінфектори з їхнім початковим вибуховим попитом поточний попит майже зник. Постачання комп'ютерних ігор на дисках для консолей порівняно з 2018 роком зросло у понад чотири рази.



*Рис.1.1 Товарна структура посередницької діяльності
ПІ «І-АР-СІ» за 2016-2020 р., %*

На рис 1.1 можемо спостерігати негативну тенденцію частки товарів для дітей та підлітків у товарній структурі підприємства, що говорить про переорієнтацію дистрибуції компанії та зосередженні на трьох основних напрямках – споживча комп'ютерна техніка, комп'ютерна техніка та ПО і побутова техніка.

Холдинг «І-АР-СІ» має дистриб'юторський бізнес, який зростає, у багатьох інших країнах, з офісами та колективами співробітників зокрема в Австрії, Азербайджані, Білорусі, Вірменії, Грузії, Казахстані, Молдові, Україні, Узбекистані.

Географічну структуру посередницької діяльності ПІ «І-АР-СІ» розглянуто в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Географічна структура посередницької діяльності ПІ «І-АР-СІ»

за 2016-2020 р., тис. грн.

Країна	2016	2017		2018		2019		2020	
	Фактично	Фактично	Абсолютне відхилення	Фактично	Абсолютне відхилення	Фактично	Абсолютне відхилення	Фактично	Абсолютне відхилення
Азербайджан	241253,32	580274,03	339020,71	1016574,2	436300,2	889058,52	-127515,7	671051,35	-218007,2
Вірменія	275718,08	663170,32	387452,24	1143646	480475,7	1016066,9	-127579,1	805261,62	-210805,3
Білорусь	551436,16	1409236,9	857800,77	1906076,7	496839,8	1143075,2	-763001,5	1610523,2	467448
Грузія	413577,12	994755,48	581178,36	1779004,9	784249,4	1397092	-381913	2281574,6	884482,63
Казахстан	310182,84	1077651,8	767468,93	1397789,6	320137,8	1524100,3	126310,74	1207892,4	-316207,9
Молдова	448041,88	1160548,1	712506,18	1524861,4	364313,3	1778117	253255,68	1073682,2	-704434,9
Узбекистан	275718,08	746066,61	470348,53	1016574,2	270507,6	1397092	380517,72	939471,89	-457620,1
Україна	930548,52	1657925,8	727377,28	2922650,9	1264725	3556234,1	633583,14	4831569,7	1275335,6
Загалом	3446476	8289629	4843153	12707178	4417549	12700836	-6342	13421027	720191

Джерело: складено автором на основі матеріалів компанії «I-AP-CI»

З огляду на результати аналізу географічної структури діяльності ПП «I-AP-CI» (рис 1.2), можемо зробити висновок, що підприємство веде посередницьку діяльність переважно на території України, Грузії та Білорусі.

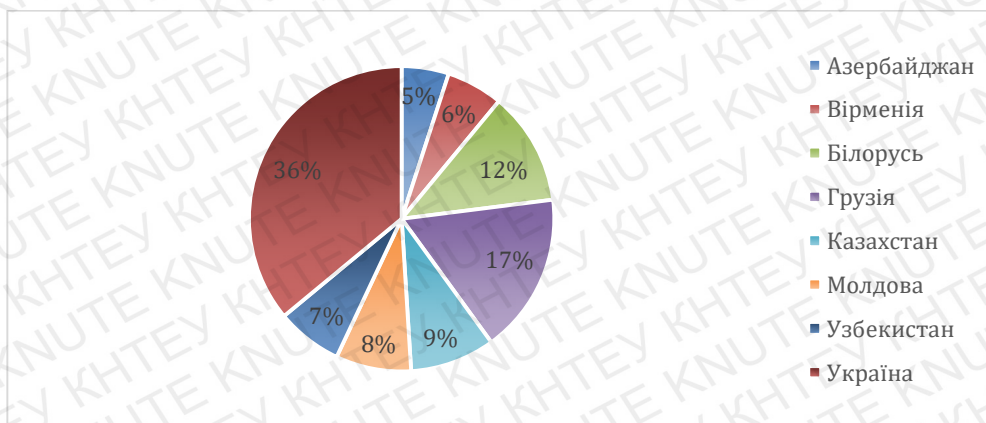


Рис.1.2 Географічна структура посередницької діяльності ПП «I-AP-CI» за 2020 р.,

Джерело: складено автором на основі матеріалів компанії «I-AP-CI»

Класичну дворівневу систему дистрибуції продуктів і додаткових послуг (модель VAD) поєднано з тактикою продажів, що має запобігати «ціновим війнам». «I-AP-CI» веде комерційну діяльність через бізнес-партнерів, до яких належать як національні та регіональні роздрібні мережі, власники незалежних магазинів і

проектів, гуртові компанії, інтернет-магазини, системні інтегратори, так і фахівці у вузьких технологічних нішах та сегментах. [18]

Серед вендорів, із якими укладено офіційні дистриб'юторські контракти (деякі з них є ексклюзивними), такі компанії як Acer, Alcatel, Asus, Bosch, Canon, Dell, Intel, Lenovo, LG, Microsoft, Panasonic, Samsung, Sony, Philips та інші.

У компанії немає прямих конкурентів за товарним портфоліо та послугами, які вони пропонують. Проте в кожному окремому напрямку є притаманна йому група конкурентів та значення часток. За відгуками постачальників, частка ІІ «І-АР-СІ» є домінуючою. Серед головних конкурентів – МТІ, «Юг-Контракт». Конкурентною перевагою «І-АР-СІ» є те, що компанія охопила кілька великих висококонкурентних напрямків. Жоден інший дистрибуторський комплекс продуктів, рішень і послуг не пропонує. [35]

Для здійснення аналізу результатів діяльності компанії, розглянемо динаміку основних фінансово-економічних показників холдингу «І-АР-СІ» протягом 2016-2020 р, що наведена нижче (табл.1.3).

Таблиця 1.3

**Динаміка основних фінансово-економічних показників ІІ “І-АР-СІ”
за 2016-2020 р., тис. грн.**

Стаття	Роки												
	2016	2017			2018			2019			2020		
	Фактично	Фактично	Абсолютне зростання	Темп зростання	Фактично	Абсолютне зростання	Темп зростання	Фактично	Абсолютне відхилення	Темп зростання	Фактично	Абсолютне відхилення	Темп зростання
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Чистий дохід від реалізації продукції	3446476	8289629	4843153	241	12707178	12706937	153,3	12700836	-6342	100,0	13421027	720191	105,67

Продовження табл.1.3

Собівартість реалізованої продукції	-3257778	-7762121	-4504343	238	-11783182	-11783420	151,8	-11433478	349704	97,0	-11933737	-500259	104,38
Валовий прибуток	188698	527508	338810	280	923996	923 716	175,2	1267358	343362	137,2	1487290	219932	117,35
Ініціоперацийні доходи	25145	63715	38570	253	142476	142 223	223,6	130755	-11721	91,8	10046	-120709	7,68

Адміністративні витрати	-21327	-47970	-26643	225	-65884	-66 109	137,3	-104610	-38726	158,8	-115301	-10691	110,22
Витрати на збут	-111580	-405476	-293896	363	-689859	-690 222	170,1	-930195	-240336	134,8	-968776	-38581	104,15
Інші операційні витрати	-65316	-75086	-9770	115	-67420	-67 535	89,8	-83319	-15899	123,6	-231524	-148205	277,88
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	15620	62691	47071	401	243309	242 908	388,1	279989	36680	115,1	181735	-98254	64,91
Фінансові витрати	-16204	-150675	-134471	930	-165317	-166 247	109,7	-151276	14041	91,5	-165317	-14041	109,28
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-1054	-394	660	37	-2235	-2272	567,3	-7814	-5579	349,6	-5492	2322	70,28

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Проаналізувавши показники фінансових результатів діяльності підприємства, можна зробити висновок, що його діяльність є досить прибутковою, адже з кожним роком обсяги доходів зростають. Розрахувавши динаміку фінансово-економічних показників компанії за 2016-2020 р., можемо спостерігати, що пандемія COVID-19 мала несуттєвий вплив на діяльність та фінансові результати компанії. Станом на 31 грудня 2020 року торгова та інша дебіторська заборгованість компанії від її п'яти найбільших дебіторів склала 2 054 808 тис. грн., що становить загалом близько 59% від загальної величини торгової та іншої дебіторської заборгованості. Станом на 1 січня 2020 року торгова та інша дебіторська заборгованість компанії від її п'яти найбільших дебіторів склала 5 011 641 тис. грн., що становить загалом близько 76% від загальної величини торгової та іншої дебіторської заборгованості.

Таблиця 1.4

Динаміка показників ліквідності ІІІ «І-АР-СІ» за 2018-2020 рр.

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Відповідно до значення показників, які розраховано у табл. 1.4, можемо сказати, що коефіцієнт покриття протягом 2018-2020 р. залишається на стабільному рівні. Показник знаходиться нижче нормативного значення, що свідчить про проблемний

Показник	Оптимальне значення або напрям оптимізації	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	>1	0.9	0.9	0.9
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-1	0.9	0.7	0.7
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0.005	0.008	0.02

стан платоспроможності, адже оборотних активів недостатньо для того, щоб

відповісти за поточними зобов'язаннями. Це веде до зниження довіри до компанії з боку кредиторів, постачальників, інвесторів і партнерів. Крім цього, проблеми з платоспроможністю ведуть до збільшення вартості позикових коштів і, як результат, до прямих фінансових втрат. *Коефіцієнт швидкої ліквідності* протягом 2018-2019 р. залишався на одному рівні (0.9), проте у 2020 р. підвищився до 0,9. Таке значення вказує на те, що в компанії досить ліквідних оборотних коштів для своєчасного розрахунку за зобов'язаннями. *Коефіцієнт абсолютної ліквідності* є нижчим за нормативне значення. Це вказує на те, що компанія не зможе вчасно погасити борги у випадку, якщо термін платежів настане незабаром. Для вирішення цієї проблеми компанія може залучити позикові кошти, реалізувати частину зайвих активів для збільшення суми найбільш ліквідних активів.

Таблиця 1.5

Динаміка показників ділової активності ІІ «І-АР-СІ» за 2018-2020 рр.

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Розглянувши динаміку показників ділової активності ІІ «І-АР-СІ», можемо спостерігати, що значення *коефіцієнта оборотності активів* збільшується у порівнянні з 2019 р., що є позитивною тенденцією. Для подальшого підвищення

Показник	Оптимальне значення або напрям оптимізації	2020	2019	2018
Коефіцієнт оборотності активів	збільшення	1.7	1.2	2.4
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	2.0	2.4	2,8
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	1.6	1.9	6.5
Коефіцієнт оборотності активів	збільшення	1.7	1.2	2.4
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	2.0	2.4	2,8
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	1.6	1.9	6.5
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	збільшення	6.4	7.71	10.32
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	збільшення	100,07	113,5	154,2
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	збільшення	-19.7	-17.25	-45.73

показника можна продати частину невикористовуваних активів. Відповідно до значення *коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості*, варто сказати, що

існує проблема постійного зниження оборотності дебіторської заборгованості ІП «І-АР-СІ». Для вирішення проблеми необхідно відкоригувати поточну політику управління дебіторською заборгованістю. Значення *коефіцієнта оборотності матеріальних запасів* протягом 2018-2019 рр. перебувало у нормативному діапазоні для діяльності посередницької компанії. Однак, спостерігається тенденція до спаду значення показника. Можливо, причиною є недостатній обсяг запасів, що призводить до перебоїв в операційному процесі. З огляду на значення *коефіцієнта фондівіддачі*, можна зробити висновок, що ефективність управління основними засобами компанії дещо знижується. У 2019 р. показник дорівнює 113, 5, тоді коли у 2020 р. значення спадає до 100,07, це означає, що є сенс оптимізувати структуру основних засобів. Власний капітал компанії має від'ємне значення, що говорить про те, що зобов'язання компанії перевищують його активи. *Коефіцієнт оборотності власного капіталу* має тенденцію до спаду. Це може бути пов'язано з викупом акцій. Для підвищення значення показника необхідно працювати в напрямку збільшення обсягу збуту.

Для аналізу фінансового стану підприємства були розраховані показники, дослідивши які у табл. 1.6, можна зробити такі висновки.

Таблиця 1.6

Аналіз фінансової стійкості ІП «І-АР-СІ» за 2018-2020 рр.

Показник	Оптимальне значення або напрям оптимізації	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018
Коефіцієнт платоспроможності	>0,5	-0.08	-0,12	-0,08
Коефіцієнт фінансування	<1	-13.8	-8.9	-13.2

Продовження табл. 1.6

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	>0,1	-0.10	-0.15	-0.10
Коефіцієнт маневроності власного капіталу	>0	0.8	1.19	1.18

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Проаналізувавши показники фінансової стійкості ІП «І-АР-СІ» у табл. 1.6, можемо сказати, що значення *коефіцієнта платоспроможності* сигналізує про

високий рівень ризиків і низьку стійкість компанії в середньостроковій перспективі, необхідно працювати в напрямку підвищення значення показника. *Коефіцієнт маневреності власного капіталу* має тенденцію до спаду, проте залишається у нормативному діапазоні значень, що свідчить про достатність в компанії власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів і частини оборотних.

Таблиця 1.7

Показники рентабельності ІП «І-АР-СІ» за 2018-2020 рр.

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Показники *рентабельності*, що були розраховані у табл. 1.7, є ключовими для компанії, адже є інтегральні показники, що відображають ефективність роботи компанії, яка націлена на отримання прибутку у короткостроковій перспективі і які вказують на якість управлінських рішень, що стосуються фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства. Рентабельність компанії формується під

Показник	Оптимальне значення або напрям оптимізації	2020	2019	2018
Коефіцієнт рентабельності активів	збільшення	-1.6	-15.2	-24.9
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	збільшення	-0.024	-0.16	-0.16
Коефіцієнт рентабельності діяльності	збільшення	0.001	0.010	0.006

впливом великої кількості взаємопов'язаних факторів, які впливають на результати діяльності підприємства різноспрямовано. В першу чергу необхідно розглянути розподіл на фактори зовнішнього середовища (незаплановані) і фактори внутрішнього середовища (плановані). [24]

Вплив зовнішніх факторів не може бути значно зміненим, проте компанія може розробити заходи адаптації для максимально ефективного використання сформованої ситуації. На противагу їм вплив внутрішніх факторів піддається корегуванню і може бути зміненим управлінськими рішеннями. Тому важливо розуміти, які наявні інструменти та які шляхи досягнення підвищення рентабельності холдингу. Для підвищення значення коефіцієнта рентабельності активів необхідно працювати в напрямку зниження суми витрат і підвищення доходів. Зниження виробничих,

збутових та інших витрат дозволить підвищити чистий прибуток, як і активізація роботи з нарощування доходу. Тому робота в цьому напрямку дозволить підвищити рентабельність власного капіталу.

З огляду на результати показників, можемо зробити висновок, що ІІ «І-АР-СІ» стикається із кредитним ризиком, який визначається як ризик того, що контрагент не зможе погасити суму заборгованості в повному обсязі при настанні строку погашення. Фінансовими активами, які потенційно наражають компанію на суттєвий кредитний ризик, в основному, є торгова та інша дебіторська заборгованість. Політика компанії з управління кредитним ризиком спрямована на те, щоб здійснювати господарські операції з контрагентами, які мають позитивну репутацію та кредитну історію. Окрім того, постійно здійснюється моніторинг дебіторської заборгованості.

Висновки до розділу 1

Посередницькі операції – це операції, що пов'язані з купівлею-продажем товарів, виконуються за дорученням експортера-виробника незалежним від нього торговельним посередником на основі укладеної між ними угоди. Торговельне посередництво може включати послуги з пошуку закордонного контрагента, підготовки та здійснення угоди, кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів при транспортуванні, митне оформлення вантажу, проведення рекламних та інших

заходів щодо просування товарів на іноземні ринки, здійснення технічного обслуговування та ін.

Головною цінністю залучення посередників є підвищення економічної доцільності та ефективності окремих операцій, отже, посередники повинні надавати економічним суб'єктам можливість досягти максимальної вигоди.

Безперечно, у використанні посередників є певні недоліки, про які не можна забувати. Залучення третьої сторони несе в собі відсутність контролю над ситуацією та втрачену вигоду від безпосереднього контакту з продавцем. Головним недоліком ведення бізнесу через посередника, на загальну думку, є націнка на товар. Однак, зі скасуванням посередництва ціни можуть зрости ще більше через зниження ефективності торгових операцій та розвитку тіньового ринку.

Зрештою, звернення суб'єктів ринку до посередників має добровільний характер, а значить, факт використання їхніх послуг підтверджує суспільну корисність цього виду міжнародної торговельної діяльності. Звичайно, поки що в нашій країні ще широко поширені компанії, які значно підвищують ціну на товар виробника, видаючи його за власний. Проте поява більшої кількості ефективних управлінців на міжнародних підприємствах, поступове вдосконалення законодавчої бази, покращення загальної економічної ситуації – сприятимуть підвищенню ефективності посередницької діяльності, яка позитивно впливатиме на інноваційний розвиток міжнародної економіки в цілому.

«I-AP-CI» – професійний дистриб'ютор міжнародного рівня. Міжнародний холдинг «I-AP-CI» зареєстровано в Австрії. В Україні «I-AP-CI» – відомий дистриб'ютор з 1995 року. Компанія має чотири основні товарні напрями: споживча комп'ютерна техніка, комп'ютерна техніка та програмне забезпечення окремо чи в складі рішень масштабу підприємств, побутова техніка, товари для дітей та підлітків. Слід також зазначити, що впродовж останніх п'яти років у товарній структурі компанії переважає споживча комп'ютерна техніка, найменшу частку займають товари для дітей та підлітків.

Холдинг «I-AP-CI» має дистриб'юторський бізнес, який зростає, у багатьох інших країнах, з офісами та колективами співробітників зокрема в Австрії, Азербайджані, Білорусі, Вірменії, Грузії, Казахстані, Молдові, Україні, Узбекистані, Швейцарії. Загальна кількість працівників в Україні налічує 651 осіб.

Проаналізувавши показники фінансових результатів діяльності підприємства, можна зробити висновок, що його діяльність є досить прибутковою, адже з кожним роком обсяги доходів зростають. Розрахувавши динаміку фінансово-економічних показників компанії за 2016-2020 р., можемо спостерігати, що пандемія COVID-19, спричинена стрімким поширенням коронавірусної інфекції, мала несуттєвий вплив на діяльність та фінансові результати компанії. Проте з огляду на результати показників, ІП «I-AP-CI» стикається із кредитним ризиком, який визначається як ризик того, що контрагент не зможе погасити суму заборгованості в повному обсязі при настанні строку погашення. Фінансовими активами, які потенційно наражають компанію на суттєвий кредитний ризик, в основному, є торгова та інша дебіторська заборгованість.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ІП «I-AP-CI»

2.1 Аналіз кон'юнктури глобального ринку оптової торгівлі товарами побутової техніки та електроніки

У 2018 році продажі на глобальному оптовому ринку побутової техніки та електроніки вперше перевищили позначку в 1,01 трильйона євро. Це на чотири відсотки більше, ніж торік. Продаж зріс у сегментах телекомунікацій (+7 відсотків), малої побутової техніки (+7 відсотків), споживчої електроніки/фото (+6 відсотків) та

офісному устаткуванні (+1 відсоток). У сегменті великої побутової техніки продаж знизився на 1 відсоток. [9]

З часткою продажів у 42% Азіатсько-Тихоокеанський регіон продовжує утримувати позиції найбільшого оптового ринку побутової техніки та електроніки у 2019 році, слідом йде Європа (25%), Північна Америка (20%), Латинська Америка (7%) та регіон Близького Сходу/ Туреччини/Африки (6%).[5]

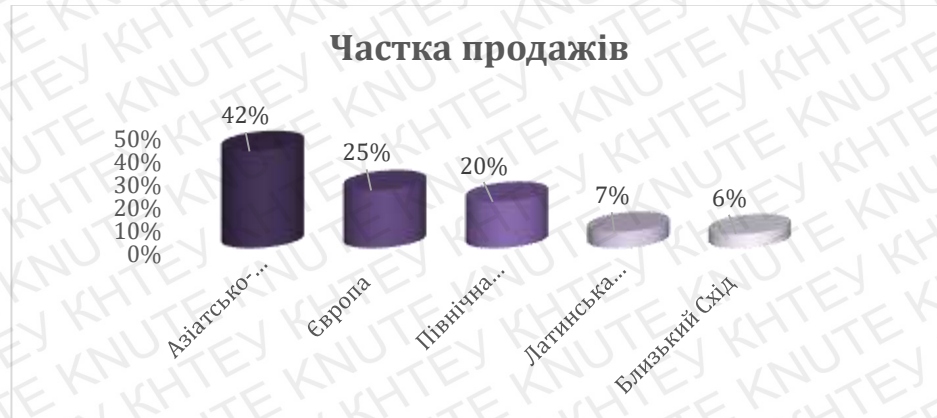


Рис 2.1. Частка продажів на глобальному оптовому ринку побутової техніки та електроніки за 2018 р.

Джерело: складено автором на основі [5]

Світовий оптовий ринок товарами широкого асортименту зріс з 45025,1 мільярда доларів у 2020 році до 49371,76 мільярдів доларів у 2021 році при сукупному річному темпі зростання (CAGR) 9,7%. Зростання в основному пов'язане з тим, що компанії перебудовують свою діяльність та відновлюються після впливу COVID-19, який раніше призвів до обмежувальних заходів, що передбачають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, яке призвело до операційних проблем. Очікується, що ринок досягне 64334,41 мільярда доларів у 2025 році при CAGR 7%. [47]



Рис 2.2. Світовий ринок оптової торгівлі, прогноз на 2025 р.
Джерело: складено автором на основі [47]

Азіатсько-Тихоокеанський регіон став найбільшим регіоном на світовому оптовому ринку, на нього припадало 51% ринку в 2020 році. Північна Америка була другим за величиною регіоном, на який припадало 16% світового оптового ринку. Близький Схід був найменшим регіоном на світовому оптовому ринку.

Міжнародний валютний фонд (МВФ) констатував, що зростання світового ВВП склало 3,3% у 2020 році і 3,4% у 2021 році. [41]

Відповідно до *Consumer Electronics E-Commerce Global Market Report*, світовий ринок електронної комерції споживчої електроніки зростає з 310,23 мільярдів доларів у 2020 році до 343,34 мільярдів доларів у 2021 році при сукупному річному темпі зростання (CAGR) 10,7%. Зміна тенденції зростання в основному пов'язана зі стабілізацією виробництва компаній після задоволення попиту, який зростав під час пандемії COVID-19 у 2020 році. Очікується, що ринок досягне позначки 511,06 мільярдів доларів у 2025 році при CAGR 10%. [44]

Пандемія COVID-19 змусила людей по всьому світу працювати, вчитися та проводити свій вільний час вдома, стимулюючи попит на побутову електроніку. Введення карантинних заходів спричинило значне зростання продажів у багатьох секторах ринку споживчої електроніки в 2020 році. У першому півріччі 2021 року світовий ринок споживчої електроніки зріс на +18 відсотків, отримавши 42,8 мільярда доларів доходу. Оскільки проблеми, пов'язані з COVID-19 вирішуються, очікується,

що галузь зазнає періоду зростання в 2021–2022 роках. За прогнозами, у 2021–2022 роках показники галузі зростуть на шість відсотків у всьому світі.

Враховуючи ці показники, компанії зараз варто просувати свою продукцію на новий зовнішній ринок, аби закріпити свої позиції та відкривати нові перспективи для розвитку. Саме тому ретельний пошук та обґрунтований вибір партнерів на зарубіжних ринках є важливою та необхідною складовою процесу управління підприємством.

Серед можливих країн, на ринок яких можна вийти для задоволення стратегічних цілей розвитку компанії, можемо розглянути сусідні країни, які є членами Європейського Союзу – Польщу та Угорщину. За умов лібералізації торгівлі (усунення тарифів чи квот між сторонами), що передбачено положеннями угоди про Зону вільної торгівлі між Україною та ЄС, це допоможе масштабувати ринок збуту, мінімізуючи логістичні витрати.

Існує 3 підходи до вибору зовнішнього ринку: суб'єктивний підхід (передбачає орієнтування на особисті відчуття, очікування, досвід осіб, які приймають рішення про вихід на конкретний ринок), дискретний підхід (ґрунтується на оцінці 2—3 найбільш важливих для підприємства показників розвитку ринку або інших критеріїв). [11]

Ідея комплексного підходу до обґрунтування вибору зарубіжного ринку полягає у всебічному аналізі та оцінці системи показників, яка характеризує не тільки ринок певного товару, а й економічні, політико-правові та соціально-культурні процеси, що відбуваються в країнах, які досліджуються.

Підґрунтям для вибору оптимального закордонного ринку є результати аналізу позиції кожної з країн у поширених рейтингових системах:

- індекс глобальної конкурентоспроможності (*The Global Competitiveness Index*) [15];
- індекс економічної свободи (*Index of Economic Freedom*) [16];
- індекс легкості ведення бізнесу (*Doing Business*) [17];

Всі ці індекси співставленні в агрегованому показнику привабливості бізнес-середовища, який розраховується за формулою:

$$I = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{1}{M_i} \sum_{j=1}^{M_i} k_{ij}, \quad (2.1)$$

де I – агрегований показник стану бізнес-середовища приймаючої країни;
S_i – оцінка і-тої складової бізнес-середовища країни (i=1, ..., N); N – кількість складових бізнес середовища країни;
k_{ij} – оцінка j-го індикатору і-тої складової бізнес-середовища країни (j=1, ..., M_i);
M_i – кількість індикаторів оцінювання стану і-тої складової бізнес-середовища країни. [19]

За допомогою показників індексів знаходимо компоненти агрегованого показника (2.1), які зводимо до однакових значень за таблицею співставлення результатів і подаємо у вигляді табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Індикатори агрегованого показника

Складова бізнес-середовища	Індикатор	Посилання на ресурс	Польща	Угорщина
S1 Макроекономічне середовище	1. макроекономічна стабільність	GCI : Macroeconomicstability	100	90
	2. розмір ринку	GCI : Marketsize	74.1	62.7
	3. монетарна свобода	IEF : MonetaryFreedom	80.8	78.8

Продовження табл. 2.1

S2 Ступінь економічного лібералізму	1. внутрішня конкуренція	GCI : Productmarket → Domesticcompetition	56.8	44.9
	2. торговельна відкритість	GCI : Productmarket → Tradeopenness	59.5	60
	3. фіскальна свобода	IEF : FiscalHealth	94.6	83.3

	4. проходження митних кордонів	DB : TradingacrossBorders	100	100
S3 Інституціональне середовище	1. ефективність урядової політики	GCI : Institutions → Public-sectorperformance	51.5	48.1
	2. прозорість	GCI : Institutions → Transparency	60	46
	3. судова незалежність	GCI : Institutions → Judicialindependence	27.7	33.4
	4. право власності	IEF : PropertyRights	63.3	65.6
S4 Підприємницьке середовище	1. комерціалізація	GCI : Innovationcapability → Commercialization	65.1	58
	2. свобода бізнесу	IEF : BusinessFreedom	61.6	59.9
	3. реєстрація підприємства	DB : Starting a Business	82.9	88.2
	4. реєстрація власності	DB : RegisteringProperty	63.9	80.1
	5. оподаткування	DB : PayingTaxes	76.4	80.6
	6. забезпечення виконання контрактів	DB : EnforcingContracts	55	25
S5 Фінансовоінвестиційне середовище	1. фінансування малого та середнього підприємництва	GCI : Financialsystem → FinancingofSMEs	48.5	50.2
	2. стабільність фінансової системи	GCI : Financialsystem → Stability	91.2	91.3
	3. отримання кредитів	DB : GettingCredit	75	75
	4. захист інвесторів (міноритарних)	DB : ProtectingMinorityInvestors	66	54
	5. свобода інвестицій	IEF : InvestmentFreedom	80	80
S6 Інфраструктурне середовище	1. наявність та якість транспортної інфраструктури	GCI : Infrastructure → Transportinfrastructure	67.8	66
	2. якість електропостачання	GCI : Infrastructure → Electricitysupplyquality	98.3	95.8
	3. кількість інтернет – користувачів	GCI : ICT adoption → Internetusers	77.5	76.1
	4. культура підприємництва	GCI : Businessdynamism → Entrepreneurialculture	46.4	40.9
	5. витрати на НДДКР	GCI : Innovationcapability → R&D expenditures	32.2	40.2
S7 Ринок праці	1. захист прав робітників	GCI : Labourmarket → Workers' rights	74	82
	2. кооперація на ринку праці 3. свобода праці (трудоих відносин)	GCI : Labourmarket → Cooperationinlabour-employerrelations IEF : LaborFreedom	55.1	53.8

Складено автором на основі [15, 16, 17]

Далі розраховуємо окремо сім середніх значень по кожній складовій бізнес-середовища і ділимо їх суму на загальну кількість складових бізнес-середовища (на 7) і відображаємо отримані значення по агрегованому показнику в табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

Значення агрегованого показника

Складова бізнес середовища	Польща	Угорщина
1	2	3
S1 Макроекономічне середовище	85.0	77.2
S2 Ступінь економічного лібералізму	77.7	72.1
S3 Інституціональне середовище	50.6	48.3
S4 Підприємницьке середовище	67.5	65.3
S5 Фінансово інвестиційне середовище	72.1	70.1
S6 Інфраструктурне середовище	64.4	63.8
S7 Ринок праці	64.6	67.9
Агрегований показник бізнес-середовища країни	68.8	66.4

Розраховано автором на основі [15, 16, 17]

Із отриманих даних агрегованого показника можемо побачити, що з незначним відривом, але найкращий стан бізнес-середовища країни має Польща. Тож, оптимальним варіантом виходу, з огляду на проведені дослідження, є ринок Республіки Польща, проте для формування остаточних висновків варто розглянути соціально-економічні показники розвитку обох держав-членів ЄС.

2.2 Вибір приймаючої країни ІІ «І-АР-СІ» у контексті вдосконалення міжнародної посередницької діяльності

Угорщина є економічно розвинутою країною Центрально-Східної Європи, членом ООН, СОТ, ЄС, НАТО, Організації економічного співробітництва та розвитку, ЦСІ, В4, а також інших впливових універсальних та регіональних міжнародних організацій.

Угорська економіка посідає 58-е місце у світі за номінальним ВВП (у 2020 році склав 154,8 млрд. дол. США, падіння становило 5%, у порівнянні з 2019 роком). ВВП у розрахунку на одну особу в Угорщині становить 15,4 тис. дол. США.[35]

Дохід угорського ринку споживчої електроніки в 2020 році склав 1,8 мільярда доларів США, що свідчить про зростання порівняно з 2019 роком. Однак, згідно з прогнозом Statista Consumer Market Outlook, показники знизяться в найближчі роки.

У 2020 році комп'ютери були провідним сегментом ринку побутової електроніки в Угорщині, на нього припадала найвища частка доходу – 719 мільйонів доларів. Протягом того ж року кількість проданих ноутбуків у країні зросла, а продаж настільних комп'ютерів продовжував знижуватися. Хоча найпопулярнішим постачальником ноутбуків серед угорських користувачів були Lenovo, саме Apple домінували на ринку планшетних комп'ютерів, зайнявши 37% ринку. Проте, згідно з результатами опитування 2021 року, більшість угорців не витратили б більше 200 тисяч форинтів на новий комп'ютерний пристрій.

У 2019 році телевізори з плазмовим екраном були найпоширенішими цифровими пристроями, оскільки вони були присутні вдома у понад 80% угорців. Більше того, у 2020 році кожна друга квартира була оснащена декількома телевізорами. Це не дивно, якщо врахувати кількість щоденного часу, який витрачається на перегляд телевізора в країні. Високим також є рівень споживання смартфонів в Угорщині — у 2020 році майже сім мільйонів користувачів. Станом на

2021 рік на ринку мобільних телефонів домінував Samsung з часткою ринку у 34%. За ним слідували Huawei та Apple.

Ринок смарт-пристроїв в Угорщині зростає, найбільший інтерес спостерігається до смарт-телевізорів та технологічних гаджетів. Незважаючи на те, що рівень проникнення «розумних» пристроїв у країну все ще відносно низький, за оцінками, він зросте до 7,3 відсотка до 2025 року. Результати опитування, проведеного серед угорців у 2021 році, показали, що найважливішими критеріями при покупці смарт-пристроїв є сумісність з іншими пристроями, тривалий час автономної роботи та ціна покупки.[45]

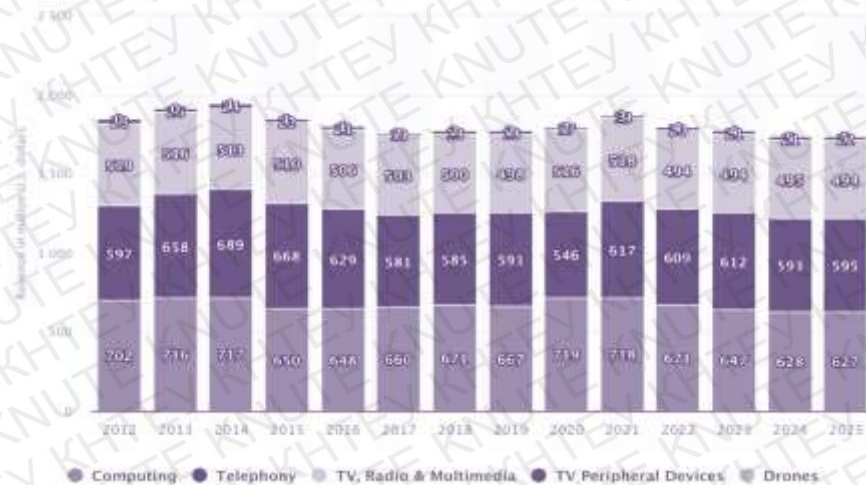


Рис. 2.3 Прогнозована динаміка доходу ринку споживчої електроніки Угорщини за 2012-2025 рр.

Джерело: Statista Consumer Market Outlook [49]

Комп'ютерний сегмент ринку споживчої електроніки в Угорщині склав найбільшу частку виручки в 2020 році, яка склала близько 719 мільйонів доларів США. Загальний дохід ринку споживчої електроніки країни зріс з 1,7 млрд до 1,8 млрд доларів США у 2020 році. Другим за величиною залишився сегмент мобільних пристроїв, хоча дохід й зменшився в порівнянні з 2019 роком. За оцінками Statista

Consumer Market Outlook, загальний дохід буде повільно зменшуватися протягом наступних кількох років. [49]

Польща є другим найбільшим у світі (після Китаю) торговельним партнером та експортним ринком України, випереджаючи ФРН та РФ на понад 0,8 млрд. дол. США. За січень-липень (7 місяців) 2021 року обсяг двосторонньої торгівлі товарами з Польщею перевищив 5,5 млрд. дол. США. За результатами 2020 року Польща піднялася на одну позицію і стала третім найбільшим торговельним партнером України у світі після Китаю та Німеччини з обсягом двосторонньої торгівлі товарами 7,36 млрд. дол. США (зниження лише на 0,58% у порівнянні з 2019 роком), поступившись Німеччині лише на 48 млн. дол., та залишається другим найбільшим у світі після Китаю ринком для українського експорту товарів з обсягом майже 3,3 млрд. дол. США (зниження -0,7%; 6,7% від загального обсягу українського експорту). При цьому польський імпорт в Україну скоротився на 0,5% та склав 4,09 млрд. дол. США (7,6% від загального обсягу українського імпорту або 4-та позиція у світі). Негативне для України сальдо практично не змінилося у порівнянні з 2019 роком та склало -815,7 млн. дол., що є найнижчим негативним сальдо з-поміж ТОП-3 найбільших торгових партнерів України.[34]

Країна є безумовним економічним лідером Центрально-Східної Європи. Її економіка протягом десятиліття демонструє один із найвищих показників зростання в Європі. Завдяки цьому наприкінці 2018 року Польща отримала статус економічно розвиненої країни (відповідно до рішення FTSE Russell).[43]

Відтоді Польща офіційно належить до групи 25 найрозвиненіших світових ринків, до якої входять, серед інших, Німеччина, Франція, Японія, Австралія та США. Таке рішення має важливі практичні ефекти. Наприклад, більшість міжнародних інвестиційних фондів (майже 90%) має право інвестувати тільки в економіки цієї групи країн.

Сьогодні свою діяльність у Польщі розвивають найбільші компанії світу, сюди приїжджають фахівці з країн Західної Європи. Доступність фінансових ресурсів для

розвитку власної справи, дуже добре розвинена інфраструктура (найкраща в ЦСЄ), широкий пакет державної допомоги (особливо в межах СЕЗ), низький рівень корупції та відкриті, конструктивно налаштовані чиновники створюють сприятливий клімат для реалізації бізнесових проектів. Польща є особливо зручним місцем для розвитку малого і середнього бізнесу.

Суттєвою перевагою партнерства з Польщею є також наявність складських приміщень ІП «І-АР-СІ» та власного бізнес-центру компанії у м. Львів, що є територіально зручно та вигідно для налагодження логістичної системи з цією країною.

Більше того, для сприяння адаптації українських підприємців у Польщі та отримання підтримки тут була створена Асоціація Українського Бізнесу в Польщі, основними цілями створення якої були:

- лобіювання;
- захист ділових інтересів;
- обмін інформацією між топ-менеджерами та власниками бізнесу.[37]

Спалах коронавірусу в Польщі змінив поведінку споживачів. Це призвело до збільшення продажів продуктів і послуг, що пропонуються через Інтернет. Серед товарів найпопулярнішими були онлайн-продажі електронної техніки та побутової техніки. [38]

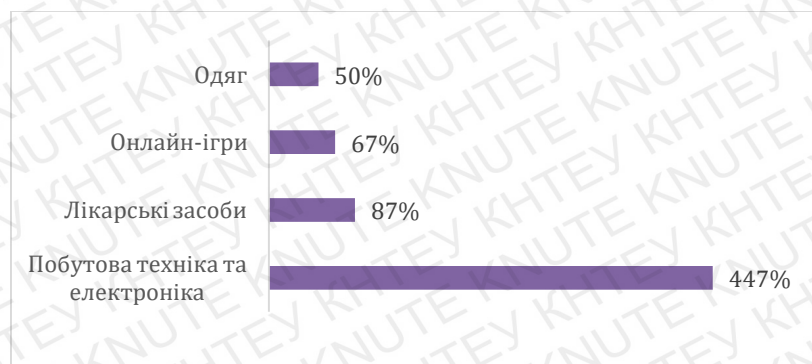


Рис. 2.4. Динаміка онлайн-продажів товарів і послуг через спалах COVID-19 у Польщі, 2020 р.

Складено автором на основі [38]

У 2020 р. ми можемо спостерігати підвищений попит на товари з категорії споживчої електроніки, необхідні для роботи або дистанційного навчання, наприклад, ноутбуки, принтери, монітори, обладнання для відеоконференцій – камери та гарнітури. Найбільший інтерес польських споживачів був зафіксований до інтернет-веб-камер, досягнувши зростання на 1300 відсотків у порівнянні з попереднім роком.[50]

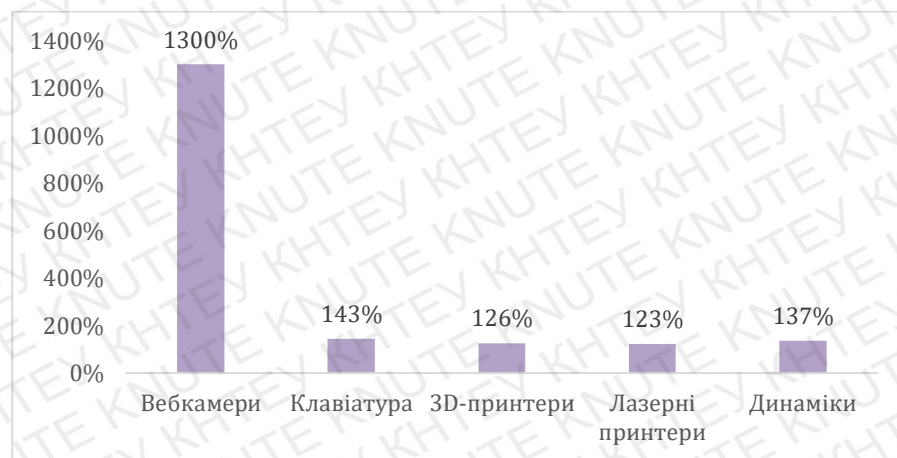


Рис. 2.5.Рівень попиту на товари з категорії споживчої електроніки у Польщі, 2020 р.

Складено автором на основі [50]

З огляду на результати досліджень, товари споживчої комп'ютерної техніки, комп'ютерної техніка та побутової техніки користуються значним попитом на ринку Польщі та Угорщини, що було спричинено зокрема спалахом пандемії COVID-19. Проте відповідно до отриманих результатів аналізу, відомо, що в Угорщині цей попит буде поступово знижуватися. Також дослідження агрегованого показника бізнес-середовища країн продемонструвало, що оптимальним варіантом виходу на новий ринок є Польща. Отже, для подальшої експансії варто рухатися у польському напрямі.

Висновки до розділу 2

Світовий оптовий ринок товарами широкого асортименту зріс з 45025,1 мільярда доларів у 2020 році до 49371,76 мільярдів доларів у 2021 році при сукупному річному темпі зростання (CAGR) 9,7%. Зростання в основному пов'язане з тим, що компанії перебудовують свою діяльність та відновлюються після впливу COVID-19, який раніше призвів до обмежувальних заходів, що передбачають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, яке призвело до операційних проблем. Очікується, що ринок досягне 64334,41 мільярда доларів у 2025 році при CAGR 7%.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон став найбільшим регіоном на світовому оптовому ринку, на нього припадало 51% ринку в 2020 році. Північна Америка була другим за величиною регіоном, на який припадало 16% світового оптового ринку. Близький Схід був найменшим регіоном на світовому оптовому ринку.

Відповідно до *Consumer Electronics E-Commerce Global Market Report*, світовий ринок електронної комерції споживчої електроніки зростає з 310,23 мільярдів доларів у 2020 році до 343,34 мільярдів доларів у 2021 році при сукупному річному темпі зростання (CAGR) 10,7%. Зміна тенденції зростання в основному пов'язана зі стабілізацією виробництва компаній після задоволення попиту, який зростав під час пандемії COVID-19 у 2020 році. Очікується, що ринок досягне позначки 511,06 мільярдів доларів у 2025 році при CAGR 10%. [44]

Серед можливих країн, на ринок яких можна вийти для задоволення стратегічних цілей розвитку компанії, можемо розглянути сусідні країни, які є членами Європейського Союзу – Польщу та Угорщину. За умов лібералізації торгівлі (усунення тарифів чи квот між сторонами), що передбачено положеннями угоди про Зону вільної торгівлі між Україною та ЄС, це допоможе масштабувати ринок збуту, мінімізувавши логістичні витрати.

Сьогодні свою діяльність у Польщі розвивають найбільші компанії світу, сюди приїжджають фахівці з країн Західної Європи. Доступність фінансових ресурсів для

розвитку власної справи, дуже добре розвинена інфраструктура (найкраща в ЦСЄ), широкий пакет державної допомоги (особливо в межах СЕЗ), низький рівень корупції та відкриті, конструктивно налаштовані чиновники створюють сприятливий клімат для реалізації бізнесових проектів. Польща є особливо зручним місцем для розвитку малого і середнього бізнесу.

Суттєвою перевагою партнерства з Польщею є також наявність складських приміщень ІІ «І-АР-СІ» та власного бізнес-центру компанії у м. Львів, що є територіально зручно та вигідно для налагодження логістичної системи з цією країною.

З огляду на результати досліджень, товари споживчої комп'ютерної техніки, комп'ютерної техніка та побутової техніки користуються значним попитом на ринку Польщі та Угорщини, що було спричинено зокрема спалахом пандемії COVID-19. Проте відповідно до отриманих результатів аналізу, відомо, що в Угорщині цей попит буде поступово знижуватися. Також дослідження агрегованого показника бізнес-середовища країн продемонструвало, що оптимальним варіантом виходу на новий ринок є Польща. Отже, для подальшої експансії варто рухатися у польському напрямі.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІП «І-АР-СІ»

3.1. Розробка заходів для підвищення ефективності міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ»

У сучасному бізнес-середовищі процеси управління є невід'ємною частиною кожного підприємства, оскільки вони забезпечують взаємозв'язок та обмін завданнями в структурі компанії.

Побудова ефективної системи управління всіма елементами посередницької діяльності підприємства є першим кроком до підвищення ефективності цієї структури.

Нові принципи посередницької діяльності на споживчому ринку кардинально змінюють зміст, характер та оцінку роботи підприємства в цілому. До таких принципів можна віднести такі, як: оперативність, підприємливість, обслуговування контрагентів, економічна зацікавленість, ділова активність. Головним принципом посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» є націленість на отримання прибутку та його зростання з кожним роком.

Ефективне функціонування системи посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» забезпечується взаємодією трьох ключових елементів: маркетингу, збуту та логістики. Ці підсистеми перебувають у постійному взаємозв'язку та обміні інформацією, що і є визначальним фактором підвищення ефективності за рахунок утворення синергетичного ефекту, коли взаємодія кожної підсистеми в сукупності є більш ефективною та результативною, ніж у відокремленій реалізації функцій кожної складової.

Маркетинг у цій структурі є базовою підсистемою, що з'єднує як функціональну, так і інформаційну логістику та підсистеми збуту. В результаті деталізації цієї структури на підприємстві виникає необхідність побудови ефективної стратегії управління маркетингом у системі посередницької діяльності.

Оскільки суть маркетингового менеджменту полягає не тільки в організації та управлінні роботами та відділами маркетингу, а й у розробці ефективних управлінських підходів, які забезпечують необхідний рівень інформаційного та функціонального зв'язку в системах посередницької діяльності.

Маркетинг повинен бути максимально інтегрований у діяльність ІП «І-АР-СІ», оскільки часткова інтеграція не забезпечує системного підходу з точки зору впливу на всі сфери діяльності підприємства для орієнтації на ринкові умови господарювання.

Збутова діяльність є важливою складовою посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ». Вона забезпечує практичну реалізацію стратегії маркетингу підприємства.

Ефективне здійснення збутової діяльності ІП «І-АР-СІ» засноване на інформації, а також її відбору, обробки та використання з метою реалізації маркетингової стратегії та логістичних цілей підприємства.

Особливістю управління збутом у системі посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» є те, що вона реалізується виходячи з маркетингової стратегічної мети для надання поточної інформації відділу логістики на підприємстві. Основним джерелом для здійснення такого управління є інформація, що надходить від кожного елемента системи управління.

Як було з'ясовано у другому розділі роботи, найкращий стан бізнес-середовища країни має Польща, яка є найбільшим у світі торговельним партнером України. Тому ІП «І-АР-СІ» можна запропонувати розширювати свою посередницьку діяльність саме в цій країні. Реалізація продукції побутової техніки та електроніки до Польщі дозволить ІП «І-АР-СІ» завоювати більшу частку зарубіжного ринку, а також зміцнити його міжнародну конкурентоспроможність.

Метою ІП «І-АР-СІ» є вихід на ринок побутової техніки та електроніки у Польщі. Для досягнення головної мети перед компанією-посередником стоїть багато послідовних задач, реалізація яких необхідна для досягнення кінцевої мети. Тому ці завдання також є цілями підприємства. Отже, метою ІП «І-АР-СІ» є підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Для підвищення ефективності міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» можна запропонувати такі заходи, як:

1. Відкриття представництва ІП «І-АР-СІ» на території Польщі, яке здійснюватиме імпорتنі операції для збуту товарів у цій країні;
2. Пошук потенційних постачальників, товар яких не є менш якісним, проте умови співпраці є вигіднішими.
3. Витіснення з ринку Польщі конкурентів;
4. Встановлення цінової політики, яка буде вигідною для підприємства та привабливою для покупців.

Перш за все, ІП «І-АР-СІ» необхідно приділяти більше уваги міжнародному маркетингу. Від ефективності діяльності відділу маркетингу підприємства залежить швидкість досягнення цілей підприємства.

Для того, щоб вистояти в конкурентній боротьбі та посилити свою конкурентну позицію, підприємству необхідно оцінити переваги та недоліки своєї діяльності та визначити основні напрямки можливої боротьби з конкурентами. Визначимо загальний конкурентний стан підприємства за допомогою SWOT-аналізу, який наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз конкурентного стану ІП «І-АР-СІ»

S – переваги	W – недоліки
1. Пряма співпраця з заводами-виробниками 2. Реалізація високоякісної продукції 3. Зосередженість на певному сегменті ринку 4. Прямі контракти з іноземними покупцями 5. Висока диверсифікація структури доходу 6. Наявність логістичного оператора «Євротермінал» у групі холдингу 7. Наявність складських приміщень.	1. Залежність діяльності підприємства від заводів-виробників побутової техніки та електроніки 2. Залежність від нафтопродуктів, що збільшує витрати на транспортування 3. Залежність від сезонних кліматичних умов при морських перевезеннях
O – можливості	T – загрози

Продовження табл. 3.1

1. Освоєння нових зарубіжних ринків 2. Захоплення більшої частки ринку побутової техніки та електроніки 3. Поява нових постачальників.	1. Нестабільність фінансово-економічної ситуації в Україні 2. Сезонність попиту 3. Поява більш сильних конкурентів у сегменті споживчої електроніки 4. Військово-політичні конфлікти 5. Збільшення податкового навантаження
--	---

З табл. 3.1 видно, що ІП «І-АР-СІ» має достатньо конкурентних переваг для здійснення своєї діяльності на міжнародному ринку. Значною перевагою в діяльності ІП «І-АР-СІ» є те, що підприємство реалізує лише високоякісну продукцію. Тобто це вже є першим методом конкурентної боротьби: пропозиція унікальної та якісної продукції, яку не в змозі запропонувати конкуренти.

Наступним методом конкурентної боротьби є цінова політика. ІП «І-АР-СІ» встановлює зональні ціни, або ціни за географічних принципом, коли всі клієнти в певній зоні сплачують одну загальну ціну. Сама ціна залежить від ступеня віддаленості певного географічного регіону. Цей факт може пояснюватися тим, що ІП «І-АР-СІ» імпортуватиме продукцію до Польщі за умовами FCA. Згідно з цими умовами поставки ІП «І-АР-СІ», як імпортер, несе всі ризики, проте самостійно може обрати оптимального перевізника, страховика та проконтролювати всі витрати. Вигідним є також те, що за умовами поставки FCA ціна за інвойсом буде нижчою, саме тому ця умова поставки Incoterms найчастіше використовується у міжнародних торговельних операціях.

Для завоювання більшої довіри у споживачів та усунення конкурентів, ІП «І-АР-СІ» не обов'язково встановлювати ціни на свою продукцію, нижчі в порівнянні з конкурентами. Зважаючи на те, що ІП «І-АР-СІ» потрібно не лише зберегти свою конкурентну позицію на ринку, а ще й покращити її, цінова стратегія підприємства допускає незначне перевищення цін на продукцію порівняно з конкурентами.

При цьому, якщо ІП «І-АР-СІ» буде приділяти достатньо уваги рекламуванню своєї продукції, особливо її якості, тоді невелика надбавка до ціни не зможе

відвернути увагу споживачів, а, навпаки, лише приверне їх увагу, адже якісний товар не може коштувати дешево. Привернувши таким чином увагу потенційних споживачів, ІП «І-АР-СІ» через певний проміжок часу зможе незначно знизити ціну, зробивши свої товари ще більш привабливими для споживачів.

Таким чином, за рахунок чітко спланованої цінової політики ІП «І-АР-СІ» може завоювати більшу кількість споживачів побутової техніки та електроніки шляхом відвоювання їх у вже існуючих конкурентів. Відповідно, це призведе до збільшення обсягів реалізації побутової техніки та електроніки ІП «І-АР-СІ» та покращить його конкурентну позицію.

Отже, для підвищення ефективності міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» можна запропонувати такі заходи, як: відкриття представництва компанії на території Польщі для здійснення імпорتنих операцій з потенційними постачальниками побутової техніки та електроніки, пошук альтернативних постачальників, продукція яких буде не менш якісною; витіснення з ринку Польщі конкурентів; встановлення цінової політики, яка буде вигідною для підприємства та привабливою для покупців.

3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів

Проаналізувавши ринок побутової техніки Польщі, варто запропонувати підприємству «І-АР-СІ» розглянути варіант пошуку альтернативних постачальників побутової техніки та електроніки.

На прикладі заміни поточного постачальника газонокосарок EINHELL (Німеччина) на альтернативного – Vertak (Китай), можемо розглянути розрахунки ефективності імпортової операції, так як відкривши представництво у Польщі ми закуповуватимемо товар у постачальника (табл.3.2, табл.3.3). Дату поставки товару визначено з умовою, що підприємство, відреагувавши на підвищений попит на побутові товари у Польщі (який був спричинений поширенням пандемії), вже у 2021 році реалізовує запропоновані заходи, щоб мати можливість порівняти фінансові результати з фактичними (за 2020 рік).

Таблиця 3.2

Визначення ефективності імпортової операції

Умови операції

Товар	Газонокосарка GE-CM 36/37 LI
Код товару TARIC	8433 11 10 00
Умови поставки	FCA Ландау
Кількість	100
Ціна закупівлі	123,00 EUR
Ціна реалізації на ринку Польщі	999,00 PLN
Мито	0%
ПДВ	23%
Дата поставки	23.01.2021
Курс дол / грн на дату поставки	28,2561
Курс євро / грн на дату поставки	34,3651
Курс дол / злотий на дату поставки	4,04
Курс злотий / євро на дату поставки	4,63

Витрати

Сума інвойсу	12 300,00 EUR
Вартість автодоставки (витрати на розвантаження на складі включені)	2 000,00 EUR
Вартість страхування (0,4% від суми інвойсу)	49,20 EUR
Вартість митного оформлення	115,00 EUR

Продовження табл. 3.2

Матеріальні витрати імпортера (3% від суми інвойсу)	369,00 EUR
---	------------

Розрахунок ефективності

Фактурна вартість	12 300,00 EUR
Митна вартість	14 349,20 EUR
Мито	0,00 UAH
ПДВ	3 300,32 EUR
Імпортна вартість контракту	18 133,52 EUR
Дохід від реалізації на внутрішньому ринку	99 900,00 PLN
Дохід від імпоротної операції	3 443,16 EUR
Ефективність імпоротної операції	1,19

Таблиця 3.3

Визначення ефективності альтернативної імпоротної операції

Умови операції

Товар	Газонокосарка Vertak 60 V - 380 mm
Код товару TARIC	8433 11 10 00
Умови поставки	FCA Шанхай
Кількість	100
Ціна закупівельна	60,00 USD
Ціна реалізації на ринку Польщі	999,00 PLN
Мито	0%
ПДВ	23%
Дата поставки	23.01.2021
Курс дол / грн на дату поставки	28,2561
Курс євро / грн на дату поставки	34,3651
Курс дол / злотий на дату поставки	4,04
Курс злотий / євро на дату поставки	4,63

Витрати

Сума інвойсу	6 000,00 USD
Вартість автодоставки (витрати на розвантаження на складі включені)	3 000,00 USD
Вартість страхування (0,4% від суми інвойсу)	24,00 USD
Вартість митного оформлення	140,00 USD
Матеріальні витрати імпортера (3% від суми інвойсу)	180,00 USD

Розрахунок ефективності

Фактурна вартість	6 000,00 USD
Митна вартість	9 024,00 USD
Мито	0,00 UAH
ПДВ	2 075,52 USD
Імпортна вартість контракту	11 419,52 USD
Дохід від реалізації на внутрішньому ринку	99 900,00 PLN
Дохід від імпортової операції	13 308,20 USD
Ефективність імпортової операції	2,17

З огляду на результати проведених розрахунків, можемо зробити висновок, що запропонована операція є ефективною, тому підприємству «І-АР-СІ», відкривши представництво у Польщі, варто розглянути варіант пошуку альтернативних постачальників побутової техніки та електроніки для виходу на ринок цієї країни.

Враховуючи той факт, що дані з підприємства доступні за 2020 рік, здійснимо прогноз товарної структури посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» на 2022-2024 роки (табл. 3.4), враховуючи темпи росту товарів, наведені в табл. 1.1, а також запропоновані заходи щодо підвищення ефективності міжнародної посередницької діяльності підприємства, завдяки яким темпи росту кожного року зростатимуть.

Таблиця 3.4

**Прогноз товарної структури посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ»
на 2022-2024 роки, тис. грн.**

Група товарів	2020	2021	2022	2023	2024
	Фактично	Очікування	Очікування	Очікування	Очікування
Споживча комп'ютерна техніка	4697359,5	4827543,4	5899843,2	6257022,903	7199052,462
Комп'ютерна техніка та ПО	3489467	3510940,7	3667470	4345154,8	4357321,227
Побутові товари	4428938,9	5412700,2	5262022,3	5214185,752	5872911,219
Товари для дітей та підлітків	805261,62	877735,2	1116186,6	1564255,7	1515590,0
Загалом	13421027,02	14628919,4	15945522,2	17380619,2	18944874,9

Зважаючи на те, що з 2020 року попит на побутові товари та електроніку на ринку Польщі зростає, що спричинено поширенням пандемії COVID-19 та карантинними обмеженнями, що вплинули на впровадження дистанційного формату роботи, можемо стверджувати, що обсяги реалізації товарів при посередницькій діяльності ІП «І-АР-СІ» з кожним роком зростатимуть. В 2024 році планується зростання їх розмірів на 9%, порівняно з попереднім роком. Найбільша частка в товарній структурі посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» належить споживчій комп'ютерній техніці, оскільки саме ця група товарів користується найбільшим попитом серед покупців.

Як було з'ясовано у попередніх розділах роботи, серед основних сегментів світового ринку побутової техніки та електроніки найбільш перспективним для ІП «І-АР-СІ» є ринок Польщі. Прогноз географічної структури посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» на 2022-2024 роки наведемо в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

**Прогноз географічної структури посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ»
на 2022-2024 роки, тис. грн.**

Країна	2020	2021	2022	2023	2024
	Фактично	План	План	План	План
Україна	4831569,72	5266410,995	5740387,984	6257022,903	6820154,964
Польща	0	585156,7772	637820,8871	695224,767	757794,996
Азербайджан	671051,35	731445,9715	797276,1089	869030,9587	947243,745
Вірменія	805261,62	877735,1658	956731,3307	1042837,15	1136692,494
Білорусь	1610523,24	1462891,943	1594552,218	1738061,917	1894487,49
Грузія	2281574,59	2194337,915	2391828,327	2607092,876	2841731,235
Казахстан	1207892,43	1316602,749	1435096,996	1564255,726	1705038,741
Молдова	1073682,16	1170313,554	1275641,774	1390449,534	1515589,992
Узбекистан	939471,89	1024024,36	1116186,553	1216643,342	1326141,243
Загалом	13421027	14628919,4	15945522,2	17380619,17	18944874,9

З кожним роком планується зростання обсягів їх реалізації на території Польщі. Це вплине на зростання загальної суми реалізації товарів підприємства протягом 2022-2024 років.

З покращенням міжнародної конкурентної позиції та, відповідно, зростанням обсягів реалізації побутової техніки та електроніки, ІП «І-АР-СІ» збільшить розмір чистого прибутку у майбутньому.

Згідно з даними фінансової звітності ІП «І-АР-СІ» в 2020 році витрати підприємства дорівнювали 13410101 тис. грн. Прогноз витрат ІП «І-АР-СІ» на 2021-2024 роки наведемо в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Прогноз витрат ІП «І-АР-СІ» на 2022-2024 роки, тис. грн.

Показник	2020	2021		2022		2023		2024	
	Фактично	Очікування	Темп росту, %	Очікування	Темп росту, %	Очікування	Темп росту, %	Очікування	Темп росту, %
Витрати	13410101	14615808,23	108	15933600,0	109,01	17366600,00	109,03	18928600,00	109,06

Для проведення оцінки капітальних та поточних витрат та аналізу дохідності програми, ми проаналізуємо обсяг продажів на основі прогнозних обсягів договорів. Сукупні витрати, що пов'язані з виходом на ринок Польщі наведені у табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Витрати на реалізацію виходу на ринок ІП «І-АР-СІ»

	2022	2023	2024
Види робіт (обладнання)	Вартість, грн		
Оренда складського приміщення 3 000 м2	8982000	10479000	11976000
Оренда офісного приміщення 500 м2	3714000	3714000	3714000
Витрати на проведення переговорів	318600	369600	372600
Складське обладнання	1098000	983000	983000
Транспортні витрати	1821000	1821000	1883000
Разом:	15933600	17366600	18928600

Джерело: складено автором

Далі проведемо розрахунок чистого прибутку підприємства за формулою:

$$\text{ЧП} = \text{ЧД} - \text{В}, (3.1)$$

де ЧП – чистий прибуток підприємства;

ЧД – чистий дохід від реалізації;

В – сума витрат за звітний період.

Отримані показники узагальнимо в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Прогноз чистого прибутку ІП «І-АР-СІ» на 2022-2024 роки, тис. грн.

Показник	2020	2021		2022		2023		2024	
	Фактично	Очікування	Темп росту, %	Очікування	Темп росту, %	Очікування	Темп росту, %	Очікування	Темп росту, %
Доходи	13421027	14628919,4	109,2	15945522,2	109,3	17380619,2	109,3	34463139,0	109,3
Витрати	13410101	14615808,23	108	15933600,0	109,01	17366600,00	109,03	18928600,00	109,06
Чистий прибуток	10926	13111,2	112,01	11922,18	90,9	14019,17	112,02	16274,90	116,09

Із виходом на ринок Польщі ІП «І-АР-СІ» покращить результати своєї діяльності, а тобто рентабельність у 2023 році. Як відомо, рентабельність підприємства визначається шляхом поділу розміру чистого прибутку на розмір чистого доходу від реалізації продукції підприємства.

Плановий розмір рентабельності ІП «І-АР-СІ» на 2022-2024 роки наведемо в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

**Прогноз рентабельності посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ»
на 2022-2024 роки**

Показник	2020	2021		2022		2023		2024	
	Фактично	Очікування	Темп росту, %	Очікування	Темп росту, %	Очікування	План	Очікування	Темп росту, %
Доходи, тис. грн.	13421027	14628919,4	109,2	15945522,2	109,3	17380619,2	109,3	18944874,9	109,3
Чистий прибуток, тис. грн.	10926	13111,2	112,01	11922,18	90,9	14019,17	112,02	16274,90	116,09
Рентабельність, %	0,08	0,09	112,5	0,07	77,01	0,08	114,02	0,09	112,5

Як бачимо, рентабельність посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» буде зростати протягом 2023-2024 років. Посередницька діяльність ІП «І-АР-СІ», яка характеризується розширенням обсягів реалізації – є головною умовою та одним із основних інструментів досягнення стратегічних цілей підприємства.

Формування стратегічних напрямів посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» на основі системного підходу в тісному взаємозв'язку з усіма складовими маркетингу створить більше можливостей реалізувати поточні та короткострокові цілі підприємства, а також стратегічні цілі на більш віддалену перспективу.

Отже, удосконалення посередницької діяльності є ефективними для ІП «І-АР-СІ», оскільки обраний сегмент світового ринку побутової техніки та електроніки надає можливість не лише розширити посередницьку діяльність ІП «І-АР-СІ», а й призведе до зростання чистого прибутку та рентабельності підприємства у майбутньому.

Висновки до розділу 3

Для здійснення оцінювання поточної діяльності компанії та надання пропозицій щодо удосконалення стратегії розвитку холдингу на світовому ринку товарів було зроблено SWOT-аналіз, методика якого комплексно розглядає внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на подальший розвиток компанії.

Матриця SWOT-аналізу дозволяє зробити висновки про те, що сильних сторін у компанії «I-AP-CI», на яких варто концентрувати увагу, більше, ніж слабких. Також ризики, пов'язані із зовнішніми погрозами – явно переважають ті можливості, які надає ринок.

За допомогою аналізу було виявлено сильні сторони, на які варто орієнтуватися розглядаючи варіанти розвитку бізнесу на міжнародній арені. Серед головних переваг холдингу – наявність великої кількості висококонкурентних напрямків – споживча електроніка, комп'ютерні хардверні та програмні рішення для бізнесу і підприємств держсектора, побутова техніка, інші товари, включно з нішевими, на кшталт геймінгу, електротранспорту. Це дає можливість компанії зберігати лідерські позиції у своєму сегменті на міжнародному ринку. Отже, варто орієнтуватися на цей напрямок, здійснюючи вихід новий ринок. Як було з'ясовано у попередніх розділах роботи, серед основних сегментів світового ринку побутової техніки та електроніки найбільш перспективним для ІП «I-AP-CI» є ринок Польщі, адже попит на цей ряд товарів у цій країні й надалі зростатиме, що пов'язано з карантинними обмеженнями та дистанційним форматом комунікації.

ІП «I-AP-CI» має достатньо конкурентних переваг для збільшення частки ринку та розширення своєї діяльності на міжнародному ринку. Значною перевагою в діяльності ІП «I-AP-CI» є те, що підприємство реалізує лише високоякісну продукцію. Тобто це вже є першим методом конкурентної боротьби: пропозиція унікальної та якісної продукції, яку не в змозі запропонувати конкуренти.

ІП «I-AP-CI» встановлює зональні ціни, або ціни за географічних принципом, коли всі клієнти в певній зоні сплачують одну загальну ціну. Сама ціна залежить від

ступеня віддаленості певного географічного регіону.

Для підвищення ефективності міжнародної посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» можна запропонувати такі заходи, як:

1. Відкриття представництва ІП «І-АР-СІ» на території Польщі, яке здійснюватиме імпорتنі операції для збуту товарів у цій країні;
2. Пошук потенційних постачальників, товар яких не є менш якісним, проте умови співпраці є вигіднішими.
3. Витіснення з ринку Польщі конкурентів;
4. Встановлення цінової політики, яка буде вигідною для підприємства та привабливою для покупців.

У результаті проведених розрахунків на прикладі газонокосарок EINHELL, можемо зробити висновок, що підприємству «І-АР-СІ» варто розглянути варіант альтернативних постачальників, таких як китайський виробник Vertak, що за своїми функціональними характеристиками не відрізняється показниками якості, адже така операція є ефективною для розширення посередницької діяльності підприємства.

Із виходом ІП «І-АР-СІ» на ринок побутової техніки та електроніки в Польщі підприємство покращить результати своєї діяльності. Отже, удосконалення посередницької діяльності є ефективним для ІП «І-АР-СІ», оскільки обраний сегмент світового ринку побутової техніки та електроніки надає можливість не лише розширити посередницьку діяльність ІП «І-АР-СІ», а й призведе до зростання чистого прибутку та рентабельності підприємства у майбутньому.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На сьогодні у розвинених країнах залучення міжнародних посередників у бізнесі має тенденцію сталого зростання. Так, за підрахунками експертів, у США функціонують близько 20 типів посередницьких структур, а з урахуванням товарної спеціалізації їх кількість перевищує кілька тисяч. При цьому в США на незалежних посередників припадає 52% загального обсягу продажу продукції, тоді як частку гуртових філій промислових компаній – лише 40%. У Японії діють понад 120 000 посередницьких структур, частка яких припадає майже на 60% обсягу продажів продукції виробничо-технічного призначення. Посередницькі підприємства акумулюють у своїх руках значні ресурси – інформаційні, фінансові, матеріальні і трудові. Це дозволяє їм забезпечити значний потенціал зростання, мобільності, гнучкості у складних конкурентних умовах.

Світовий оптовий ринок товарами широкого асортименту зріс з 45025,1 мільярда доларів у 2020 році до 49371,76 мільярдів доларів у 2021 році при сукупному річному темпі зростання (CAGR) 9,7%. Зростання в основному пов'язане з тим, що компанії перебудовують свою діяльність та відновлюються після впливу COVID-19, який раніше призвів до обмежувальних заходів, що передбачають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, яке призвело до операційних проблем. Очікується, що ринок досягне 64334,41 мільярда доларів у 2025 році при CAGR 7%.

Дистрибуція «I-AP-CI» має чотири основні товарні напрями співпраці з бізнес-партнерами: споживча комп'ютерна техніка, комп'ютерна техніка та програмне забезпечення окремо чи в складі рішень масштабу підприємств, побутова техніка, товари для дітей та підлітків.

Згідно з результатами SWOT-аналізу було виявлено сильні сторони, на які варто орієнтуватися розглядаючи варіанти розвитку бізнесу на міжнародній арені. Серед головних переваг холдингу – наявність великої кількості висококонкурентних

напрямків – споживча електроніка, комп'ютерні хардверні та програмні рішення для бізнесу і підприємств держсектора, побутова техніка, інші товари, включно з нішевими, на кшталт геймінгу, електротранспорту. Це дає можливість компанії зберігати лідерські позиції у своєму сегменті на міжнародному ринку.

Пандемія COVID-19 змусила людей по всьому світу працювати, вчитися та проводити свій вільний час вдома, стимулюючи попит на побутову електроніку. Введення карантинних заходів спричинило значне зростання продажів у багатьох секторах ринку споживчої електроніки в 2020 році. У першому півріччі 2021 року світовий ринок споживчої електроніки зріс на +18 відсотків, отримавши 42,8 мільярда доларів доходу. Оскільки проблеми, пов'язані з COVID-19 вирішуються, очікується, що галузь зазнає періоду зростання в 2021–2022 роках. За прогнозами, у 2021–2022 роках показники галузі зростуть на шість відсотків у всьому світі.

Враховуючи ці показники, компанії зараз варто просувати свою продукцію на новий зовнішній ринок, аби закріпити свої позиції та відкривати нові перспективи для розвитку. З огляду на результати проведених досліджень, оптимальним варіантом для виходу компанії на новий ринок – є Польща.

У результаті проведених розрахунків на прикладі газонокосарок EINHELL, можемо зробити висновок, що підприємству «I-AP-CI» варто розглянути варіант альтернативних постачальників, таких як китайський виробник Vertak, що за своїми функціональними характеристиками не відрізняється показниками якості, адже така операція є ефективною для розширення посередницької діяльності підприємства.

Відповідно до оцінювання запропонованих заходів, чистий дохід від реалізації продукції ІП «I-AP-CI» збільшиться в 2025 році на 27,6% порівняно з 2021 роком.

Зі збільшенням реалізації побутової техніки та електроніки ІП «I-AP-CI» у Польщі підприємство покращить результати своєї діяльності, а тобто рентабельність.

Посередницька діяльність ІП «I-AP-CI», яка характеризується розширенням обсягів реалізації – є головною умовою та одним із основних інструментів досягнення стратегічних цілей підприємства.

Формування стратегічних напрямів посередницької діяльності ІП «І-АР-СІ» на основі системного підходу в тісному взаємозв'язку з усіма складовими маркетингу створить більше можливостей реалізувати поточні та короткострокові цілі підприємства, а також стратегічні цілі на більш віддалену перспективу.

Отже, обрані методи удосконалення посередницької діяльності є ефективними для ІП «І-АР-СІ», оскільки обраний сегмент світового ринку побутової техніки та електроніки надає можливість не лише розширити посередницьку діяльність ІП «І-АР-СІ», а й призведе до збільшення чистого прибутку підприємства у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авалян К. Многоликий дистрибьютор. Организационно-финансовые аспекты продаж / К. Авалян // Дистрибуция и логистика. – 2007. □ № 5. □ С.30–33.
2. Апопій В. Проблеми становлення торгового посередництва в Україні // Проблеми підприємництва. – 2009. – №6. – с. 29 – 31.
3. Антипина П.В. Облачные технологии в логистической деятельности // Логистика и управление цепями поставок. 2018. №. 2(85). С. 35-38.
4. Бабкин А. В., Чистякова О. В. Влияние внедрения цифровых технологий на предпринимательскую деятельность компаний // Промышленная политика в цифровой экономике: Труды науч.-практ. конф. СПб, 16-17 нояб. 2017 г. СПб, 2017. С. 23-34. DOI: 10.18720/IEP/2017.5/2
5. Бондаренко В. А., Гузенко Н. В. Аутсорсинг логистических услуг: реалии и тенденции // Финансовые исследования. 2015. №. 3 (48). С. 176-181.
6. Вікно в ЄС: путівник для українських підприємців – де і як краще виходити на європейський ринок [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mind.ua/publications/20198031-vikno-v-es-putivnik-dlya-ukrayinskih-pidpriemciv-de-i-yak-krashche-vihoditi-na-evropejskij-rinok>
7. Вихід українських компаній на польський ринок [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://euconlaw.com/>
8. Група компаній МТІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/MTI#cite_note-n11-3
9. Глобальний ринок побутової техніки та електроніки перевищив трильйон [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.gfk.com/press/global-market-for-technical-consumer-goods-exceeds-the-one-trillion-mark-1>
10. Дима О.О. Аналіз тенденцій у розвитку посередницьких операцій [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://zt.knute.edu.ua/files/2014/4\(75\)/uazt_2014_4_9.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2014/4(75)/uazt_2014_4_9.pdf)

- 11.Дугінець Г.В. Глобальні трансформації у міжнародному бізнес-середовищі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/4fcd682e2ca1fd0b81d5d559114bb787.pdf>
- 12.Дунська А.Р. Торгові посередники в зовнішньоекономічній діяльності: проблеми визначення та класифікації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/2953/1/18.pdf>.
- 13.Економіка для бізнесу та менеджменту : підручник / А. Гріффітс, С. Уолл – 2007. С. 34
- 14.Завоевать и удержать. Качественный рост компании на высококонкурентном рынке / Н.Б. Дорошук, С.В. Жмурко, Г.Н. Хижняк. – М. : Вильямс, 2007. – 240 с
- 15.Індекс глобальної конкурентоспроможності The Global Competitiveness Index [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index/>.
- 16.Індекс економічної свободи Index of Economic Freedom [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.heritage.org/index/>
- 17.Індекс легкості ведення бізнесу Doing Business [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/Rankings>.
- 18.Інтерв'ю з CEO найбільшого технодистрибутора країни [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://forbes.ua/company/naskilki-zdorozhchae-elektronika-ta-koli-znikne-defitsit-playstation-intervyu-z-seo-naybilshogo-tekhnodistributora-kraini-volodimirom-kostenkom-29102021-2682>
- 19.Калюжна Н.Г., Лежельокова В.Г. Рейтингові системи оцінювання бізнес-середовища країни // БізнесІнформ. – 2020. – №5. – с. 70-78 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-5_0-pages-70_78.pdf
- Кархова С.А. От 5PL-провайдеров к логистике нулевого уровня <https://gossovetnik.files.wordpress.com/2019/03/190103.pdf>

21. Кузьмін О. Є. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – Л.: Центр Європи, 2001. – 175 с.
22. Лукашенко Е.А. Роль посредников в повышении эффективности международного бизнеса / Е.А. Лукашенко // Экономические науки. – 2010. – №8(69). – С. 269–272.
23. Мазаракі А.А., Дугінець Г.В. Міжнародна торгівля за поширення виробничих мереж. Вісник КНТЕУ. N 6 (128). 2019. С. 5-18.
24. Маркова А.А. Основные факторы, формирующие рентабельность предприятия в условиях становления инновационной экономики региона /Маркова А.А // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики 2013 г. - №5 - с.134-138
25. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник/М45 За ред.. О А. Кириченко. – К: Знання, 2005. – 493с.
26. Міжнародна економіка: підручник / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Л.П. Кудирко [та ін.]; за заг.ред.: А.А. Мазаракі - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 824 с
27. Міжнародна економіка : підручник: в 2 ч. / за ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – Ч. 1. – 564 с.
28. Опт XXI века. Концепция развития оптовой торговли / Н.А Голошубова, В.М. Торопков, И.С. Луценко // Торговое дело. – 2006. □ № 6. – С. 4–11.
29. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : монографія / М.П. Балабан. □Полтава : РВЦ ПУСКУ – 2005. – 153 с.
30. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность : учеб.-практ. пособие / Е.А. Голиков. – М. : Экзамен, 2003. – 352 с.
31. Оптова торгівля: організація та технологія : навч.посібник. / Н.О. Голошубова, В.М. Торопков. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 256 с.

32. Організація і технологія торгівлі споживчими товарами : навч. посіб. / Н.О. Голошубова. □К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, К. □2007. □ 272с.
33. Основы оптовой торговли. Практический курс. / В.Даненбург, Р.Монкриф, В.Тейлор – СПб : Нева-Ладога-Онега, 1993. □ 212 с.
34. Офіційний сайт посольства України в Республіці Польща [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://poland.mfa.gov.ua/>
35. Офіційний сайт посольства України в Угорщині [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://hungary.mfa.gov.ua/>
36. Офіційний сайт холдингу ERC [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://erc.ua/>
37. Офіційний сайт холдингу МТІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mti.ua/>
38. Офіційний сайт «Юг-Контракт» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://yugcontract.ua/>
39. Рейтинг «100 найкращих приватних компаній» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://forbes.ua/profile/erc-267>
40. Садим Є.А. Формування концепції 5PL-логістики [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/23713/%D0%9D.%D0%BF.%D0%BA.2019%D1%82.1_p165-166.pdf?sequence=3
41. Трубей О.М. Торговельне посередництво на ринку споживчих товарів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mydisser.com/dfiles/82345442.doc>
42. Юг-Контракт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%AE%D0%B3-%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82>
43. Change in online sales of products and services due to coronavirus (COVID-19) outbreak in Poland in March 2020, by type of product and service [Електронний ресурс] –

Режимдоступу: <https://www.statista.com/statistics/1107104/poland-impact-of-coronavirus-on-online-sales/>

- 44.ConsumerElectronics E-CommerceGlobalMarketReport 2021: COVID-19 GrowthandChangeto 2030 [Электронныйресурс] – Режимдоступу: <https://www.reportlinker.com/p06151611/Consumer-Electronics-E-Commerce-Global-Market-Report-COVID-19-Growth-And-Change-To.html>
- 45.ConsumerelectronicsinHungary - statistics&facts [Электронныйресурс] – Режимдоступу:<https://www.statista.com/topics/8250/consumer-electronics-in-hungary/#dossierKeyfigures>
- 46.HaiLu, YirongSu, 2002. AnApproachTowardsOverallSupplyChainEfficiency – A FutureOrientedSolutionAndAnalysisInInboundProcess, GöteborgUniversity, ElandersNovum AB Pub, 128 p.
- 47.GlobalWholesaleMarketReport (2021 to 2030) - COVID-19 ImpactandRecovery [Электронныйресурс] – Режимдоступу: <https://bit.ly/3bD3BiR>
- 48.Gunesh, K. andHamilton, J., 2003. Logistics – A PathwayTowards ‘Sustainable’CompetitiveAdvantagefortheMultinationalEnterprise. ICEB 2003 andinTheThirdInternationalConferenceonElectronicBusiness (ICEB 2003), NUS, pp. 597-599.
- 49.RevenueoftheconsumerelectronicsmarketinHungaryfrom 2012 to 2025 <https://www.statista.com/forecasts/1248488/hungary-consumer-electronics-market-revenue>
- 50.Year-on-yeardemandgrowthofconsumerelectronicsduringthecoronavirus (COVID-19) epidemicinPolandin 2020 <https://www.statista.com/statistics/1107725/poland-interest-in-consumer-electronics-during-covid-19/>

ДОДАТКИ

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

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**

Територія **Шевченківський**

Організаційно-правова форма господарювання **Іноземне підприємство**

Вид економічної діяльності **Оптова торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням**

Дата (рік, місяць, число) **2017 01 01**

за ЄДРПОУ

38204199

за КОАТУУ

8039100000

за КОПФГ

170

за КВЕД

46.51

Середня кількість працівників **1 183**

Адреса, телефон **Олеся Гончара, бул. 42, м. Київ, 01034**

0951536715

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного 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

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на **31 грудня 2016** р.

Форма №1 Код за ДКУД **1801001**

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	89	89
первісна вартість	1001	89	89
накопичена амортизація	1002	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	12
Основні засоби	1010	6 212	53 317
первісна вартість	1011	6 212	53 317
знос	1012	-	-
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	6 301	53 418
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	159 335	388 625
Виробничі запаси	1101	109	443
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	159 226	388 182
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	114 352	872 496
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	5 938	14 731
у тому числі з податку на прибуток	1136	1 015	438
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	56 265	146 885
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	76 175	105 451
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	76 175	105 451
Витрати майбутніх періодів	1170	109 867	110 820
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-

резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	5 775	9 184
Усього за розділом II	1195	527 707	1 648 192
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	534 008	1 701 610

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 590	5 590
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(176)	4 447
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	5 414	10 037
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань		-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видачі	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	33 075	37 823
товари, роботи, послуги	1615	399 737	1 177 178
розрахунками з бюджетом	1620	-	1
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	29
розрахунками з оплати праці	1630	6	60
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	1 847	368
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	93 929	476 114
Усього за розділом III	1695	528 594	1 691 573
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	534 008	1 701 610

Керівник

Головний бухгалтер



ЕЦП Іщенко В.А.

ЕЦП Демчук О.А.

Іщенко Вадим Антонович

Демчук Ольга Анатоліївна

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

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2017	01	01

2020.11.09
ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

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

Форма N2 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	3 446 476	534 231
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховання	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(3 257 778)	(493 359)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	188 698	40 872
збиток	2095	(-)	(-)
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	25 145	61 326
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(21 327)	(13 452)
Витрати на збут	2150	(111 580)	(29 264)
Інші операційні витрати	2180	(65 316)	(64 703)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	15 620	-
збиток	2195	(-)	(5 221)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	6 261	6 746
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(16 204)	(1 169)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-



Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	5 677	356
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(1 054)	(57)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	4 623	299
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	4 623	299

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	210	2
Витрати на оплату праці	2505	47 318	18 220
Відрахування на соціальні заходи	2510	8 769	1 993
Амортизація	2515	-	-
Інші операційні витрати	2520	141 926	87 204
Разом	2550	198 223	107 419

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

ЕЦП Іщенко В.А.

Іщенко Вадим Антонович

Головний бухгалтер

ЕЦП Демчук О.А.

Демчук Ольга Анатоліївна



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

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**

Територія **Шевченківський р-н**

Організаційно-правова форма господарювання **Іноземне підприємство**

Вид економічної діяльності **Оптова торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням**

Дата (рік, місяць, день)	2017	12	31
за ЄДРПОУ	38204199		
за КОАТУУ	8039100000		
за КОПФГ	170		
за КВЕД	46.51		

Середня кількість працівників **1 360**

Адреса, телефон **вул. МАРКА ВОВЧКА, буд. 18-А, м. КИЇВ, 04073**

0951536715

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

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на **31 грудня 2017** р.

Форма №1 Код за ДКУД **1801001**

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	89	86
первісна вартість	1001	89	104
накопичена амортизація	1002	-	18
Незавершені капітальні інвестиції	1005	12	91
Основні засоби	1010	53 317	57 186
первісна вартість	1011	53 317	58 807
знос	1012	-	1 621
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	53 418	57 363
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	388 625	940 780
Виробничі запаси	1101	443	2 236
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	388 182	938 544
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	872 496	2 369 815
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	14 731	15 343
у тому числі з податку на прибуток	1136	438	647
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	72 820	168 121
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	105 451	82 354
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	105 451	82 354
Витрати майбутніх періодів	1170	179 392	215 683
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-

резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	9 184	23 790
Усього за розділом II	1195	1 642 699	3 815 886
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	1 696 117	3 873 249

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 590	5 590
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(240 840)	(319 777)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	(235 250)	(314 187)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	37 823	-
товари, роботи, послуги	1615	1 416 972	3 323 552
розрахунками з бюджетом	1620	1	1 739
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	29	879
розрахунками з оплати праці	1630	60	7 265
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	368	2 441
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	476 114	851 560
Усього за розділом III	1695	1 931 367	4 187 436
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	1 696 117	3 873 249



ЕЦП Іщенко В.А.

Іщенко Вадим Антонович

ЕЦП Демчук О.А.

Демчук Ольга Анатоліївна

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

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2018	01	01

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

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

Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 289 629	3 446 476
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	(7 762 121)	(3 257 778)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	527 508	188 698
збиток	2095	(-)	(-)
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	63 715	25 145
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(47 970)	(21 327)
Витрати на збут	2150	(405 476)	(111 580)
Інші операційні витрати	2180	(75 086)	(65 316)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	62 691	15 620
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	9 441	6 261
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(150 675)	(16 204)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-



Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	-	5 677
збиток	2295	(78 543)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(394)	(1 054)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	-	4 623
збиток	2355	(78 937)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(78 937)	4 623

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	55	210
Витрати на оплату праці	2505	118 150	47 318
Відрахування на соціальні заходи	2510	20 599	8 769
Амортизація	2515	1 640	-
Інші операційні витрати	2520	388 087	141 926
Разом	2550	528 531	198 223

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер



ЕЦП Іщенко В.А.

ЕЦП Демчук О.А.

Іщенко Вадим Антонович

Демчук Ольга Анатоліївна

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

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**

Територія **Оболонський р-н**

Організаційно-правова форма господарювання **Іноземне підприємство**

Вид економічної діяльності **Оптова торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням**

Середня кількість працівників **528**

Адреса, телефон **вул. МАРКА ВОВЧКА, буд. 18-А, м. КИЇВ, 04073**

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного 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 "у" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)

за СДРІОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
2019	01	01
38204199		
8039100000		
170		
46.51		

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на **31 грудня 2018**

р-

Форма №1 Код за ДКУД: **1801001**

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	86	72
первісна вартість	1001	104	152
накопичена амортизація	1002	18	80
Незавершені капітальні інвестиції	1005	91	141
Основні засоби	1010	57 186	107 638
первісна вартість	1011	58 807	115 776
знос	1012	1 621	8 138
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	57 363	107 851
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	940 780	1 538 862
Виробничі запаси	1101	2 236	3 782
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	938 544	1 535 080
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 369 815	4 480 903
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	15 343	2 518
у тому числі з податку на прибуток	1136	647	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	168 121	219 002
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	82 354	53 320
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	82 354	53 320
Витрати майбутніх періодів	1170	215 683	228 079
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-



резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	23 790	34 977
Усього за розділом II	1195	3 815 886	6 557 661
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	3 873 249	6 665 512

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 590	5 590
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(323 049)	(243 876)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	(317 459)	(238 286)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань		-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видачі	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	3 326 824	5 594 685
розрахунками з бюджетом	1620	1 739	1 798
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	70
розрахунками зі страхування	1625	879	391
розрахунками з оплати праці	1630	7 265	11 324
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	2 441	4 218
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	851 560	1 291 382
Усього за розділом III	1695	4 190 708	6 903 798
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	3 873 249	6 665 512

Керівник

Головний бухгалтер

Іщенко Вадим Антонович

Демчук Ольга Анатоліївна

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за СДРПЮУ

КОДИ		
2019	01	01
38204199		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2018 р.

Форма N2 Код за ДКУД **1801003**

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	12 707 178	8 289 629
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(11 783 182)	(7 762 121)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	923 996	527 508
збиток	2095	(-)	(-)
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	142 476	63 715
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(65 884)	(47 970)
Витрати на збут	2150	(689 859)	(405 476)
Інші операційні витрати	2180	(67 420)	(75 086)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	243 309	62 691
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	3 416	9 441
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(165 317)	(150 675)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	81 408	-
збиток	2295	(-)	(78 543)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(2 235)	(394)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	79 173	-
збиток	2355	(-)	(78 937)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	79 173	(78 937)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2 140	55
Витрати на оплату праці	2505	188 765	118 150
Відрахування на соціальні заходи	2510	33 659	20 599
Амортизація	2515	6 586	1 640
Інші операційні витрати	2520	591 986	388 087
Разом	2550	823 136	528 531

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

Іщенко Вадим Антонович

Демчук Ольга Анатоліївна

Іщенко Вадим Антонович

Демчук Ольга Анатоліївна

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

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СТ"**

Територія **Оболонський р-н**

Організаційно-правова форма господарювання **Іноземне підприємство**

Вид економічної діяльності **Оптова торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням**

Середня кількість працівників

1 651

Адреса, телефон **вул. МАРКА ВОВЧКА, буд. 18-А, м. КИЇВ, 04073**

0951536715

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного 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 "х" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

КОДИ		
2020	01	01
38204199		
8038000000		
170		
46.51		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на **31 грудня 2019** р.

Форма №1 Код за ДКУД **1801001**

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	72	2 464
первісна вартість	1001	152	9 696
накопичена амортизація	1002	80	7 232
Незавершені капітальні інвестиції	1005	141	1 227
Основні засоби	1010	105 623	118 187
первісна вартість	1011	113 571	141 765
знос	1012	7 948	23 578
Інвестиційна нерухомість	1015	8 487	8 171
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	8 677	8 677
Знос інвестиційної нерухомості	1017	190	506
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	34 990	34 990
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	149 313	165 039
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1 422 927	1 871 296
Виробничі запаси	1101	3 782	1 120
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	1 419 145	1 870 176
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	4 500 354	6 566 098
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	130 624	176 202
з бюджетом	1135	2 518	1 050
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11 797	5 864
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	53 320	44 808
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	53 320	44 808
Витрати майбутніх періодів	1170	5 785	6 623
Частка перестрахувальника у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-

резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	34 944	29 133
Усього за розділом II	1195	6 162 269	8 701 074
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	6 311 582	8 866 113

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 590	5 590
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(802 417)	(681 518)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	(796 827)	(675 928)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв надійних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	5 787 244	7 791 453
розрахунками з бюджетом	1620	1 799	67 159
у тому числі з податку на прибуток	1621	70	4 452
розрахунками зі страхування	1625	365	-
розрахунками з оплати праці	1630	11 324	76
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	175 084	310 879
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	4 218	26 303
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 128 375	1 346 171
Усього за розділом III	1695	7 108 409	9 542 041
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	6 311 582	8 866 113

Керівник

Іщенко Вадим Антонович

Головний бухгалтер

Демчук Ольга Анатоліївна

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**Дата (рік, місяць, число)
за СДРПОУ

КОДИ		
2020	01	01
38204199		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2019 р.Форма N2 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	12 700 836	12 553 158
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	(11 433 478)	(11 693 769)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	1 267 358	859 389
збиток	2095	(-)	(-)
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	130 755	142 476
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(104 610)	(65 884)
Витрати на збут	2150	(930 195)	(732 550)
Інші операційні витрати	2180	(83 319)	(67 420)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	279 989	136 011
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	3 416
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(151 276)	(165 317)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	128 713	-
збиток	2295	(-)	(25 890)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(7 814)	(2 235)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	120 899	-
збиток	2355	(-)	(28 125)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	120 899	(28 125)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 905	2 140
Витрати на оплату праці	2505	257 862	188 765
Відрахування на соціальні заходи	2510	44 072	33 659
Амортизація	2515	23 702	6 586
Інші операційні витрати	2520	788 585	591 986
Разом	2550	1 118 126	823 136

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

Іщенко Вадим Антонович

Демчук Ольга Анатоліївна

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

Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**

Територія **Оболонський р-н**

Організаційно-правова форма господарювання **Іноземне підприємство**

Вид економічної діяльності **Оптова торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням**

Середня кількість працівників **1 705**

Адреса, телефон **вул. МАРКА ВОВЧКА, буд. 18-А, м. КИЇВ, 04073**

0951536715

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 "ч" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

КОДИ

Дата (рік, місяць, число) **2021 грудня**

за ЄДРПОУ **38204199**

за КОАТУУ **8038000000**

за КОПФГ **170**

за КВЕД **46.51**

V

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на

31 грудня 2020

р.

Форма №1 Код за ДКУД

1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
І	2	3	4
І. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	2 575	611
первісна вартість	1001	9 807	10 295
накопичена амортизація	1002	7 232	9 684
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	119 304	148 917
первісна вартість	1011	142 882	193 059
знос	1012	23 578	44 142
Інвестиційна нерухомість	1015	8 171	7 786
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	8 677	8 677
Знос інвестиційної нерухомості	1017	506	891
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	34 990	34 990
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом І	1095	165 040	192 304
ІІ. Оборотні активи			
Запаси	1100	1 871 296	2 325 851
Виробничі запаси	1101	1 120	3 191
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	1 870 176	2 322 660
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	6 516 596	3 405 991
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	158 617	339 834
з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахований доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	57 440	60 735
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	44 808	459 387
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	44 808	459 387
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-

резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	8 648 757	6 591 798
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	8 813 797	6 784 102

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 590	5 590
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(691 818)	(680 892)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	(686 228)	(675 302)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	7 801 984	5 612 902
розрахунками з бюджетом	1620	67 159	76 335
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	281 746	112 690
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	26 303	26 764
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 322 833	1 630 713
Усього за розділом III	1695	9 500 025	7 459 404
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	8 813 797	6 784 102

Керівник

Головний бухгалтер

ЕП Іщенко Вадим
АнтонівичЕП Демчук Ольга
Анатоліївна

Іщенко Вадим Антонівич

Демчук Ольга Анатоліївна

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



Підприємство **ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО "І-АР-СІ"**

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДИ

2021 01 01

38204199

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за

Рік 2020

р.

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Форма N2 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	13 421 027	12 700 836
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	(11 933 737)	(11 433 478)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	1 487 290	1 267 358
збиток	2095	(-)	(-)
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	10 046	79 894
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(115 301)	(104 610)
Витрати на збут	2150	(968 776)	(930 195)
Інші операційні витрати	2180	(231 524)	(32 458)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	181 735	279 989
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	-
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(165 317)	(151 276)
Витрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-



продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	16 418	128 713
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(5 492)	(7 814)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	10 926	120 899
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	10 926	120 899

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	84 544	3 905
Витрати на оплату праці	2505	280 668	257 862
Відрахування на соціальні заходи	2510	49 188	44 072
Амортизація	2515	23 401	23 702
Інші операційні витрати	2520	877 801	788 585
Разом	2550	1 315 602	1 118 126

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

ЕП Іщенко Вадим
АнтоновичЕП Демчук Ольга
Анатоліївна

Іщенко Вадим Антонович

Демчук Ольга Анатоліївна