

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Міжнародної економіки і менеджменту**

**Кафедра міжнародного менеджменту**

<b>ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА</b>	Міжнародний бізнес
<b>Галузь знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>Спеціальність</b>	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Форма навчання: очна (денна)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

на тему «Розвиток експортно-імпортової діяльності українських підприємств» (на конкретному прикладі)»

здобувача Мельник Олега Валерійовича

Науковий керівник: к.е.н., доцент Фурсова О.В.

---

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: к.е.н., доцент Бурмака М.О.

---

**Київ 2024**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту**

**Кафедра міжнародного менеджменту**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«Міжнародний бізнес»**

**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ**

**07 Управління та адміністрування**

**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

**076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**

**ПОГОДЖЕНО**

Керівник проектної групи (гарант)  
освітньо-професійної програми

О.О. Євдоченко

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри

М.О. Бурмака

\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## **ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

здобувачу вищої освіти Мельник Олега Валерійовича

\_\_\_\_\_ очної (денної) \_\_\_\_\_ форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

*на тему* «Розвиток експортно-імпоротної діяльності українських підприємств» (на конкретному прикладі)»

Тему затверджено наказом ректора Університету від "04" січня 2024 р .№ 19-ст

**Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах АТ Житомирський маслозавод**

### **План кваліфікаційної бакалаврської роботи**

<b>Розділ 1</b>	Теоретико-методичні засади розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств
<b>Розділ 2</b>	Аналіз експортно-імпоротної діяльності АТ «Житомирський маслозавод»

<b>Розділ 3</b>	Шляхи розвитку експортно-імпортової діяльності АТ Житомирський маслозавод»
-----------------	--

<b>Об'єкт дослідження:</b>	організація розвитку експортно-імпортової діяльності «Житомирський маслозавод»
<b>Предмет дослідження:</b>	соціально-економічні процеси у сфері організації розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств на прикладі АТ «Житомирський маслозавод».
<b>Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:</b>	вивчення теоретичних аспектів та формування практичних рекомендацій з розробки напрямків удосконалення розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств

**Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:**

<b>У розділі 1</b>	Визначити сутність, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємств
	Дослідити критерії оцінки ефективності експортно-імпортової діяльності підприємств
	Обґрунтувати стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки
<b>У розділі 2</b>	показати організаційно-економічну характеристику АТ «Житомирський маслозавод»
	оцінити конкурентне середовище АТ «Житомирський маслозавод»
	проаналізувати експортно-імпортової діяльність АТ «Житомирський маслозавод»
<b>У розділі 3</b>	визначити напрями вдосконалення експортно-імпортової діяльності підприємства
	розробити проект виходу АТ «Житомирський маслозавод» на новий зовнішній ринок
	оцінити ефективність розробленого проекту

**Завдання підготував  
науковий керівник**

(підпис)

Фурсова О.В.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Завдання одержав  
здобувач**

(підпис)

Мельник О.В.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 60 сторінок, 19 таблиць, 8 рисунків, список використаних джерел з 50 найменувань, додатки.

### **«Розвиток експортно-імпоротної діяльності українських підприємств» (на конкретному прикладі)**

*Об'єктом дослідження* є організація розвитку експортно-імпоротної діяльності АТ «Житомирський маслозавод».

*Предметом дослідження* виступають соціально-економічні процеси у сфері організації розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств на прикладі АТ «Житомирський маслозавод».

*Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи* – вивчення теоретичних аспектів та формування практичних рекомендацій з розробки напрямків удосконалення розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- визначити сутність, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- дослідити особливості оцінки ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємств;
- обґрунтувати стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки;
- показати організаційно-економічну характеристику АТ «Житомирський маслозавод»;
- провести оцінку конкурентного середовища АТ «Житомирський маслозавод»;
- проаналізувати експортно-імпорتنу діяльність АТ «Житомирський маслозавод»;
- визначити напрями вдосконалення експортно-імпоротної діяльності підприємства;
- розробити проект виходу АТ «Житомирський маслозавод» на новий зовнішній ринок;
- оцінити ефективність розробленого проекту .

*Практичне значення отриманих результатів.* Результати дослідження можуть бути використані керівництвом АТ «Житомирський маслозавод» для прийняття управлінських рішень щодо розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємства.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2023-2024 рр.

Рік захисту роботи 2024 р.

*Ключові слова:* зовнішньоекономічна діяльність, експортно-імпортна діяльність, конкурентне середовище, стратегії виходу на зовнішні ринки, ефективність, ринок, стратегія, розвиток.

**В і д г у к**  
**про кваліфікаційну бакалаврську роботу**  
**здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту**  
**освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес»**

**Мельник Олега Валерійовича**

на тему **Розвиток експортно-імпортової діяльності українських підприємств»** (на конкретному прикладі)

1. Обґрунтування актуальності обраної теми, витриманість логічного ланцюга тема-об'єкт-предмет-мета-завдання-висновки, відповідність побудови роботи її назві, взаємозв'язок назв розділів та підрозділів (0-10 балів): \_\_\_\_\_ 10 \_\_\_\_\_
2. Рівень аналізу та повноти розгляду теоретичних концепцій, понятійного апарату досліджуваної предметної галузі; якість аналізу бібліографічних джерел; достатність глибини теоретичних досліджень за темою; цінність теоретичних висновків (0-10 балів): \_\_\_\_\_ 10 \_\_\_\_\_
3. Якість та глибина проведених досліджень, застосування аналітичних розрахунків, якісного та кількісного аналізу, відповідність методів і засобів досліджень меті й завданням дослідження, коректність інтерпретації результатів дослідження (0-15 балів): \_\_\_\_\_ 15 \_\_\_\_\_
4. Оцінка результатів досліджень; обґрунтування напрямів, наявність альтернативних підходів до вирішення досліджуваної проблеми, можливість впровадження результатів дослідження, рівень обґрунтування запропонованих рішень (0-15 балів): \_\_\_\_\_ 15 \_\_\_\_\_
5. Чіткість, обґрунтованість, практичне значення, можливість реалізації висновків (0-10 бал.): \_\_ 10 \_\_
6. Оформлення роботи та дотримання графіку виконання БДР (0-10 балів): \_\_\_\_\_ 10 \_\_\_\_\_
7. Позитивні сторони дипломної роботи: проаналізовано внутрішнє та зовнішнє конкурентне середовище досліджуваної компанії; розраховано фінансові коефіцієнти АТ «Житомирський маслозавод»; втором розроблено та запропоновано проект виходу компанії АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії; визначено основні напрями вдосконалення експортно-імпортової діяльності підприємства
8. Недоліки роботи: Суттєвих недоліків робота не має, добре структурована, має практичну цінність
9. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи (0-70 балів): \_\_\_\_\_ 70 \_\_\_\_\_  
 Допущення КБР до захисту перед ЕК як така, що сповна відповідає нормативним вимогам

**Науковий керівник** доцент, к.е.н., доцент

Фурсова О.В.

“5” червня 2024 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	12
1.1 Сутність, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємств .....	12
1.2 Оцінка ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємств .....	18
1.3 Стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки.....	26
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» .....	30
2.1 Організаційно-економічна характеристика АТ «Житомирський маслозавод» .....	30
2.2 Оцінка конкурентного середовища АТ «Житомирський маслозавод» .....	42
2.3 Аналіз експортно-імпоротної діяльності АТ «Житомирський маслозавод».....	48
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» .....	56
3.1 Напрями вдосконалення експортно-імпоротної діяльності підприємства.....	56
3.2 Розробка проекту виходу АТ «Житомирський маслозавод» на новий зовнішній ринок.....	58
3.3 Оцінка ефективності розробленого проекту .....	63
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69
ДОДАТКИ.....	76

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Українські підприємства постійно стикаються з необхідністю розвитку експортно-імпоротної діяльності для забезпечення стабільного зростання та конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Розвиток експортної діяльності дозволяє українським підприємствам розширити свої ринки збуту, залучити нові клієнти та збільшити обсяги продажів. Заходи з підтримки експортної діяльності, включаючи лояльну торговельну політику, зниження митних бар'єрів та участь у міжнародних виставках, стимулюють українських виробників до активного виходу на зовнішні ринки. Експортно-імпортна діяльність сприяє технологічному та інноваційному розвитку українських підприємств через залучення зарубіжного досвіду та технологій. Розширення експортних можливостей дозволяє українським підприємствам диверсифікувати ризики та зменшити залежність від внутрішнього ринку.

Ефективна експортно-імпортна стратегія сприяє збільшенню економічного зростання країни та підвищенню її міжнародного престижу. Вдосконалення торговельних угод та збільшення взаємодії з міжнародними партнерами сприяють підвищенню конкурентоспроможності українських товарів і послуг на світовому ринку. Підтримка експортної діяльності сприяє розвитку міжнародних виробничих ланцюгів та співпраці між українськими та зарубіжними компаніями. Залучення інвестицій у виробництво для підвищення якості та конкурентоспроможності продукції сприяє розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств. Запровадження сучасних маркетингових та логістичних підходів допомагає українським підприємствам ефективно конкурувати на міжнародному ринку та розвивати експортні потенціали країни.

Розвиток експорту дає можливість українським підприємствам вийти на нові ринки, зменшити залежність від внутрішнього ринку та укріпити економічну стійкість країни. В умовах жорсткої конкуренції на світовому ринку українські підприємства змушені постійно вдосконалювати свою продукцію та послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними. Розвиток експортно-імпортової діяльності веде до створення нових робочих місць, що сприяє зменшенню безробіття та покращенню добробуту населення. Збільшення експорту та імпорту товарів і послуг веде до збільшення надходжень до бюджету, що дає можливість уряду інвестувати в розвиток інфраструктури, освіти, охорони здоров'я та інших сфер. В умовах війни тема розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств стає ще більш актуальною. Розвиток експорту може допомогти Україні компенсувати втрати, завдані війною, та стимулювати економічне зростання.

Проблематика пошуку напрямків розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств висвітлена в наукових роботах таких авторів як: Адамів М. Є., Гребельник П. О., Березовська О. В., Васюк Т. В., Дубовик О. В., Ковальчук О. В., Ковальова І. В., Крисоватий А. І., Мельник В. М., Панасюк В. М., Птащенко О. В., Савченко Н. М., Семенов В. В., Степанова І. Ю., Сторожук О. В., Свириденко Г. М. та ін. Наукові роботи цих авторів містять цінну інформацію про проблеми та перспективи розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств. Аналіз цих робіт дозволяє зробити висновок про те, що пошук напрямків розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств є складним завданням, яке потребує комплексного підходу. Завдяки комплексному підходу українські підприємства можуть знайти перспективні напрямки розвитку експортно-імпортової діяльності та успішно конкурувати на світовому ринку.

**Метою написання роботи** виступає вивчення теоретичних аспектів та формування практичних рекомендацій з розробки напрямків удосконалення розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств.

Виходячи з поставленої мети, **завданнями написання роботи виступають:**

- визначити сутність, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- дослідити особливості оцінки ефективності експортно-імпортової діяльності підприємств;
- обґрунтувати стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки;
- показати організаційно-економічну характеристику АТ «Житомирський маслозавод»;
- провести оцінку конкурентного середовища АТ «Житомирський маслозавод»;
- проаналізувати експортно-імпортової діяльність АТ «Житомирський маслозавод»;
- визначити напрями вдосконалення експортно-імпортової діяльності підприємства;
- розробити проект виходу АТ «Житомирський маслозавод» на новий зовнішній ринок;
- оцінити ефективність розробленого проекту .

**Об'єктом дослідження** є організація розвитку експортно-імпортової діяльності «Житомирський маслозавод».

**Предметом дослідження** виступають соціально-економічні процеси у сфері організації розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств на прикладі АТ «Житомирський маслозавод».

**Методи дослідження:** індукції та дедукції; методи узагальнення і порівняння; застосування системного підходу, методів аналізу і синтезу; методи причинно-наслідкового зв'язку та абстрактно-логічний метод; спостереження.

**Інформаційна база дослідження** складається з офіційних документів, статистичних даних світових організацій, статистичних даних про стан розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

#### 1.1 Сутність, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств – це комплекс заходів, спрямованих на взаємодію підприємств зі світовим ринком для обміну товарами, послугами та капіталом з іншими країнами. Сутність зовнішньоекономічної діяльності полягає у розширенні географії діяльності підприємства за межі внутрішнього ринку, що дозволяє збільшити обсяги продажів та здобути нові ринки збуту [14, с. 25]. Ця діяльність включає в себе експорт товарів і послуг для отримання іноземної валюти, а також імпорт товарів і послуг для задоволення внутрішніх потреб підприємства та країни в цілому.

Зовнішньоекономічна діяльність сприяє розвитку міжнародних виробничих ланцюгів та стимулює технологічний обмін між країнами. Вона включає в себе також міжнародну співпрацю та участь у міжнародних проектах, що сприяє обміну досвідом та технологіями [18, с. 233]. Зовнішньоекономічна діяльність сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку шляхом пошуку нових можливостей та вдосконалення продукції. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств визначається міжнародними договорами, торговельними угодами, митними тарифами та іншими регулятивними механізмами [36, с. 115].

Вітчизняні та зарубіжні вчені приділяють багато уваги дослідженню процесу зовнішньоекономічної діяльності. У табл. 1.1 наведені підходи авторів щодо сутності поняття «зовнішньоекономічна діяльність».

Таблиця 1.1 – Підходи авторів щодо сутності поняття «зовнішньоекономічна діяльність підприємства»

Автор, джерело	Сутність поняття
Березовська О. В. [2, с. 27]	Зовнішньоекономічна діяльність – це система господарських заходів, спрямованих на виробництво, експорт, імпорт товарів, виконання робіт, надання послуг, а також здійснення інших видів зовнішньоекономічної діяльності, що не суперечать законодавству України.
Васюк Т. В. [4, с. 131]	Зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність організаційно-економічних заходів, спрямованих на реалізацію економічних інтересів України у світовому господарстві через систему зовнішньоекономічних зв'язків.
Дубовик О. В. [8, с. 57]	Зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність видів діяльності, що здійснюються резидентами та нерезидентами України на території України та за її межами з метою задоволення потреб внутрішнього ринку та участі у міжнародному поділі праці.
Ковальчук О. В. [11, с. 15]	Зовнішньоекономічна діяльність – це система економічних відносин, що виникають між резидентами та нерезидентами України у процесі експорту та імпорту товарів, послуг, капіталу, робочої сили, інтелектуальної власності та інших економічних ресурсів.
Крисоватий А. І. [15, с. 35]	Зовнішньоекономічна діяльність – це комплекс заходів, спрямованих на розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, залучення іноземних інвестицій, експорт товарів та послуг, а також на інтеграцію України у світове господарство.
Панасюк В. М. [24, с. 25]	Зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність підприємств, спрямована на виробництво, експорт та імпорт товарів, виконання робіт, надання послуг, а також інших видів зовнішньоекономічної діяльності, що не суперечать законодавству України.
Савченко Н. М. [32, с. 17]	Зовнішньоекономічна діяльність – це система господарських заходів, спрямованих на виробництво, експорт, імпорт товарів, виконання робіт, надання послуг, а також здійснення інших видів зовнішньоекономічної діяльності, що не суперечать законодавству України.
Семенов В. В. [33, с. 36]	Зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність видів діяльності, що здійснюються резидентами та нерезидентами України на території України та за її межами з метою задоволення потреб внутрішнього ринку та участі у міжнародному поділі праці.
Степанова І. Ю. [36, с. 115]	Зовнішньоекономічна діяльність – це система економічних відносин, що виникають між резидентами та нерезидентами України у процесі експорту та імпорту товарів, послуг, капіталу, робочої сили, інтелектуальної власності та інших економічних ресурсів.
Сторожук О. В. [37, с. 95]	Зовнішньоекономічна діяльність – це комплекс заходів, спрямованих на розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, залучення іноземних інвестицій, експорт товарів та послуг, а також на інтеграцію України у світове господарство.
Гребельник О. П. [13, с. 65]	Зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність видів діяльності, що здійснюються резидентами та нерезидентами України на території України та за її межами з метою задоволення потреб клієнтів.

*Джерело: побудовано на основі [2, с. 27; 4, с. 131; 8, с. 57; 11, с. 15; 15, с. 35; 24, с. 25; 32, с. 17; 33, с. 36; 36, с. 115; 37, с. 95; 13, с. 65]*

Більшість авторів [2, с. 27; 4, с. 131; 8, с. 57; 11, с. 15; 15, с. 35; 24, с. 25] сходяться на думці, що ЗЕД підприємства: здійснюється резидентами та нерезидентами України; може мати місце як на території України, так і за її межами; має на меті задоволення потреб як внутрішнього, так і зовнішнього ринків; включає в себе експорт та імпорт товарів, послуг, капіталу, робочої сили, інтелектуальної власності та інших економічних ресурсів. Деякі автори роблять акцент на специфічних аспектах ЗЕД. Зокрема, Гребельник О. П. [13, с. 65] підкреслює, що ЗЕД має бути спрямована на задоволення потреб клієнтів. Автор Крисоватий А. І. [15, с. 35] окрім вищезазначених аспектів, також згадує про розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, залучення іноземних інвестицій та інтеграцію України у світове господарство. Відсутнє єдине універсальне визначення ЗЕД підприємства, яке б охоплювало всі аспекти цієї багатогранної діяльності. Важливо зазначити, що всі представлені дефініції мають право на існування і дають уявлення про різні аспекти ЗЕД підприємства. Вибір дефініції, яка буде використовуватися в конкретному дослідженні, залежить від мети та завдань цього дослідження. Вивчення різних підходів до визначення сутності ЗЕД підприємства дозволяє краще зрозуміти цю складну та багатогранну діяльність.

Підсумовуючи вище проведене дослідження сутності зовнішньоекономічної діяльності, варто надати узагальнене визначення цього поняття. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства (ЗЕД) – це система господарських заходів, спрямованих на виробництво, експорт, імпорт товарів, виконання робіт, надання послуг, а також здійснення інших видів зовнішньоекономічної діяльності, що не суперечать законодавству України, з метою задоволення потреб як внутрішнього, так і зовнішнього ринків, диверсифікації діяльності, збільшення обсягів продажів,

отримання доступу до нових ринків, стимулювання інновацій та підвищення конкурентоспроможності.

Види зовнішньоекономічної діяльності підприємства наведені у табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Види зовнішньоекономічної діяльності підприємства

<b>Вид ЗЕД</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Приклади</b>
Експорт товарів	Вивезення товарів за межі України з метою їх продажу	Експорт зерна, металургійної продукції, машинобудівної продукції
Імпорт товарів	Ввезення товарів на територію України з метою їх купівлі	Імпорт електроніки, одягу, продуктів харчування
Експорт послуг	Надання послуг іноземним замовникам	Надання ІТ-послуг, туристичних послуг, консалтингових послуг
Імпорт послуг	Отримання послуг від іноземних постачальників	Закупівля рекламних послуг, юридичних послуг, аудиторських послуг
Виконання робіт за кордоном	Виконання робіт на території інших країн	Будівництво мостів, доріг, житлових будинків
Залучення іноземних інвестицій	Отримання капіталу з-за кордону	Залучення коштів на розвиток бізнесу, придбання нових технологій
Створення спільних підприємств	Створення спільних підприємств з іноземними партнерами	Створення спільного підприємства з виробництва автомобілів
Міжнародна кооперація	Співпраця з іноземними партнерами в рамках спільних проектів	Співпраця з іноземними компаніями в рамках науково-дослідницьких проектів
Здійснення зовнішньоекономічних бартерних операцій	Обмін товарами, послугами, роботами на інші товари, послуги, роботи без використання грошових коштів	Обмін зерна на нафту
Ліцензування	Передача права на використання об'єктів інтелектуальної власності іноземним партнерам	Ліцензування програмного забезпечення
Франчайзинг	Передача права на ведення бізнесу за певною моделлю іноземним партнерам	Франчайзинг мережі ресторанів
Інші види ЗЕД	Види ЗЕД, не перераховані вище	Транзитні перевезення, посередницька діяльність, страхування зовнішньоекономічних ризиків

*Джерело: побудовано на основі [13, с. 65]*

Підприємства здійснюють експорт продукції та послуг за межі власної країни для заробітку валютних коштів або збільшення обсягів продажів; здійснюють закупівлю товарів та послуг за кордоном для власних потреб або подальшого перепродажу на внутрішньому ринку; проводять дослідження зовнішніх ринків, аналізують попит та конкурентні можливості для планування своєї діяльності; приймають участь у виставках за межами країни для презентації своєї продукції та залучення нових клієнтів; активно працюють на приваблення іноземних інвестицій для розвитку власної діяльності та розширення бізнесу; організовують транспортування товарів та послуг через кордони для забезпечення постачання і виконання контрактів; вступають у різноманітні міжнародні організації з метою спільної роботи над питаннями виробництва, торгівлі та інвестування; можуть співпрацювати з іноземними партнерами для створення спільних підприємств для виробництва або продажу товарів і послуг; розробляють міжнародні маркетингові стратегії та проводять рекламні кампанії для просування своєї продукції на зовнішніх ринках; укладають міжнародні торгові угоди та договори з партнерами з інших країн для забезпечення взаємовигідного співробітництва [3, с. 27].

Принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємств наведені у табл. 1.3.

Важливо зазначити, що принципи ЗЕД є взаємопов'язаними та взаємозалежними. Дотримання цих принципів дозволяє підприємствам ефективно та результативно здійснювати ЗЕД, мінімізувати ризики та максимізувати прибуток. Зовнішньоекономічна діяльність повинна базуватись на взаємних вигодах для всіх сторін, що беруть участь у торговельних та інших відносинах. Підприємства повинні керуватися міжнародними стандартами та правилами, які регулюють зовнішньоекономічні відносини. Зовнішньоекономічна діяльність повинна сприяти впровадженню інноваційних технологій, продуктів та методів у виробництво та маркетинг. Усі підприємства повинні мати рівні можливості для ведення

зовнішньоекономічної діяльності без штучних обмежень або дискримінації. Підприємства повинні враховувати екологічні, соціальні та економічні аспекти своєї діяльності для забезпечення сталого розвитку. Управління зовнішньоекономічною діяльністю повинно бути відкритим, прозорим і відповідальним перед зацікавленими сторонами [27, с. 85].

Таблиця 1.3 – Принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємств

<b>Принцип</b>	<b>Характеристика</b>
Дотримання законодавства України	Здійснення ЗЕД у відповідності до норм та правил, встановлених законодавством України
Економічна вигода	Здійснення ЗЕД на основі комерційного розрахунку та з метою отримання прибутку
Рівноправність та взаємна вигода	Здійснення ЗЕД на основі рівноправності та взаємної вигоди з партнерами
Добровільність	Вільний вибір форм, методів та партнерів для здійснення ЗЕД
Відповідальність	Відповідальність за наслідки ЗЕД перед партнерами, державою та суспільством
Державна підтримка	Забезпечення державної підтримки та захисту інтересів українських підприємств на зовнішніх ринках
Диверсифікація	Диверсифікація зовнішньоекономічних зв'язків та ринків збуту
Інноваційність	Впровадження інновацій та нових технологій у ЗЕД
Конкурентоспроможність	Підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на зовнішніх ринках
Екологічна безпека	Дотримання принципів екологічної безпеки при здійсненні ЗЕД

*Джерело: побудовано на основі [33, с. 45]*

Підприємства повинні брати до уваги глобальні тенденції та використовувати глобальні ресурси для досягнення своїх цілей; вони повинні швидко реагувати на зміни у внутрішніх і зовнішніх умовах, а також адаптувати свою стратегію зовнішньоекономічної діяльності до ринкових потреб. Зовнішньоекономічна діяльність повинна базуватися на стратегічному плануванні, яке передбачає визначення довгострокових цілей і шляхів досягнення їх [4, с. 132].

Отже, зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це комплекс господарських заходів, спрямованих на взаємодію підприємств з іноземними партнерами для обміну товарами, послугами, капіталом та інформацією. Види зовнішньоекономічної діяльності: експорт імпорту товарів і послуг; участь у міжнародних виставках і ярмарках; залучення іноземних інвестицій; міжнародна логістика та транспортування; створення спільних підприємств з іноземними партнерами; участь у міжнародних консорціумах та асоціаціях; міжнародний маркетинг і реклама; участь у міжнародних торгових операціях та договорах. Принципи зовнішньоекономічної діяльності: взаємовигідності; дотримання міжнародного права і норм міжнародного співробітництва; конкурентоспроможності; інноваційності; рівних умов; сталого розвитку; відкритості та транспарентності; глобального підходу; адаптації до ринкових умов; стратегічного планування. Ці аспекти визначають роль та значення зовнішньоекономічної діяльності у розвитку підприємств, їх конкурентоспроможності та взаємовідносинах з іншими учасниками міжнародного ринку.

## **1.2 Оцінка ефективності експортно-імпортової діяльності підприємств**

В сучасних умовах ринку, успішна господарська діяльність підприємства стає вирішальною умовою для його подальшого функціонування, оскільки забезпечує його конкурентоспроможність та стабільність. Щоб подолати негативні тенденції на внутрішньому ринку України, підприємство повинно адаптуватися до реального стану справ та активно виходити на зовнішні ринки, здійснюючи експортно-імпортні операції. Зовнішньоекономічна діяльність завжди має важливе значення для господарської діяльності підприємства, незалежно від змін в економічній кон'юнктурі та правовому середовищі. Експортно-імпортні операції становлять ключову складову

зовнішньоторгових операцій та є одними з найбільш поширених у міжнародній торгівлі. Ефективне здійснення експортно-імпортних операцій забезпечує стабільний економічний стан та сприяє подальшому розвитку господарської діяльності підприємства [14, с. 25].

Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства потребує вдосконалення всього господарського апарату з метою стимулювання експортно-імпортних операцій та підтримки його конкурентоспроможності. Невід'ємною складовою цього апарату є організаційно-економічний механізм.

Етапи організації та управління міжнародної експортно-імпортною діяльністю підприємств наведені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4 – Етапи організації та управління міжнародної експортно-імпортною діяльністю підприємств

<b>Етап</b>	<b>Зміст</b>	<b>Інструменти</b>
1. Вибір ринку	Визначення та дослідження перспективних експортних/імпортних ринків	Аналіз ринку, SWOT-аналіз, PEST-аналіз
2. Вибір партнера	Пошук та вибір надійних експортних/імпортних партнерів	Участь у виставках, бізнес-місіях, B2B-платформи
3. Укладення контракту	Розробка та укладення зовнішньоекономічного контракту	INCOTERMS, юридична експертиза
4. Ціноутворення	Визначення оптимальної ціни на експортну/імпортну продукцію	Цінові стратегії, аналіз цін конкурентів
5. Логістика	Організація транспортування, страхування та зберігання експортної/імпортної продукції	Логістичні компанії, міжнародні правила торгівлі
6. Фінансування	Вибір та оформлення валютних операцій, розрахунків за експортно-імпортними контрактами	Банківські продукти, факторинг, форфейтинг
7. Митне оформлення	Дотримання митних правил та процедур при експорті/імпорті товарів	Митний кодекс України, митне декларування
8. Маркетинг	Просування експортної/імпортної продукції на зовнішніх ринках	Реклама, PR, участь у виставках
9. Контроль та облік	Контроль за виконанням експортно-імпортних контрактів, ведення обліку та звітності	Зовнішньоекономічна статистика, система контролю за виконанням контрактів

*Джерело: побудовано на основі [35, с. 65]*

Варто зазначити, що організація та управління міжнародної експортно-імпоротною діяльністю підприємств – це складний та багатогранний процес. Ефективність цього процесу залежить від кваліфікації персоналу, досконалого знання та розуміння міжнародних правил торгівлі, а також від чіткої координації роботи всіх служб підприємства, задіяних у ЗЕД [9, с. 105].

Експортно-імпорتنі операції представляють собою діяльність, яка, з одного боку, приносить підприємству ряд об'єктивних переваг, а з іншого боку, призводить до додаткових витрат і складнощів. Економічні зміни на підприємстві можуть відбутися лише після проведення організаційних перетворень у управлінні господарською діяльністю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства представляє собою узгоджену послідовність виконання конкретних етапів для виходу на зовнішній ринок. Вона виконує різноманітні функції, тому важливо створити стійкі засади для цієї діяльності, які б стали фундаментом для всієї подальшої правової та економічної структури господарської діяльності підприємства [16, с. 324]. Управлінська діяльність працівників підприємства завжди ґрунтується на основних правилах прийняття управлінських рішень під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Загальні принципи здійснення експортно-імпорتنих операцій підприємством є невеликою кількістю загальноновизнаних у всьому світі правил, які є загальновідомими істинами, яких дотримуються всі учасники міжнародних ділових операцій. Хоча цей набір принципів може різнитися в різних джерелах, вони визнані як основоположні для здійснення такої діяльності [9, с. 105].

При визначенні ефективності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств застосовується системний підхід, що надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоекономічної операції. Для

здійснення економічного аналізу потрібно обрати критерій ефективності. При виході підприємства на зовнішній ринок першочерговим його завданням стає вивчення і аналіз зарубіжного ринку збуту аналогічної продукції. Аналіз технічних характеристик продукції, що випускається підприємством продукції з точки зору вимог зовнішнього ринку дозволить визначити можливий експортний асортимент товарів. Так само необхідно проаналізувати конкурентні переваги: положення конкурентів на ринку, особливості та технічні характеристики запропонованої ними продукції, їх потенціал [5, с. 25]. Показники економічної ефективності розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств поділяються на дві групи:

- показники ефективності розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств товарів виробничого призначення (ТВ<sub>рП</sub>);
- показники ефективності розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств товарів народного споживання (ТНС) [8, с. 57].

Для розрахунку показників економічного ефекту від здійснення розвитку експортно-імпортової діяльності українських підприємств необхідно визначити повну ціну споживання за формулами:

$$Ц_C = Ц_P - E_B, \quad (1.1)$$

$$E_B = V_M + V_{BH} + V_{PEM} + V_{ZAP} + Z_P, \quad (1.2)$$

де  $Ц_C$  – повна ціна товарів виробничого призначення (ТВ<sub>рП</sub>), грн;

$Ц_P$  – купівельна ціна товарів виробничого призначення (ТВ<sub>рП</sub>), грн;

$E_B$  – експлуатаційні витрати на використання товарів виробничого призначення (ТВ<sub>рП</sub>), грн;

$V_M$  – вартість сировини і матеріалів, грн;

$V_{BH}$  – вартість палива і енергії на одиницю продукції, грн;

$V_{PEM}$  – вартість комплектування товарів виробничого призначення (ТВ<sub>рП</sub>), грн;

$V_{\text{ЗАП}}$  – вартість запчастин для товарів виробничого призначення (ТВрП), грн;

$ЗП$  – заробітна плата робітників, грн [17, с. 47].

Проводячи фінансовий аналіз, слід пам'ятати також про врахування такого важливого чинника, як значне підвищення якості продукції, заради чого найчастіше закупаються обладнання у високорозвинених країнах. Певним чином цей чинник знаходить своє відображення у підвищенні ціни товару, що випускається. Далі розраховуються показники економічної ефективності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств:

$$E_{\text{ІМП1}} = \frac{Ц_{\text{п}}}{Ц_{\text{с}}}, \quad (1.3)$$

$$E_{\text{ІМП2}} = \frac{O_{\text{п}}}{V_{\text{ІМП}}}, \quad (1.4)$$

де  $E_{\text{ІМП1}}$  та  $E_{\text{ІМП2}}$  – показники ефективності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств;

$O_{\text{п}}$  – обсяг продукції, тис. грн;

$V_{\text{ІМП}}$  – витрати на експорт даного, тис. грн [17, с. 48].

Оцінка ефективності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств для реалізації на внутрішньому ринку представлена на рис. 1.1.

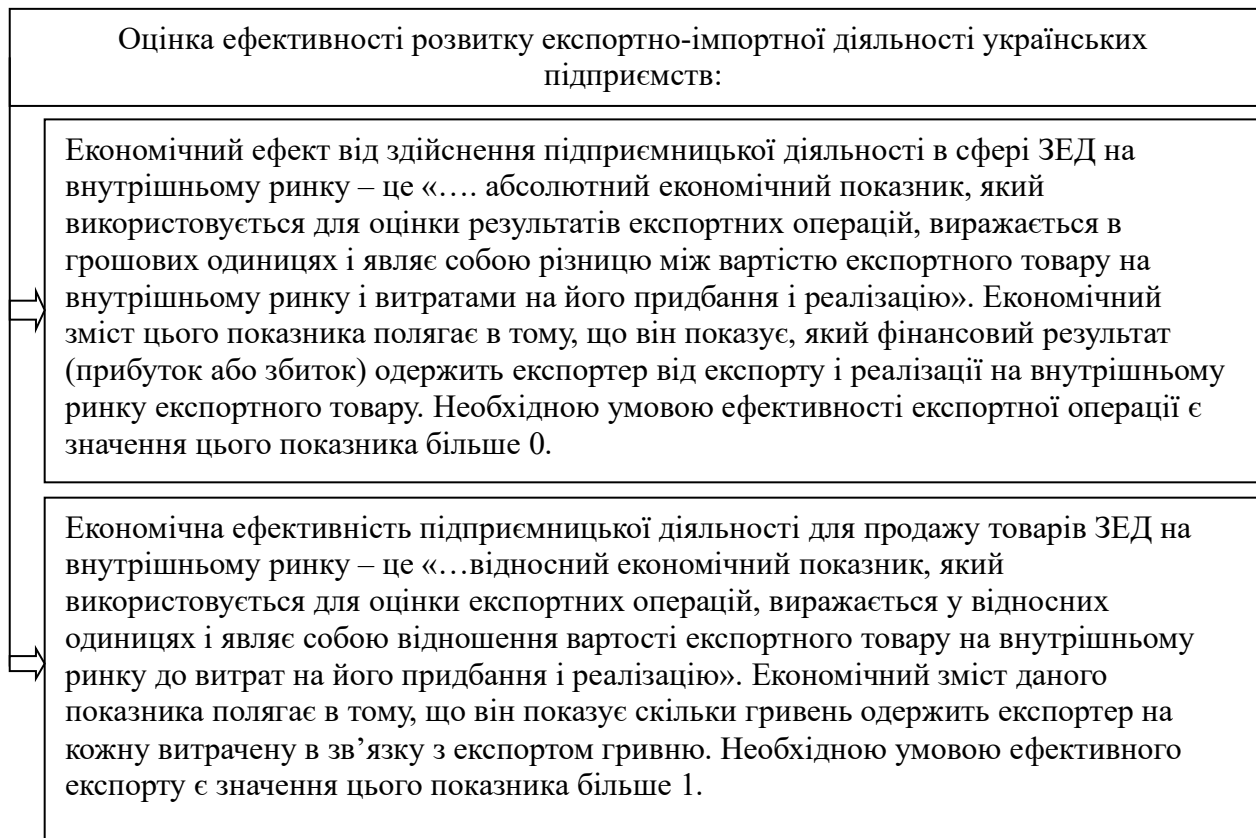


Рисунок 1.1 – Особливості оцінки ефективності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств для реалізації на внутрішньому ринку  
*Джерело: побудовано автором на основі [35, с. 67].*

Аналіз ефективності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств та її впливу на фінансовий стан і розвиток підприємства експортера може бути здійснений в наступному порядку:

- 1) аналіз структури і динаміки експорту;
- 2) оцінка ролі експорту в діяльності фірми;
- 3) аналіз ефективності експорту;
- 4) аналіз впливу експорту на основні фінансово-економічні показники фірми [9, с. 103].

Для оцінки динаміки використовується метод горизонтального аналізу. Він полягає у виявленні темпів зростання і приросту. Розрахунок ведеться як з експорту в цілому, так і по його компонентів. Методика оцінки розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств в основному виражається фактичними показниками збутової діяльності, в тому числі і на зовнішньому ринку в динаміці за ряд років [5, с. 25]. Позитивним моментом, методики є досить великий набір конкретних показників діяльності підприємства з метою досягнення узгодженого характеру конкурентоспроможності підприємства з показниками реалізації потенціалу розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств. Дана методика має такі недоліки: не містить показників для розрахунку прибутковості і рентабельності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств; методика призначена, в більшості випадків, для оцінки конкурентоспроможності організації на світовому ринку [20].

Основним завданням для підприємства-експортера (імпортера) стає постійне підвищення ефективності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств для зміцнення загального фінансового стану. Щоб виконати цю основну задачу необхідно безперервно аналізувати динаміку показників, що впливають на результат розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств підприємства [6]. Основними напрямками аналізу розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств є: аналіз стану міжнародного ринку товарів, що експортуються фірмою; аналіз конкурентних позицій на ринку; аналіз ефективності розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств та її вплив на фінансовий стан і розвиток підприємства-експортера. Особливу увагу слід приділити третьому напрямку. Метою аналізу розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств виступає визначення впливу експортних операцій на показники фінансово-економічної діяльності підприємства в цілому і оцінка

перспектив його розвитку. Результати аналізу можуть використовуватися при розробці стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств, а також можуть мати значення для кредиторів та інвесторів підприємства [8, с. 57].

Проблема вибору та реалізації ефективних експортно-імпорتنих операцій підприємства має багато аспектів, а розв'язання цих питань залежить від принципів державної зовнішньоекономічної політики, зокрема політики підтримки та стимулювання експорту, яка передбачає активне й систематичне використання найважливіших економічних, правових та адміністративних інструментів для пріоритетного розвитку зовнішньоекономічного сектору. Створення досконалої стратегії здійснення ефективної експортно-імпоротної діяльності підприємства дозволяє уникнути багатьох організаційних труднощів, адаптувати можливості експорту підприємства до змін на зовнішньому ринку та підвищити конкурентоспроможність його основної експортної продукції [5, с. 25].

Отже, ключовою умовою успішної реалізації експортно-імпорتنих операцій є їх ефективність, яка оцінюється шляхом порівняння отриманих економічних результатів з витратами ресурсів, необхідних для досягнення цих результатів. Економічні показники та ресурси мають бути піддані критеріям ефективності, адже для підприємства головним показником ефективності є прибуток. Для успішної реалізації експортно-імпорتنих операцій підприємство повинно адаптувати свою господарську діяльність як до зовнішнього середовища, так і до вдосконалення структури управління ним. Таким чином, форми та методи реалізації такої діяльності повинні постійно пристосовуватись до змін у зовнішньому середовищі.

### 1.3 Стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки

Кожне підприємство, яке перебуває на етапі активного розвитку та має стабільну бізнес-активність, починає розширювати свої господарські зв'язки і може встановити для себе завдання виходу на зовнішні ринки, що потребує відповідної стратегії. Якщо підприємство дотепер працювало виключно на внутрішньому ринку і лише тільки починає працювати над можливим виходом на зовнішні ринки, цілком доцільним буде провести аналіз всіх наявних стратегій, конкурентного досвіду та фінансових можливостей, щоб обґрунтувати свої практичні дії в цьому напрямі. Правильно обрана стратегія, адекватно сформульована місія, цілі та завдання дозволяють підприємству ефективно діяти на зовнішньому ринку, що, в подальшому, може призвести до отримання конкурентних переваг. Стратегія, як управлінський план дій, спрямований на досягнення визначених цілей, визначає основні принципи функціонування та розвитку, а також підприємницькі, конкурентні та інші функціональні заходи для досягнення бажаного стану. Розробка стратегії виходу на зовнішній ринок має свої особливості, яка полягає у врахуванні законодавства, міжнародних стандартів, традицій країн, корпорацій та ринків, на які планується виходити. Незважаючи на свої особливості, стратегія виходу на зовнішні ринки повинна базуватися на загальних принципах формування стратегії, але водночас мати власні інструменти для формування, аналізу та реалізації. Серед них – методи аналізу продукції, експорту, просування та інші. Кожне підприємство, що перебуває на стадії активного розвитку та має стабільну бізнес-діяльність, починає розширювати свої економічні зв'язки та прагне вийти на зовнішні ринки. Сучасний міжнародний ринок створює значні можливості для вітчизняних підприємств, але водночас висуває свої власні вимоги. Однією з основних характеристик зовнішніх ринків є жорстка конкуренція, тому

виходження на міжнародний ринок передбачає використання сучасних методів управління підприємством [6].

Міжнародний бізнес надає компаніям можливість інтродукції нових інновацій у світову економіку. Підприємства, що займаються експортом, зазвичай виявляються більш продуктивними, а їх працівники, як правило, отримують вищу заробітну плату. Деякі компанії розширюються на міжнародні ринки поступово, тоді як інші розпочинають свою діяльність з чистого листа. Щоб успішно працювати на міжнародному рівні протягом тривалого періоду, компанії повинні бути готові до різноманітних викликів та адаптуватися до потреб та можливостей міжнародних ринків. Прийняття рішення про вихід на зовнішній ринок відкриває різноманітні можливості, які залежать від рівня витрат, ризиків та ступеня контролю, який можна здійснювати над ними. Особливості стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки наведені у табл. 1.5.

Таблиця 1.5 – Особливості стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки

<b>Фактор</b>	<b>Характеристика</b>
1. Рівень конкуренції	На зовнішніх ринках, як правило, вища конкуренція, ніж на внутрішньому.
2. Економічні умови	Економічні умови в країнах експорту можуть істотно відрізнятися від умов в країні походження.
3. Культурні особливості	Культурні особливості та ділові практики в країнах експорту можуть відрізнятися від прийнятих в країні походження.
4. Правові та регуляторні вимоги	Правові та регуляторні вимоги в країнах експорту можуть бути складними та потребують ретельного вивчення.
5. Мовні бар'єри	Мовні бар'єри можуть ускладнювати комунікацію та ведення переговорів.
6. Логістика	Логістика та транспортування товарів на зовнішні ринки можуть бути складними та затратними.
7. Фінансування	Фінансування експортної діяльності може бути складнішим, ніж на внутрішньому ринку.
8. Маркетинг	Маркетингова стратегія на зовнішніх ринках повинна враховувати особливості цільового ринку.

*Джерело: побудовано автором на основі [17, с. 68].*

Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки передбачає систематичне планування та активне розроблення підходів для розширення діяльності за межами внутрішнього ринку. Ця стратегія вимагає аналізу міжнародних ринків та формулювання плану дій, який дозволить підприємству успішно впровадити свої продукти або послуги за кордоном. Основною особливістю стратегії є урахування міжнародних стандартів, законодавства та культурних відмінностей різних країн. Ця стратегія може бути різноманітною залежно від ринку, країни чи регіону, на який спрямована діяльність підприємства [14, с. 25].

Важливим елементом стратегії є вибір оптимального методу входу на зовнішні ринки, такого як експорт, франчайзинг, спільне підприємство або пряме інвестування. Ключовою частиною стратегії є розробка маркетингових планів, спрямованих на просування продукції чи послуг за межі національного ринку. Однією з особливостей є встановлення партнерських відносин з місцевими підприємствами або агентами з метою полегшення входу на зовнішні ринки. Важливим аспектом є також адаптація продукції чи послуг до вимог та потреб міжнародного споживача. Стратегія виходу на зовнішні ринки також передбачає розробку і впровадження ефективних систем управління міжнародною діяльністю. Ключовими принципами успішної стратегії виходу на зовнішні ринки є гнучкість, адаптивність та постійна оцінка ринкових умов і конкурентної обстановки. Види стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки наведені у табл. 1.6.

Важливо зазначити, що вибір стратегії виходу на зовнішні ринки залежить від багатьох факторів: цілі підприємства, вид продукції, розмір підприємства, фінансові можливості, особливості цільового ринку. Не існує універсальної стратегії, яка б підходила всім підприємствам. Підприємствам рекомендується ретельно вивчити всі можливі стратегії та вибрати ту, яка найкраще відповідає їхнім потребам та цілям.

Вибір правильної стратегії виходу на зовнішні ринки може допомогти підприємству успішно розширити свою діяльність на міжнародний рівень [16, с. 329].

Таблиця 1.6 – Види стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки

Вид стратегії	Характеристика	Переваги	Недоліки
1. Експорт	Прямий експорт продукції за кордон	Відносно низькі витрати	Ризик невиконання контрактів, складність логістики
2. Ліцензування	Передача права на виробництво та продаж продукції іноземному партнеру	Не потребує значних інвестицій	Втрата контролю над виробництвом та маркетингом
3. Франчайзинг	Передача права на ведення бізнесу за певною моделлю іноземному партнеру	Швидкий вихід на ринок	Втрата контролю над стандартами якості
4. Спільне підприємство	Створення спільного підприємства з іноземним партнером	Доступ до нових ресурсів та технологій	Розподіл прибутку та ризиків
5. Прямі інвестиції	Створення власного виробництва за кордоном	Повний контроль над виробництвом та маркетингом	Високі інвестиційні витрати

*Джерело: побудовано автором на основі [35, с. 117].*

Отже, вибір стратегії виходу на зовнішні ринки є важливим етапом для будь-якого підприємства, оскільки це визначає його майбутні можливості та успіх на міжнародному рівні. Кожна з вищеназваних стратегій має свої переваги і недоліки, і вибір оптимальної залежить від конкретних умов і цілей підприємства. Перед прийняттям рішення про вибір стратегії варто ретельно проаналізувати всі можливі альтернативи та їхні наслідки. Необхідно також врахувати фінансові можливості, ресурси та економічний потенціал підприємства при виборі оптимального шляху виходу на зовнішні ринки. Ефективно обрана стратегія виходу на зовнішні ринки допоможе підприємству успішно пройти процес міжнародного розширення та забезпечить йому конкурентні переваги у глобальному бізнес-середовищі.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

#### 2.1 Організаційно-економічна характеристика АТ «Житомирський маслозавод»

Акціонерне товариство «Житомирський маслозавод» є відомим виробником молочних продуктів і заморожених продуктів харчування. Компанія спеціалізується на виробництві морозива, вершкового масла, інших молочних продуктів, а також заморожених овочів, ягід та тіста. Заснований в 1981 році, АТ «Житомирський маслозавод» має багатий досвід і добре встановлену репутацію на ринку. Компанія відома своєю високою якістю продукції та використанням тільки найкращих інгредієнтів. Загальна характеристика АТ «Житомирський маслозавод» наведена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Загальна характеристика АТ «Житомирський маслозавод»

Характеристика	Опис
Назва	Акціонерне товариство «Житомирський маслозавод»
Бренд	«Рудь»
Рік заснування	1981
Юридична форма	Акціонерне товариство
Місцезнаходження	м. Житомир, Україна
Кількість працівників	540
Види діяльності	Виробництво та продаж морозива, вершкового масла, інших молочних продуктів, заморожених овочів, картоплі фрі, грибів, ягід та тіста
Обсяги виробництва	Морозиво: 40 тис. тонн/рік; Вершкове масло: 5 тис. тонн/рік
Ринки збуту	Україна, країни СНД, Європи
Власники	Петро Рудь, Оксана Вівсик
Сайт	<a href="https://rud.ua/">https://rud.ua/</a>

*Джерело: побудовано автором на основі [21].*

АТ «Житомирський маслозавод» є одним з лідерів українського ринку морозива. Компанія володіє 4 заводами з виробництва морозива, а також мережею дистриб'юторів по всій Україні. Продукція компанії експортується в 15 країн світу. АТ «Житомирський маслозавод» є лауреатом багатьох престижних нагород, таких як «Найкращий виробник морозива року», «Вибір року», «Українська народна марка».

Характеристика організаційної структури АТ «Житомирський маслозавод» наведена у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Характеристика організаційної структури АТ «Житомирський маслозавод»

<b>Підрозділ</b>	<b>Функції</b>	<b>Відповідальність</b>
Виробництво	Виробництво молочних продуктів і морозива	Забезпечення якості та ефективності виробництва
Маркетинг	Реклама, розповсюдження та продаж	Продвиження продукції на ринку, збільшення обсягів продажів
Логістика	Постачання сировини, вивезення готової продукції	Організація доставки та логістики
Фінанси	Фінансове планування, облік, звітність	Контроль за фінансовою діяльністю компанії
Виробничий планувальник	Планування виробництва, розподіл ресурсів	Оптимізація виробництва та використання ресурсів
Якість	Контроль якості продукції	Забезпечення відповідності продукції стандартам якості
Розвиток	Впровадження нових технологій, дослідження ринку	Підвищення конкурентоспроможності та розвиток компанії
Адміністрація	Управління загальною діяльністю компанії	Координація роботи всіх відділів та забезпечення гармонійної роботи

*Джерело: побудовано автором на основі [21].*

Організаційна структура АТ «Житомирський маслозавод» відповідає його розмірам, видам діяльності та стратегії розвитку. Виробничі потужності АТ «Житомирський маслозавод» обладнані сучасними технологіями для забезпечення високої продуктивності і якості виробництва. Компанія активно розвивається і постійно вдосконалює свої технологічні процеси для відповіді на потреби ринку. Вона

має широку мережу дистрибуції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. АТ «Житомирський маслозавод» дотримується всіх вимог стандартів якості і безпеки продукції. Компанія відома своєю відповідальністю перед споживачами і стежить за тим, щоб її продукція відповідала найвищим стандартам. Загальна характеристика АТ «Житомирський маслозавод» свідчить про її вплив на молочну та харчову промисловість, якість продукції та важливу роль на ринку харчових товарів.

Використовуючи фінансову звітність АТ «Житомирський маслозавод» (додатки В-3) [22], проаналізуємо динаміку складових активів підприємства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Динаміка складових активів АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. (тис. грн)

Показники	Станом на 31.12.					Відхилення 2023 до 2019 рр.	
	2019	2020	2021	2022	2023	Тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8
I. Необоротні активи							
Нематеріальні активи	825	10 376	25 631	22 492	21 969	21 144	2562,91
первісна вартість	4 869	15 484	33 146	33 657	37 080	32 211	661,55
накопичена амортизація	4 044	5 108	7 515	11 165	15 111	11 067	273,66
Незавершені капітальні інвестиції	75 796	116 330	72 969	37 531	46 045	-29 751	-39,25
Основні засоби	886 043	896 468	948 554	894 411	842 815	-43 228	-4,88
первісна вартість	1 540 677	1663396	1 807394	1895212	1 966406	425729	27,63
знос	654 634	766 928	858 840	1000801	1123591	468957	71,64
Інші фінансові інвестиції	47	47	47	47	47	0	0,00
Відстрочені податкові активи	2 121	3 412	3 509	15 018	14 362	12 241	577,13
Інші необоротні активи	17 057	28 162	9 236	1 087	13 122	-3 935	-23,07
Усього за розділом I	981 889	1054795	1059946	970 586	938 360	-43 529	-4,43
II. Оборотні активи							
Запаси	181 398	218 644	371 272	329 286	332 765	151367	83,44
Виробничі запаси	61 512	89 363	182 207	205 034	190 700	129188	210,02

Готова продукція	73 258	86 666	131 029	81 910	92 092	18 834	25,71
Товари	46 628	42 615	58 036	42 342	49 973	3 345	7,17
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	257 959	314 201	379 918	265 998	292 928	34 969	13,56
Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами	6 071	13 258	16 655	9 761	17 382	11 311	186,31
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	13 496	38 398	47 728	21 796	18 831	5 335	39,53
Інша поточна дебіторська заборгованість	345	358	401	342	333	-12	-3,48
Гроші та їх еквіваленти	36 981	48 213	56 543	557 092	420 281	383300	1036,48
Готівка	80	8	36	47	22	-58	-72,50
Рахунки в банках	36 901	48 205	56 507	557 045	420 259	383358	1038,88
Витрати майбутніх періодів	448	560	545	445	678	230	51,34
Інші оборотні активи	11	42	24	3 682	2 617	2 606	23690,91
Усього за розділом II	496709	633674	873086	1188402	1085815	589106	118,60
Баланс	1478598	1688469	1933032	2158988	2024175	545577	36,90

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Необоротні активи АТ «Житомирський маслозавод» відображають певний спад, зменшившись на 4,43% за 2019-2023 рр. Відбувся значний ріст нематеріальних активів у АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. на 2562,91% за рахунок збільшення їх первісної вартості. Незавершені капітальні інвестиції за 2019-2023 рр. у АТ «Житомирський маслозавод» показують спад на 39,25%. Упродовж 2019-2023 рр. у АТ «Житомирський маслозавод» спостерігаємо зменшення стану основних засобів на 4,88%, що пов'язане зі збільшенням обсягу зносу. Відстрочені податкові активи та інші необоротні активи також зазнали зростання.

Оборотні активи АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. значно зросли на 118,60%. Найбільш значний ріст спостерігається у грошах та їх еквівалентах АТ «Житомирський маслозавод», збільшившись на 1036,48% за 2019-2023 рр., особливо за рахунок рахунків в банках. Запаси та дебіторська заборгованість АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. також значно зросли. Упродовж 2019-2023 рр. у АТ «Житомирський маслозавод» спостерігаємо значне збільшення витрат майбутніх періодів та інших оборотних активів на 23690,91% та 118,60% відповідно. Загальна сума активів АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. зросла на 36,90%.

На рис. 2.1 наведена структура активів АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр.

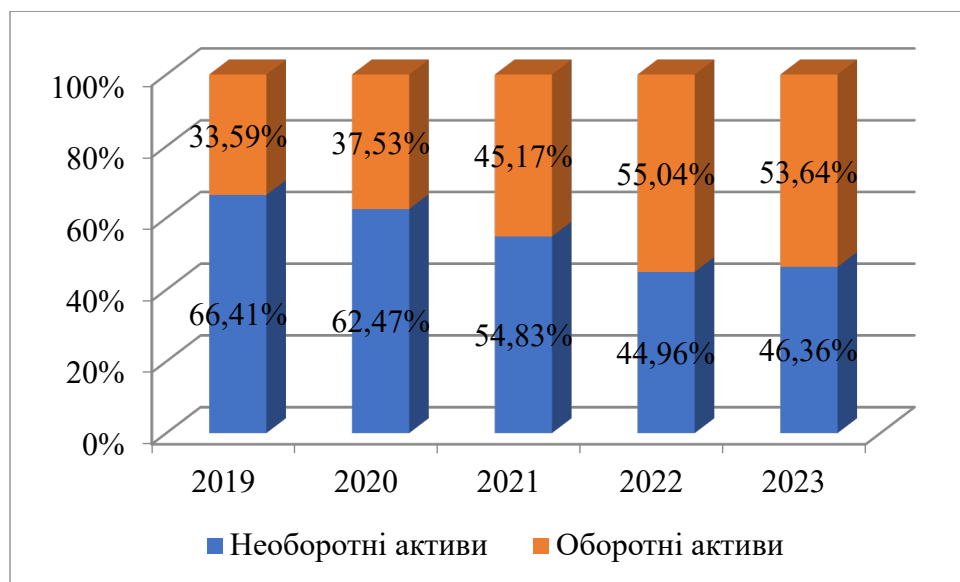


Рис. 2.1. Структура активів АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. (%)

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Відсоткове співвідношення необоротних активів АТ «Житомирський маслозавод» зменшилося з 66,41% в 2019 році до 46,36% в 2023 році. Це свідчить про

те, що компанія зменшує обсяги інвестицій у довгострокові активи, такі як основні засоби та нематеріальні активи. Водночас, відсоткове співвідношення оборотних активів АТ «Житомирський маслозавод» збільшилося з 33,59% в 2019 році до 53,64% в 2023 році. Це свідчить про зростання значущості оборотних активів у структурі активів компанії, що може бути пов'язано зі збільшенням запасів, дебіторської заборгованості або грошових ресурсів. Ці зміни в структурі активів відображають стратегічні рішення компанії, спрямовані на оптимізацію використання ресурсів та підвищення ефективності управління активами.

Використовуючи фінансову звітність АТ «Житомирський маслозавод» (додатки В-3) [22], проаналізуємо динаміку складових пасивів підприємства (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Динаміка складових пасивів АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. (тис. грн)

Показники	Станом на 31.12.					Відхилення 2023 до 2019 рр.	
	2019	2020	2021	2022	2023	Тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8
I. Власний капітал							
Зареєстрований (пайовий) капітал	5 341	5 341	5 341	5 341	5 341	0	0,00
Додатковий капітал	3 951	0	0	0	0	-3 951	-100,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1 090 575	1221275	1279454	1482673	1804490	713915	65,46
Усього за розділом I	1099867	1226616	1284795	1488014	1809831	709964	64,55
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення							
Довгострокові кредити банків	0	22 661	10 815	0	0	0	x
Інші довгострокові зобов'язання	2 357	3 613	3 229	1 637	2 607	250	10,61
Усього за розділом II	2 357	26 274	14 044	1 637	2 607	250	10,61
III. Поточні зобов'язання і забезпечення							

Короткострокові кредити банків	205 887	208 600	394 828	527 300	58 500	-147387	-71,59
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	68 197	93 113	130 434	66 156	78 079	9 882	14,49
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1 135	1 309	1 062	985	1 870	735	64,76
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування	873	695	624	699	1 530	657	75,26
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	4 315	4 787	3 728	3 423	6 453	2 138	49,55
Поточна кредиторська заборгованість за за одержаними авансами	315	708	149	250	653	338	107,30
Поточні забезпечення	13 756	13 583	12 799	11 471	15 625	1 869	13,59
Доходи майбутніх періодів	74	0	0	0	0	-74	-100,00
Інші поточні зобов'язання	81 822	112 784	90 569	59 053	49 027	-32 795	-40,08
Усього за розділом III	376 374	435 579	634 193	669 337	211 737	-164 637	-43,74
Баланс	1478598	1688469	1933032	2158988	2024175	545577	36,90

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Загальна сума власного капіталу АТ «Житомирський маслозавод» показала значний зріст на 64,55% протягом 2019-2023 рр. Найбільше збільшення власного капіталу АТ «Житомирський маслозавод» відбулося за рахунок нерозподіленого

прибутку (непокритого збитку), який зріс на 65,46% за 2019-2023 рр. Сума довгострокових зобов'язань АТ «Житомирський маслозавод» зросла на 10,61% протягом 2019-2023 рр. Спостерігаємо значний ріст обсягу інших довгострокових зобов'язань. Сума поточних зобов'язань і забезпечення АТ «Житомирський маслозавод» зменшилася на 43,74% за 2019-2023 рр. Упродовж 2019-2023 рр. спостерігаємо значний спад короткострокових кредитів банків АТ «Житомирський маслозавод» на 71,59%. Також значно зменшилися інші поточні зобов'язання. Загальна сума пасивів АТ «Житомирський маслозавод» зросла на 36,90% за 2019-2023 рр.

На рис. 2.2 наведена структура капіталу АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр.

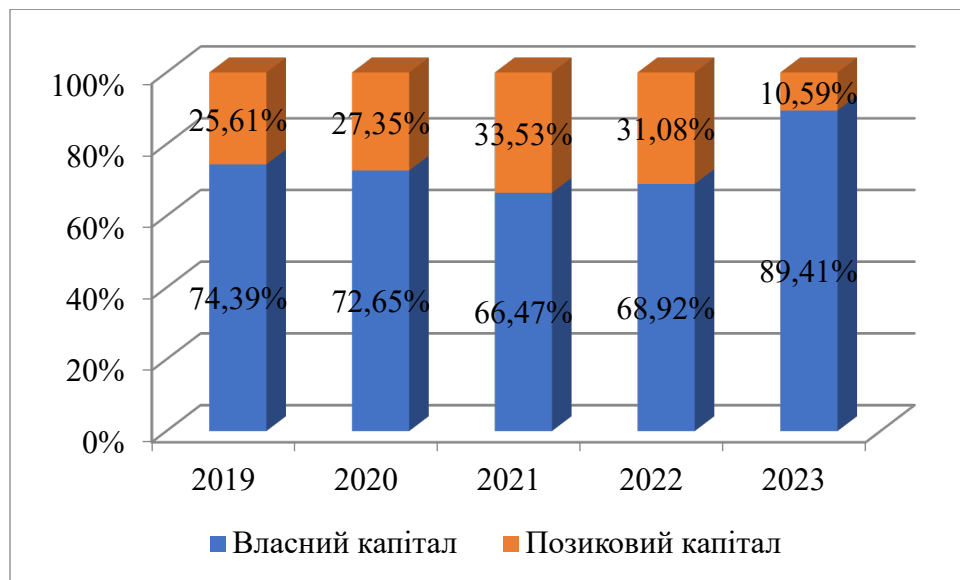


Рис. 2.2. Структура капіталу АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. (%)

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Варто відзначити, що відсоткове співвідношення власного капіталу АТ «Житомирський маслозавод» зросло протягом розглянутого періоду, з 74,39% в 2019

році до 89,41% в 2023 році, що свідчить про збільшення ролі власного капіталу у фінансовій структурі компанії. Збільшення власного капіталу є результатом ретельного управління прибутком та ефективного використання внутрішніх ресурсів для фінансування діяльності. Натомість, відсоткове співвідношення позикового капіталу АТ «Житомирський маслозавод» зменшувалося протягом розглянутого періоду, з 25,61% в 2019 році до 10,59% в 2023 році. Це свідчить про те, що компанія зменшує залежність від зовнішнього фінансування та позик, що може знижувати фінансові ризики та підвищувати стабільність фінансового стану підприємства. Така динаміка структури капіталу свідчить про позитивні тенденції у фінансовому управлінні компанією та її здатність до самофінансування.

Використовуючи фінансову звітність АТ «Житомирський маслозавод» (додатки В-3) [22], проаналізуємо динаміку показників Звіту про фінансові результати підприємства (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Динаміка показників Звіту про фінансові результати в АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. (тис. грн)

Показники	Станом на 31.12.					Відхилення 2023 до 2019 рр.	
	2019	2020	2021	2022	2023	Тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2216103	2205165	2442870	2263651	2855378	639 275	28,85
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	1581147	1643237	1899982	1562642	1919636	338 489	21,41
Валовий прибуток	634956	561928	542888	701009	935742	300786	47,37
Інші операційні доходи	5064	10 194	7211	67883	36782	31718	626,34
Адміністративні витрати	71381	64302	75114	70504	93159	21778	30,51
Витрати на збут	324391	292 950	342 400	324652	382717	58326	17,98
Інші операційні витрати	16410	9187	13204	62318	30029	13619	82,99

Фінансовий результат від операційної діяльності	227 838	205 683	119 381	311 418	466 619	238 781	104,80
Інші фінансові доходи	28	35	23	7159	8712	8684	31014,29
Інші доходи	1 537	1 995	497	170	794	-743	-48,34
Фінансові витрати	63889	46020	45649	69081	79887	15 998	25,04
Інші витрати	710	825	193	172	58	-652	-91,83
Фінансовий результат до оподаткування	164 804	160 868	74 059	249 494	396 180	231 376	140,39
Витрати з податку на прибуток	30 441	29 942	14 727	45 689	74 066	43 625	143,31
Чистий прибуток	134 363	130 926	59 332	203 805	322 114	187 751	139,73
Елементи операційних витрат							
Матеріальні затрати	1115469	1027872	1298613	982015	1312301	196 832	17,65
Витрати на оплату праці	181 252	194 453	196 765	162 685	238 646	57 394	31,67
Відрахування на соціальні заходи	33 340	36 278	36 798	30 780	40 767	7 427	22,28
Амортизація	139 697	142 490	150 554	150 507	138 756	-941	-0,67
Інші операційні витрати	282 813	357 340	460 121	359 964	327 928	45 115	15,95
Разом операційних витрат	1752571	1758433	2142851	1685951	2058398	305 827	17,45

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Чистий дохід від реалізації продукції у АТ «Житомирський маслозавод» збільшився на 28,85% за 2019-2023 рр., що свідчить про позитивну динаміку у сфері продажу продукції. Собівартість реалізованої продукції у АТ «Житомирський маслозавод» зросла на 21,41% за 2019-2023 рр. Однак, цей ріст відбувся на меншому відсотку порівняно зі зростанням доходу, що може вказувати на певне підвищення ефективності виробництва. Валовий прибуток АТ «Житомирський маслозавод» зріс на 47,37% за 2019-2023 рр., що свідчить про позитивні тенденції в операційній діяльності компанії. Фінансовий результат від операційної діяльності АТ «Житомирський маслозавод» значно зріс на 104,80% за 2019-2023 рр., що вказує на покращення фінансової ефективності компанії. Чистий прибуток АТ «Житомирський

маслозавод» зріс на 139,73% за 2019-2023 рр., що свідчить про значний позитивний фінансовий результат. Матеріальні затрати АТ «Житомирський маслозавод» зросли на 17,65% за 2019-2023 рр., витрати на оплату праці АТ «Житомирський маслозавод» збільшилися на 31,67% за 2019-2023 рр., а відрахування на соціальні заходи підприємства зросли на 22,28% за 2019-2023 рр. Ці збільшення вказують на зростання витрат в різних сферах діяльності компанії. Загальною тенденцією можна вважати позитивний зріст у фінансових показниках, що свідчить про покращення фінансового стану АТ «Житомирський маслозавод».

Розрахунок фінансових коефіцієнтів АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. проведений у табл. 2.6.

Таблиця – 2.6 Розрахунок фінансових коефіцієнтів АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр.

Показник	Формула	2019	2020	2021	2022	2023
Коефіцієнт автономії	$(\text{Власний капітал} / \text{Баланс}) * 100\%$	71,2%	70,4%	70,5%	71,7%	72,3%
Коефіцієнт фінансової стійкості	$(\text{Власний капітал} / (\text{Власний капітал} + \text{Довгострокові зобов'язання})) * 100\%$	98,9%	97,9%	98,0%	98,9%	99,0%
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$(\text{Власний оборотний капітал} / \text{Власний капітал}) * 100\%$	57,4%	58,9%	60,1%	58,4%	59,2%
Коефіцієнт загальної ліквідності	$(\text{Оборотні активи} / \text{Поточні зобов'язання})$	2,6	2,4	2,8	3,3	3,6
Коефіцієнт швидкої ліквідності	$((\text{Оборотні активи} - \text{Запаси}) / \text{Поточні зобов'язання})$	1,6	1,5	1,8	2,2	2,4
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$(\text{Гроші та їх еквіваленти} / \text{Поточні зобов'язання})$	0,5	0,4	0,5	0,8	0,7
Рентабельність власного капіталу	$(\text{Чистий прибуток} / \text{Власний капітал}) * 100\%$	12,2%	11,7%	5,4%	18,6%	29,2%
Рентабельність продажів	$(\text{Чистий прибуток} / \text{Чистий дохід}) * 100\%$	6,1%	5,9%	2,4%	9,0%	11,3%
Рентабельність активів	$(\text{Чистий прибуток} / \text{Баланс}) * 100\%$	5,7%	5,5%	2,3%	8,8%	11,0%
Оборотність активів	$(\text{Чистий дохід} / \text{Баланс})$	2,4	2,3	2,5	2,3	2,4
Оборотність власного капіталу	$(\text{Чистий дохід} / \text{Власний капітал})$	3,4	3,3	3,5	3,3	3,4

Період оборотності дебіторської заборгованості	(Дебіторська заборгованість / Чистий дохід) * 365 днів	84	98	82	70	65
Період оборотності кредиторської заборгованості	(Кредиторська заборгованість / Чистий дохід) * 365 днів	59	67	58	53	49

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Коефіцієнт автономії АТ «Житомирський маслозавод» зріс з 71,2% в 2019 році до 72,3% в 2023 році, що свідчить про збільшення частки власних коштів у загальній структурі активів. Коефіцієнт фінансової стійкості залишався стабільним на рівні близько 98-99% протягом усього періоду спостереження, що свідчить про стабільність в балансів між власним капіталом та довгостроковими зобов'язаннями. Коефіцієнт загальної ліквідності АТ «Житомирський маслозавод» зріс з 2,6 в 2019 році до 3,6 в 2023 році, що свідчить про покращення спроможності компанії погашати поточні зобов'язання за допомогою оборотних активів. Рентабельність власного капіталу АТ «Житомирський маслозавод» значно зростала з 12,2% в 2019 році до 29,2% в 2023 році, що свідчить про високу ефективність використання власних ресурсів компанією. Період оборотності дебіторської заборгованості зменшувався з 84 днів в 2019 році до 65 днів в 2023 році, що вказує на покращення у врегулюванні платежів з клієнтами. Період оборотності кредиторської заборгованості також зменшувався, що свідчить про збільшення ефективності у взаємовідносинах з постачальниками. У цілому, розглянуті фінансові коефіцієнти свідчать про позитивну динаміку та стабільність фінансового стану АТ «Житомирський маслозавод» протягом останніх п'яти років.

Отже, АТ «Житомирський маслозавод» – це успішне та динамічно розвиваюче підприємство, яке є одним з лідерів українського ринку морозива. Упродовж 2019-2023 рр. спостерігаємо зростання відсоткового співвідношення власного капіталу з 74,39% в 2019 році до 89,41% в 2023 році. Це свідчить про збільшення ролі власного капіталу у фінансовій структурі компанії. Збільшення власного капіталу може бути результатом

ретельного управління прибутком та ефективного використання внутрішніх ресурсів для фінансування діяльності. Натомість, відсоткове співвідношення позикового капіталу зменшувалося протягом розглянутого періоду, з 25,61% в 2019 році до 10,59% в 2023 році. Це вказує на те, що компанія зменшує залежність від зовнішнього фінансування та позик, що може знижувати фінансові ризики та підвищувати стабільність фінансового стану підприємства. Така динаміка структури капіталу свідчить про позитивні тенденції у фінансовому управлінні компанією та її здатність до самофінансування.

## **2.2 Оцінка конкурентного середовища АТ «Житомирський маслозавод»**

Ринкова кон'юнктура диктує необхідність підтримки високого рівня конкурентоздатності, яка є ключовим фактором успіху будь-якої компанії як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку. Ефективне управління процесами конкурентоздатності дозволить організації постійно вдосконалюватися та оптимізувати всі аспекти діяльності, що, в свою чергу, призведе до отримання конкурентних переваг та, зрештою, до стійкого прибутку.

Підтримка високого рівня конкурентоспроможності є ключовою у сучасних умовах ведення бізнесу, як на внутрішніх, так і на міжнародних ринках. Ефективне керування процесами конкурентоспроможності допомагає підприємству постійно вдосконалюватися і керувати всіма аспектами своєї діяльності, що дозволяє досягти конкурентних переваг і, в кінцевому результаті, забезпечити прибутковість. Для оцінки частки ринку АТ «Житомирський маслозавод» у сегменті морозива приведемо дані про обсяг клієнтів. Обрано цей сегмент, оскільки компанія реалізує більше 70% своєї продукції саме на цьому ринку.

Варто відзначити, що найбільший обсяг виробництва належить ТМ Рудь, а головними конкурентами є ТМ Ласунка. Для подальшого успішного розвитку і збереження конкурентоспроможності підприємство повинно вжити ряд обґрунтованих заходів. Основними пріоритетами стратегічного розвитку АТ «Житомирський маслозавод» є підвищення якості продукції, зниження витрат та підвищення рентабельності.

Для оцінки частки ринку, яку займає АТ «Житомирський маслозавод» у сегменті морозива, розглянемо дані про обсяг клієнтської бази (рис. 2.3).

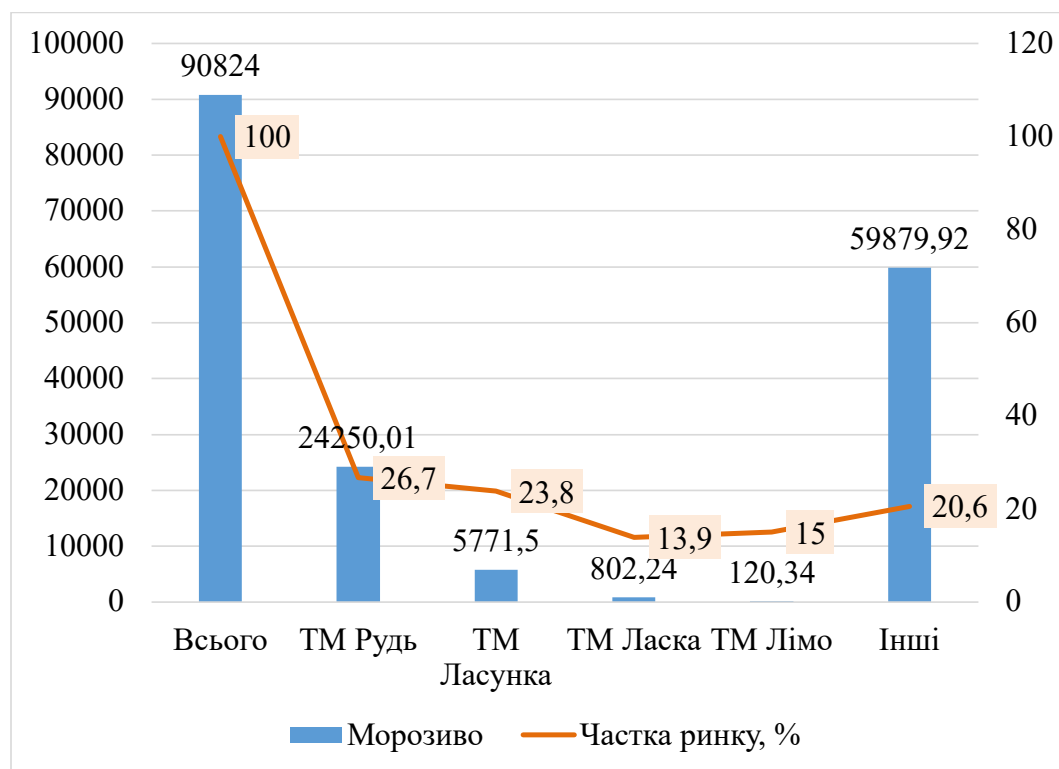


Рис. 2.3. Обсяг виробництва морозива підприємствами у 2023 р.

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Загальний обсяг виробництва морозива підприємствами за 2023 рік склав 90824 тонни. Найбільшу частку ринку (26,7%) займає ТМ Рудь. ТМ Ласунка та ТМ Ласка є

головними конкурентами ТМ Рудь, їхні частки ринку становлять 23,8% та 13,9% відповідно. Частки ринку ТМ Лімо та інших виробників морозива становлять 15% та 20,6% відповідно. АТ «Житомирський маслозавод» є одним із лідерів ринку морозива в Україні. Проте, для збереження та зміцнення своїх позицій компанії необхідно вживати заходів щодо підвищення якості продукції, зниження витрат та розширення ринкової частки. Для успішної реалізації стратегії конкурентоздатності АТ «Житомирський маслозавод» необхідно впровадити ряд обґрунтованих заходів. Пріоритетними напрямками стратегічного розвитку компанії визначено: підвищення якості продукції, зниження витрат на одиницю продукції, підвищення рентабельності. Вдосконалення цих аспектів діяльності дозволить компанії зміцнити свої позиції на ринку, розширити клієнтську базу та досягти стійкого конкурентного переваги.

У табл. 2.7 представлені основні групи конкурентів АТ «Житомирський маслозавод» у розрізі продуктових категорій.

Таблиця 2.7 – Аналіз конкурентів АТ «Житомирський маслозавод»

<b>Продукція</b>	<b>Конкурентні групи</b>
Морозиво	ТМ Ласунка, ТМ Лімо, «Фірма Ласка» (ТМ Ласка), «Хладопром» (ТМ Хладік) та інші
Молочна продукція	ТМ Молокія, ТМ Яготинське, ТМ Волошкове поле, ТМ Простоквашино, місцеві молокозаводи та інші
Заморожені продукти (овочі, тісто)	ТМ Хуторок, ТМ Файола, ТМ Нортекс та інші

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Вплив конкуренції на діяльність організації проявляється у багатьох аспектах управління. В умовах жорсткої конкуренції саме конкуренти, а не клієнти, в значній мірі визначають, які товари та послуги можна успішно продати на ринку, а також за якими цінами. Нехтування конкуренцією та переоцінка ринкових можливостей може призвести до значних втрат та кризових явищ навіть для великих виробничих підприємств. Конкуренція спостерігається не лише за клієнтів, але й за інші ресурси,

необхідні для ведення бізнесу, такі як трудові ресурси, матеріали, капітал та доступ до новітніх технологій. Важливо розуміти, що конкуренція є невід'ємною частиною ринкової економіки та слугує рушійною силою для розвитку та вдосконалення підприємств.

Для успішного ведення конкурентної боротьби АТ «Житомирський маслозавод» необхідно:

- Проводити постійний моніторинг конкурентного середовища та аналізувати дії конкурентів.
- Розробляти та впроваджувати конкурентноспроможні стратегії розвитку.
- Постійно вдосконалювати якість продукції та послуг.
- Оптимізувати виробничі та управлінські процеси.
- Формувати стійкі партнерські відносини з постачальниками та дистриб'юторами.
- Ефективно використовувати маркетингові інструменти для просування продукції та послуг.

Впровадження цих заходів дозволить АТ «Житомирський маслозавод» зміцнити свої позиції на ринку, розширити ринкову частку та досягти стійкого конкурентного переваги. Важливо зазначити, що конкурентне середовище може спонукати компанії до співпраці, наприклад, до угод про розподіл ринку або спільних проектів. Розглянемо детальніше основних конкурентів АТ «Житомирський маслозавод» на ринку морозива (табл. 2.8).

Варто відзначити, що АТ «Житомирський маслозавод» має сильні позиції на ринку морозива, але компанії постійно потрібно вдосконалювати свою роботу, щоб зберегти та зміцнити конкурентну перевагу. Контактна аудиторія АТ «Житомирський маслозавод» включає фінансові компанії, банки, страхові компанії, державні установи

та місцеві контактні аудиторії, а також внутрішні контактні аудиторії, такі як керівництво, робітники та обслуговуючий персонал.

Таблиця 2.8 – Порівняльна характеристика конкурентів АТ «Житомирський маслозавод»

Торгова марка (ТМ)	Характеристика	Переваги / Недоліки в порівнянні з ТМ Рудь
ТМ Ласунка	Більше 1000 працівників, п'ять заводів у Дніпрі, Тернополі та Нікополі. Виробництво понад 23,5 тис. тонн морозива на рік. Міжнародний сертифікат FSSC 22000. Реклама за участю зірок (наприклад, О. Полякова). Ширший асортимент, ніж у ТМ Рудь.	Менші потужності, ніж у ТМ Рудь. Гірша рекламна кампанія.
ТМ Лімо	Входить до п'ятірки найкращих українських виробників морозива. 110 видів морозива в асортименті. Три золоті медалі за дизайн упаковки.	Менші потужності, ніж у ТМ Рудь. Гірша рекламна кампанія.
ТМ Ласка	Один із лідерів ринку морозива. Продукція представлена у всіх регіонах України та експортується до Молдови, Грузії, Азербайджану, Ізраїлю, Сенегалу, Іраку та інших країн. Міжнародний сертифікат FSSC 22000.	Менші потужності та асортимент, ніж у ТМ Рудь.
ТМ Хладік	Потужність виробництва понад 100 тонн морозива на добу. Асортимент – більше 80 видів.	Менші потужності та асортимент, ніж у ТМ Рудь. Гірша рекламна кампанія.

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Ринок молочних продуктів України за рівнем насиченості та асортиментом практично не поступається ринку європейських країн. Наприклад, на ринку морозива представлено близько 1000 найменувань, а вітчизняна продукція займає 90% його частки. Використовуючи метод експертних оцінок, було проведено дослідження конкурентного середовища та визначено місце АТ «Житомирський маслозавод» серед основних конкурентів (табл. 2.9). Для аналізу конкурентоспроможності морозива експертами було виділено чотири ключових показники: рівень цін, смакові якості, вміст молока, оцінка пакування. Кожному з цих показників було присвоєно певний коефіцієнт вагомості, що відображає його важливість для споживачів.

Таблиця 2.9 – Оцінка конкурентоспроможності АТ «Житомирський маслозавод» та головних конкурентів

Показник	Коефіцієнт вагомості	ТМ «Рудь»		ТМ «Ласунка»		ТМ «Лімо»	
		Бал	Зважена оцінка	Бал	Зважена оцінка	Бал	Зважена оцінка
Рівень цін	0,2	8	1,6	6	1,2	8	1,6
Смакові якості	0,5	8	2,4	10	3,0	5	2,5
Оцінка пакування	0,4	8	3,2	5	2,0	5	2,0
Вміст молока	0,5	8	4,0	8	4,0	9	4,5
Інші критерії	0,1	8	0,8	0	0	0	0
<b>Усього</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>10,7</b>	<b>-</b>	<b>10,6</b>

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Згідно з результатами дослідження, ТМ «Рудь» має найвищий загальний бал конкурентоспроможності (12), за нею йдуть ТМ «Ласунка» (10,7) та ТМ «Лімо» (10,6). АТ «Житомирський маслозавод» поступається ТМ «Ласунка» за загальним балом, але має незначну перевагу над ТМ «Лімо». Аналіз компонентів конкурентоспроможності свідчить про те, що: ТМ «Рудь» має найвигідніші ціни, ТМ «Ласунка» лідирує за смаковими якостями та оцінкою пакування, АТ «Житомирський маслозавод» має найвищий вміст молока у своїй продукції. Незважаючи на досить високу якість продукції, АТ «Житомирський маслозавод» програє ТМ «Ласунка» через слабке управління стратегіями розвитку, зокрема, через недостатню рекламну підтримку. Це є однією з ключових проблем, яку компанії необхідно вирішити для покращення своїх конкурентних позицій.

Отже, ринок молочних виробів в Україні майже не відрізняється від ринку європейських країн за насиченістю та асортиментом. Аналіз конкурентів показав, що їхній асортимент та якість продукції варіюються, а також мають свої переваги та недоліки у порівнянні з АТ «Житомирський маслозавод». Використовуючи метод експертної оцінки, було визначено, що АТ «Житомирський маслозавод» має свої

конкурентні переваги та слабкі сторони порівняно з головними конкурентами. Оцінка конкурентного середовища показала, що АТ «Житомирський маслозавод» має потенціал для успішної конкуренції на ринку, проте для цього необхідно продовжувати працювати над стратегіями розвитку та підвищенням якості продукції.

### **2.3 Аналіз експортно-імпоротної діяльності АТ «Житомирський маслозавод»**

Глобалізація та інтеграція у світовий економічний простір змушують підприємства активно впроваджувати експортно-імпортні стратегії для забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності. АТ «Житомирський маслозавод» відомий своєю високоякісною молочною продукцією та займає важливе місце на ринку України. Аналіз експортно-імпоротної діяльності АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. проведений у табл. 2.10.

За 2019-2023 рр. експортно-імпортна діяльність АТ «Житомирський маслозавод» відображає певні тенденції та зміни, які варто проаналізувати для кращого розуміння його позиції на міжнародних ринках. Обсяг експорту за 2019-2023 рр. в АТ «Житомирський маслозавод» зріс з 2,216 млн грн у 2019 році до 2,855 млн грн у 2023 році, показавши збільшення на 28.9%. Частка експорту в загальному обсязі продажів також зросла з 49.9% у 2019 році до 51.2% у 2023 році, підкреслюючи збільшення важливості міжнародних ринків для підприємства. Топ-5 країн-експортерів залишалися стабільними протягом періоду дослідження, з Німеччиною, Польщею, Румунією, Молдовою та Ізраїлем як основними партнерами (рис. 2.4).

Таблиця 2.10 – Аналіз експортно-імпоротної діяльності АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр.

Показник	2019	2020	2021	2022	2023	Зміна за 2019-2023 рр., %
Експорт						
Обсяг експорту (грн)	2216103	2205165	2442870	2263651	2855378	28.9
Зміна обсягу експорту, %	-	-5.5	10.8	-7.4	26.2	-
Частка експорту в загальному обсязі продажів (%)	49.9	48.7	52.1	48.7	51.2	2.6
Зміна частки, %	-	-2.4	6.8	-6.8	5.1	-
Топ-5 країн-експортерів	Німеччина, Польща, Румунія, Молдова, Ізраїль	Німеччина, Польща, Румунія, Молдова, Ізраїль	Німеччина, Польща, Румунія, Молдова, Ізраїль	Німеччина, Польща, Румунія, Молдова, Ізраїль	Німеччина, Польща, Румунія, Молдова, Ізраїль	-
Імпорт						
Обсяг імпорту (грн)	1581147	1643237	1899982	1562642	1919636	21.4
Зміна обсягу імпорту, %	3.9	16.0	-17.8	23.5	-0.1	-
Топ-5 країн-імпортерів	Німеччина, Польща, Франція, Італія, Нідерланди	Німеччина, Польща, Франція, Італія, Нідерланди	Німеччина, Польща, Франція, Італія, Нідерланди	Німеччина, Польща, Франція, Італія, Нідерланди	Німеччина, Польща, Франція, Італія, Нідерланди	-
Вплив на фінансові показники						
Чистий прибуток від експортно-імпоротної діяльності (грн)	164804	160868	74059	249494	396180	140.5
Зміна чистого прибутку, %	-	-2.4	-54.3	234.8	59.0	-
Частка чистого прибутку від експортно-імпоротної діяльності в загальному чистому прибутку (%)	62.3	62.2	28.3	72.7	85.2	37.0
Зміна частки, %	-	-0.2	-54.7	157.5	37.0	-

Джерело: побудовано автором на основі [22].

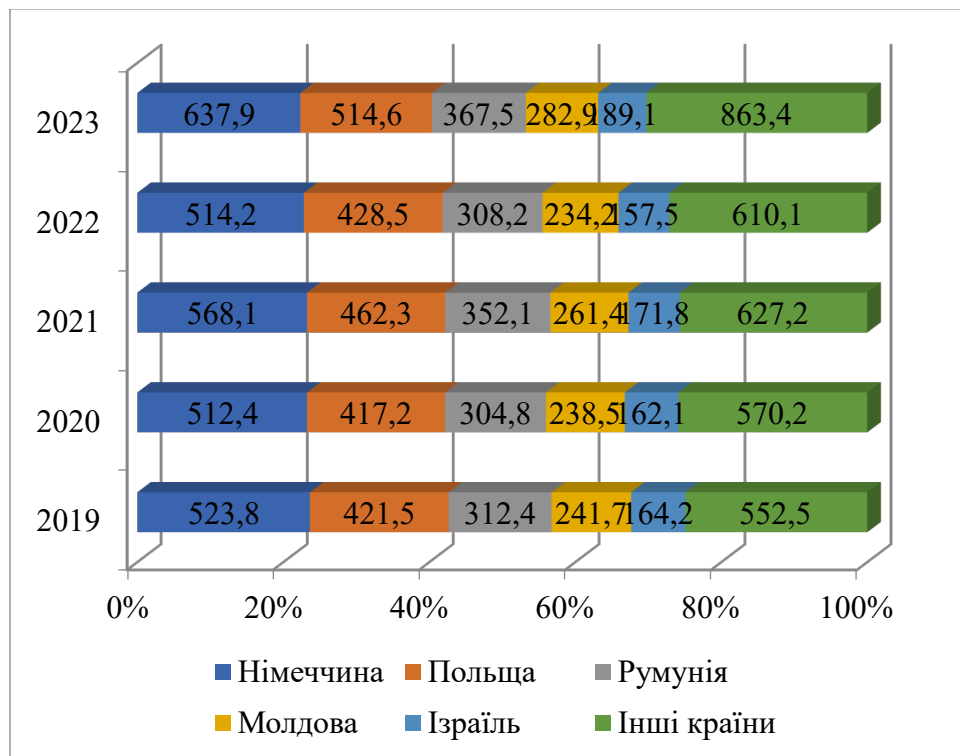


Рис. 2.4. Географічна структура експорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. (грн)

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Німеччина та Польща зберігали стабільно великий обсяг експорту протягом усього періоду. Румунія, Молдова та Ізраїль також відзначалися стабільними обсягами експорту, з незначними коливаннями протягом періоду. Інші країни відігравали значну роль у загальному обсязі експорту, збільшившись майже на 56% в 2023 році порівняно з 2019 роком. Загалом, географічна структура експорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» свідчить про міжнародний характер його діяльності, а також різноманіття географічних ринків, на яких підприємство присутнє.

Асортиментна структура експорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. наведена на рис. 2.5.

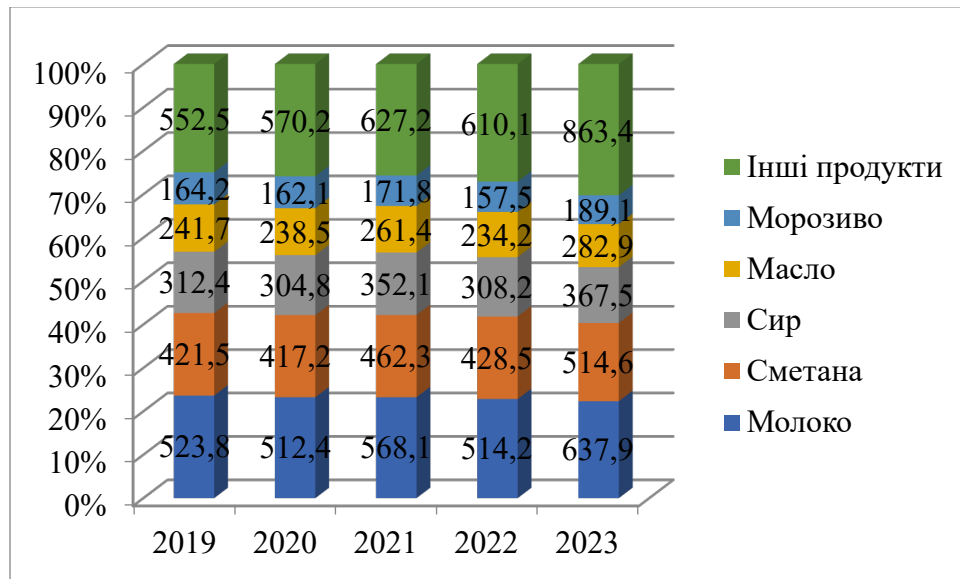


Рис. 2.5. Асортиментна структура експорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. (грн)

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Молоко і сметана відігравали ключову роль у структурі експорту протягом усього періоду, їхні обсяги майже збільшилися на 22% в 2023 році порівняно з 2019 роком. Сир та масло також мали стабільний обсяг експорту з незначними коливаннями впродовж років. Морозиво показувало помірну зростаючу тенденцію, збільшившись майже на 15% протягом періоду. Інші продукти відігравали значну роль у загальній структурі експорту, їхня частка в 2023 році зросла майже на 56% порівняно з 2019 роком, що свідчить про розширення асортименту продукції, експортованої підприємством.

Обсяг імпорту за 2019-2023 рр. в АТ «Житомирський маслозавод» також показав позитивну динаміку, зростаючи з 1,581 млн грн у 2019 році до 1,920 млн грн у 2023 році, що становить збільшення на 21,4%. Проте, варто відзначити коливання у зміні обсягу імпорту, з високими змінами у 2020 та 2022 роках, а також високим

зниженням у 2021 році. Топ-5 країн-імпортерів залишалися такими ж, з Німеччиною, Польщею, Францією, Італією та Нідерландами як головними постачальниками (рис. 2.6).

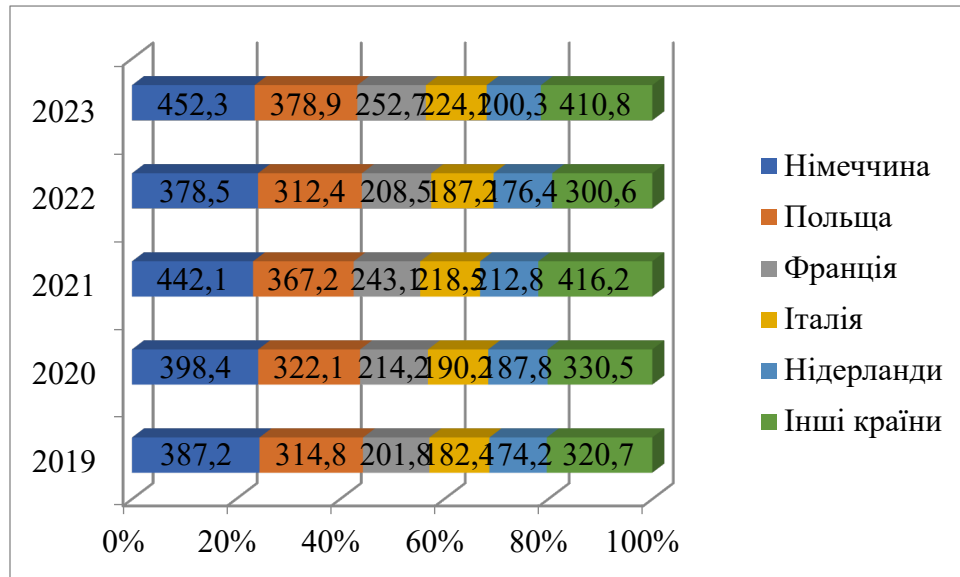


Рис. 2.6. Географічна структура імпорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. (грн)

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Німеччина і Польща були основними країнами-імпортерами продукції усіх років, з Німеччиною ще більшою, ніж з Польщею. Франція, Італія та Нідерланди також були важливими партнерами для імпорту продукції АТ «Житомирський маслозавод». За весь період інші країни зазнали значних змін у вартості імпортованої продукції, що може відображати різноманітні стратегічні або економічні впливи на торгівлю з цими країнами.

Асортиментна структура імпорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» за 2019-2023 рр. наведена на рис. 2.7.

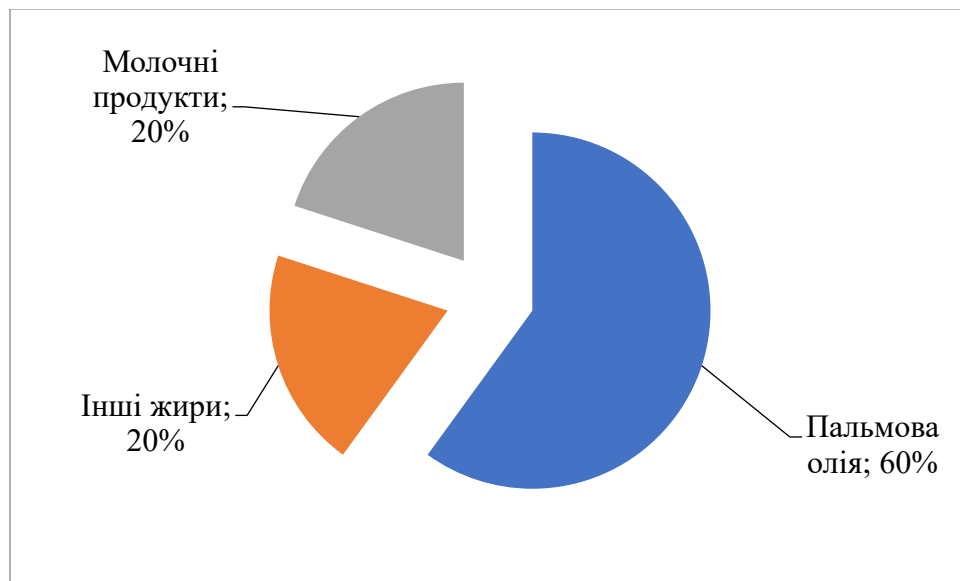


Рис. 2.7. Асортиментна структура імпорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» у 2023 р. (%)

*Джерело: побудовано автором на основі [22].*

Пальмова олія становить найбільшу частку імпортованих продуктів, що може вказувати на широке використання цього складника у виробництві. Інші жири і молочні продукти також є важливими компонентами імпортованого асортименту, хоча їх внесок менший порівняно з пальмовою олією. Аналіз асортиментної структури імпорту дозволяє зрозуміти, які конкретні продукти та складники є ключовими для АТ «Житомирський маслозавод» у 2023 році.

Чистий прибуток від експортно-імпортової діяльності підприємства значно зріс протягом періоду дослідження, показавши збільшення на 140.5%. Частка чистого прибутку від експортно-імпортової діяльності у загальному чистому прибутку також зросла значно, з 62.3% у 2019 році до 85.2% у 2023 році.

Загальна динаміка експортно-імпортової діяльності АТ «Житомирський маслозавод» вказує на його успішний розвиток на міжнародних ринках та збільшення важливості зовнішньоекономічної діяльності для підприємства. Тенденція зростання

обсягів експорту та імпорту сприяє позитивному фінансовому результату підприємства, підкреслюючи його конкурентоспроможність та здатність адаптуватися до змін у міжнародному бізнес-середовищі.

АТ «Житомирський маслозавод» є одним із провідних виробників молочної продукції в Україні. Компанія має багаторічний досвід роботи на ринку та експортує свою продукцію до понад 20 країн світу. АТ «Житомирський маслозавод» експортує широкий спектр молочної продукції, включаючи молоко, сметану, сир, масло та морозиво. Основними експортними ринками компанії є країни Європейського Союзу, Близького Сходу та СНД. Обсяг експорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» протягом 2019-2023 років зростав, за винятком 2020 року, коли він трохи знизився. Найбільше зростання спостерігалось у 2023 році (на 28.9%). Частка експорту в загальному обсязі продажів компанії також зростала протягом 2019-2023 років, за винятком 2022 року, коли вона трохи знизилася. Найбільше зростання спостерігалось у 2023 році (на 1.3%). Топ-5 країн-експортерів АТ «Житомирський маслозавод» протягом 2019-2023 років залишалися незмінними: Німеччина, Польща, Румунія, Молдова та Ізраїль.

АТ «Житомирський маслозавод» імпортує сировину та допоміжні матеріали, такі як молоко, вершки, згущене молоко та упаковка. Обсяг імпорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» протягом 2019-2023 років зростав, за винятком 2021 та 2022 років, коли він трохи знизився. Найбільше зростання спостерігалось у 2023 році (на 21.4%). Топ-5 країн-імпортерів АТ «Житомирський маслозавод» протягом 2019-2023 років також залишалися незмінними: Німеччина, Польща, Франція, Італія та Нідерланди.

Експортно-імпортна діяльність має позитивний вплив на фінансові показники АТ «Житомирський маслозавод». Зростання експорту призводить до збільшення доходів, а зменшення імпорту – до зниження витрат. Чистий прибуток від експортно-

імпортої діяльності АТ «Житомирський маслозавод» протягом 2019-2023 років зростає, за винятком 2021 року, коли він значно знизився. Найбільше зростання спостерігалось у 2023 році (на 140.5%). Частка чистого прибутку від експортно-імпортої діяльності в загальному чистому прибутку компанії також зростала протягом 2019-2023 років, за винятком 2021 та 2022 років. Експортно-імпортна діяльність є важливою складовою бізнесу АТ «Житомирський маслозавод». Зростання експорту та зменшення імпорту продукції призводять до збільшення доходів, зниження витрат та зростання чистого прибутку.

Отже, експортно-імпортна діяльність АТ «Житомирський маслозавод» демонструє стійку тенденцію до зростання. Підприємство активно розширює свої ринки збуту, підтверджуючи свою конкурентоспроможність та здатність адаптуватися до змін у міжнародному бізнес-середовищі..

### РОЗДІЛ 3

## ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

### 3.1 Напрями вдосконалення експортно-імпоротної діяльності підприємства

Експортно-імпортна діяльність є важливим елементом стратегії розвитку підприємств у сучасних умовах глобалізації. Для АТ «Житомирський маслозавод» міжнародний ринок є ключовим напрямком розвитку та забезпечення стабільності. За період з 2019 по 2023 рік АТ «Житомирський маслозавод» продемонструвало стійкий ріст обсягів експорту, який склав 28.9%. Значний вплив на цей показник мали торгові операції з Німеччиною, Польщею, Румунією, Молдовою та Ізраїлем. Одночасно, обсяги імпорту зросли на 21,4%, протягом цього періоду найбільшими партнерами були Німеччина, Польща, Франція, Італія та Нідерланди.

Географічна структура експорту продукції АТ «Житомирський маслозавод» вказує на пріоритетність ринків Європейського Союзу та країн Східної Європи. Стабільні постачання до цих регіонів викликають необхідність удосконалення логістичних процесів та розвитку дистрибуційних мереж. Асортиментна структура експорту свідчить про диверсифікацію продукції, але її можна ще покращити шляхом розширення асортименту продукції та адаптації до специфічних потреб кожного ринку. Напрями вдосконалення експортно-імпоротної діяльності підприємства:

1. Диверсифікація географічних напрямків. Розвиток нових ринків у країнах Південно-Східної Азії та Північної Америки може зменшити залежність від конкретних ринків і забезпечити більшу стабільність.

2. Створення стратегічних партнерств. Поглиблення співпраці з ключовими партнерами дозволить забезпечити доступ до нових технологій та ринків, а також підвищить конкурентоспроможність компанії.

3. Оптимізація логістичних процесів. Вдосконалення поставок та зниження транспортних витрат сприятимуть збільшенню ефективності експортної діяльності.

4. Розробка нових продуктів. Активний пошук нових ринкових ніш та адаптація продукції до потреб споживачів дозволить розширити асортимент та збільшити конкурентоспроможність.

Основні напрями вдосконалення експортно-імпортової діяльності АТ «Житомирський маслозавод» наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Основні напрями вдосконалення експортно-імпортової діяльності АТ «Житомирський маслозавод»

Напрямок вдосконалення	Характеристика
1	2
1. Розширення ринків збуту	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вивчення нових потенційних ринків збуту продукції за кордоном.</li> <li>- Участь у міжнародних виставках та форумах.</li> <li>- Налагодження співпраці з іноземними дистриб'юторами.</li> <li>- Адаптація продукції та маркетингової стратегії до вимог нових ринків.</li> </ul>
2. Збільшення обсягу експорту	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розробка та реалізація стратегії збільшення експортних продажів.</li> <li>- Стимулювання попиту на продукцію за кордоном за допомогою маркетингових інструментів.</li> <li>- Налагодження ефективної логістики експортних поставок.</li> <li>- Використання державних програм підтримки експорту.</li> </ul>
3. Диверсифікація експортної продукції	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розробка нових видів продукції, які відповідають потребам іноземних ринків.</li> <li>- Розширення асортименту продукції, що експортується.</li> <li>- Використання інноваційних технологій у виробництві продукції.</li> </ul>
4. Зниження експортних витрат	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оптимізація логістики експортних поставок.</li> <li>- Використання альтернативних каналів збуту.</li> <li>- Участь у програмах державної підтримки експорту.</li> <li>- Переговори з постачальниками щодо зниження цін на сировину та матеріали.</li> </ul>

5. Підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Постійне вдосконалення якості продукції.</li> <li>- Впровадження нових технологій виробництва.</li> <li>- Зміцнення бренду АТ «Житомирський маслозавод» на світовому ринку.</li> <li>- Активна участь у міжнародних стандартизації та сертифікації.</li> </ul>
6. Поліпшення імпоротної діяльності	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вивчення нових потенційних постачальників сировини та матеріалів.</li> <li>- Проведення тендерів для вибору найвигідніших пропозицій.</li> <li>- Налагодження партнерських відносин з іноземними постачальниками.</li> <li>- Контроль якості імпортованої продукції.</li> </ul>
7. Зниження імпорتنих витрат	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Переговори з постачальниками щодо зниження цін на сировину та матеріали.</li> <li>- Використання альтернативних постачальників.</li> <li>- Оптимізація логістики імпорتنих поставок.</li> <li>- Використання програм державної підтримки імпорту.</li> </ul>
8. Диверсифікація імпоротної продукції	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Пошук нових видів сировини та матеріалів, які відповідають потребам виробництва.</li> <li>- Розширення асортименту імпортованої продукції.</li> <li>- Використання інноваційних технологій у виробництві.</li> </ul>

*Джерело: розроблено автором.*

Отже, вдосконалення експортно-імпоротної діяльності АТ «Житомирський маслозавод» потребує комплексного підходу та постійного аналізу зовнішньоекономічного середовища. Реалізація запропонованих напрямів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності компанії та забезпечить стабільний розвиток на міжнародному ринку.

### **3.2 Розробка проекту виходу АТ «Житомирський маслозавод» на новий зовнішній ринок**

У сучасних умовах глобалізації вихід на нові зовнішні ринки є одним з ключових факторів успішного розвитку підприємств. Це дозволяє компаніям диверсифікувати ризики, розширити базу клієнтів, збільшити обсяги продажів та отримати конкурентні переваги. АТ «Житомирський маслозавод» є одним з провідних

виробників молочної продукції в Україні. Компанія має великий досвід роботи на вітчизняному ринку, але прагне до розширення своєї присутності на міжнародній арені. Існує ряд факторів, які впливають на успішність виходу на новий ринок. До них належать:

- Глибоке розуміння цільового ринку. Важливо провести детальний аналіз ринку, щоб визначити його розмір, темпи зростання, конкурентну середу, попит на продукцію, державне регулювання, торговельні бар'єри та інші фактори, які можуть вплинути на успіх компанії.

- Розробка чіткої стратегії виходу на ринок. Стратегія повинна включати визначення цілей виходу на ринок, позиціонування продукції, цінову політику, канали збуту, маркетингові комунікації та інші ключові елементи.

- Адаптація продукції та маркетингових інструментів. Продукт та маркетингові матеріали повинні бути адаптовані до потреб та очікувань цільової аудиторії на новому ринку.

- Налагодження партнерських відносин. Важливо знайти надійних партнерів на новому ринку, таких як дистриб'ютори, постачальники та інші ключові гравці.

- Ефективна логістика та експорт. Необхідно налагодити ефективну логістику експортних поставок, а також оформити всі необхідні експортні документи.

- Моніторинг та контроль результатів. Важливо постійно моніторити результати виходу на новий ринок та вносити корективи до стратегії за необхідності.

Розробка проекту виходу на новий ринок може бути представлена у вигляді наступного алгоритму:

1. Визначення цільового ринку. На цьому етапі необхідно визначити країну або регіон, який буде цільовим для виходу на новий ринок.

2. Аналіз ринку. Проводиться детальний аналіз цільового ринку з урахуванням факторів, описаних вище.

3. Розробка стратегії виходу на ринок. На цьому етапі розробляється чітка стратегія виходу на ринок, яка включає визначення цілей, позиціонування продукції, цінову політику, канали збуту, маркетингові комунікації та інші ключові елементи.

4. Адаптація продукції та маркетингових інструментів. Продукт та маркетингові матеріали адаптуються до потреб та очікувань цільової аудиторії на новому ринку.

5. Налагодження партнерських відносин. Знаходяться надійні партнери на новому ринку, такі як дистриб'ютори, постачальники та інші ключові гравці.

6. Сертифікація продукції. Отримуються необхідні дозволи та сертифікати відповідно до вимог цільового ринку. Це може включати сертифікацію продукції, сертифікацію систем менеджменту якості та інші сертифікати, які необхідні для продажу продукції на новому ринку.

7. Логістика та експорт. Налагоджується ефективна логістика експортних поставок. Це може включати вибір транспортної компанії, оптимізацію маршрутів поставок, оформлення експортних документів та інші необхідні дії.

8. Моніторинг та контроль результатів. Важливо постійно моніторити результати виходу на новий ринок. Це може включати аналіз динаміки продажів, ринкової частки, ефективності маркетингової кампанії та інших ключових показників. На основі даних моніторингу вносяться корективи до стратегії виходу на ринок за необхідності.

Вихід на новий зовнішній ринок є складним завданням, яке потребує ретельної підготовки та планування. Розробка проекту виходу на новий ринок повинна ґрунтуватися на глибокому розумінні цільового ринку, чіткій стратегії, ретельній адаптації продукції та маркетингових інструментів, а також ефективній логістиці та експорті. Постійний моніторинг та контроль результатів дозволяє вносити корективи до стратегії та підвищувати шанси на успіх на новому ринку.

Ринок ЄС є одним з найбільших та найдинамічніших ринків молочної продукції у світі. Споживачі в ЄС мають високий рівень купівельної спроможності та готові платити за якісну продукцію. На ринку ЄС представлені в основному європейські виробники молочної продукції, що дає АТ «Житомирський маслозавод» можливість запропонувати свою унікальну продукцію. Між Україною та ЄС діє Угода про асоціацію, яка передбачає вільний доступ до ринків для ряду товарів, включаючи молочну продукцію. Вихід на ринок ЄС може стати новим витком розвитку для АТ «Житомирський маслозавод». За умови ретельної підготовки та правильної стратегії компанія може отримати значні конкурентні переваги та знайти нових лояльних клієнтів.

Чехія має один з найвищих рівнів купівельної спроможності в Центральній та Східній Європі. Попит на молочну продукцію в Чехії постійно зростає, що обумовлено здоровим способом життя та зростанням доходів населення.

Чехія розташована недалеко від України, що може значно знизити транспортні витрати.

Культурні особливості та вподобання споживачів в Україні та Чехії мають багато спільного, що може полегшити адаптацію продукції АТ «Житомирський маслозавод» до чеського ринку. Мережі супермаркетів – це один з основних каналів збуту молочної продукції в Чехії. Існують також спеціалізовані магазини, які продають молочну продукцію українських та інших східноєвропейських виробників. Продаж продукції через інтернет-магазини може бути ефективним способом виходу на новий ринок. Молочна продукція АТ «Житомирський маслозавод» може бути представлена в кафе, ресторанах та готелях Чехії.

Загальна характеристика проєкту виходу АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії наведена у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Загальна характеристика проекту виходу АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії

Показник	Характеристика
1	2
Назва проекту	Вихід АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії
Мета проекту	Збільшення обсягів продажів, диверсифікація ринків збуту, підвищення бренд-аудиторії
Цільовий ринок	Чехія
Продукти, що експортуються	Молочна продукція (молоко, сир, вершкове масло, йогурти)
Обсяг інвестицій	10 млн грн
Очікуваний термін окупності	3 роки
Основні етапи проекту	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аналіз ринку.</li> <li>2. Розробка стратегії виходу на ринок.</li> <li>3. Адаптація продукції та маркетингових інструментів.</li> <li>4. Налагодження партнерських відносин.</li> <li>5. Сертифікація продукції.</li> <li>6. Логістика та експорт.</li> <li>7. Моніторинг та контроль результатів.</li> </ol>
Очікувані результати	Збільшення обсягів продажів на 20% протягом 3 років, підвищення впізнаваності бренду на ринку Чехії, отримання конкурентних переваг.
Ризики проекту	Жорстка конкуренція на ринку, зміна валютного курсу, політична нестабільність, складнощі з отриманням необхідних дозволів та сертифікатів.
Заходи з мінімізації ризиків	Проведення ретельного аналізу ринку, вибір надійних партнерів, отримання необхідних дозволів та сертифікатів заздалегідь, диверсифікація каналів збуту.

*Джерело: розроблено автором.*

Отже, вихід на новий ринок може значно збільшити обсяги продажів АТ «Житомирський маслозавод». Вихід на ринок Чехії може допомогти АТ «Житомирський маслозавод» стати відомим брендом на міжнародному ринку. Збільшення обсягів продажів та підвищення бренд-аудиторії може призвести до зростання прибутку АТ «Житомирський маслозавод». Проект виходу АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії має на меті збільшення обсягів продажів, диверсифікацію ринків збуту та підвищення бренд-аудиторії. Основним цільовим

ринком є Чехія, куди планується експортувати молочну продукцію, таку як молоко, сир, вершкове масло та йогурти. Проект передбачає інвестиції в розмірі 10 млн грн і очікуваний термін окупності – 3 роки. Основні етапи проекту включають аналіз ринку, розробку стратегії виходу на ринок, адаптацію продукції та маркетингових інструментів, налагодження партнерських відносин, сертифікацію продукції, логістику та експорт, а також моніторинг та контроль результатів. Очікувані результати проекту включають збільшення обсягів продажів на 20% протягом 3 років, підвищення впізнаваності бренду на ринку Чехії та отримання конкурентних переваг. Однак, проект також має свої ризики, такі як жорстка конкуренція на ринку, зміна валютного курсу, політична нестабільність та складнощі з отриманням необхідних дозволів та сертифікатів. Для мінімізації цих ризиків планується проведення ретельного аналізу ринку, вибір надійних партнерів, отримання необхідних дозволів та сертифікатів заздалегідь та диверсифікація каналів збуту.

### **3.3 Оцінка ефективності розробленого проекту**

У сучасних умовах глобалізації ринків збуту компанії шукають нові можливості для розвитку та розширення своєї діяльності. Один із ефективних шляхів досягнення цієї мети – вихід на зовнішні ринки. У цьому контексті важливо провести оцінку ефективності проекту виходу АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії. Оцінка ефективності проекту включає в себе кілька ключових аспектів:

- Фінансова оцінка. Аналіз поточних і очікуваних фінансових результатів проекту, включаючи обсяги інвестицій, очікуваний обсяг продажів, доходи та витрати.

- Маркетингова ефективність. Оцінка впливу проекту на ринок Чехії, включаючи попит на продукцію, рівень конкуренції та потенційний обсяг ринку.

– Стратегічна цілісність. Порівняння цілей проекту з стратегічними цілями компанії та визначення відповідності.

– Ризик-аналіз. Оцінка потенційних ризиків, пов'язаних з проектом, та розробка стратегій їх мінімізації.

Проект вимагає інвестицій в розмірі 10 млн грн з очікуваним терміном окупності 3 роки. За результатами аналізу фінансових даних, очікується збільшення обсягів продажів на 20% протягом 3 років. Це призведе до зростання чистого прибутку на 59%. Оцінка ефективності розробленого проекту виходу АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії наведена у табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Оцінка ефективності розробленого проекту виходу АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії

Показник	Характеристика	Значення	Одиниця виміру
Чистий прибуток	Різниця між доходами та витратами, отриманими від проекту	5 млн грн	Річна
Рентабельність інвестицій (ROI)	Відношення чистого прибутку до обсягу інвестицій	50%	Річна
Термін окупності	Період часу, протягом якого інвестиції будуть окуплені за рахунок чистого прибутку	2 роки	Рік
Збільшення обсягів продажів	Відсоток зростання обсягів продажів продукції на ринку Чехії	20%	Річний
Підвищення впізнаваності бренду	Відсоток споживачів на ринку Чехії, які знають про бренд АТ «Житомирський маслозавод»	10%	Річний
Конкурентні переваги	Переваги продукції АТ «Житомирський маслозавод» порівняно з продукцією конкурентів на ринку Чехії	Висока якість, доступна ціна, унікальний смак	-

*Джерело: розроблено автором.*

Ринок Чехії є перспективним для розвитку бізнесу компанії. Аналіз попиту на молочну продукцію та рівня конкуренції показує, що існує попит на продукцію АТ «Житомирський маслозавод». Планується залучення нових клієнтів та розширення бренд-аудиторії. Отриманий чистий прибуток від проекту складає 5 млн грн щорічно.

Це свідчить про те, що проект є фінансово ефективним і приносить значні прибутки. Значення ROI становить 50% щорічно, що означає, що кожна витрачена гривня принесе 50% чистого прибутку. Це показник високої ефективності інвестицій. Проект очікується окупитися протягом 2 років. Це означає, що компанія отримає повернення своїх інвестицій в найближчому майбутньому. Проект передбачає зростання обсягів продажів на 20% щорічно. Це вказує на успішне проникнення на ринок та популярність продукції серед споживачів. Планується підвищення впізнаваності бренду на 10% щорічно. Це допоможе підвищити свідомість про продукцію компанії серед споживачів на ринку Чехії. Продукція АТ «Житомирський маслозавод» має високу якість, доступну ціну та унікальний смак, що становить конкурентні переваги на ринку Чехії.

Отже, оцінка ефективності розробленого проекту вказує на його успішність та можливість досягнення стратегічних цілей компанії. Проект передбачає стабільний чистий прибуток, високу рентабельність інвестицій та швидкий термін окупності. Крім того, планується значне збільшення обсягів продажів та підвищення впізнаваності бренду, що сприятиме подальшому розвитку компанії на ринку Чехії. Проект відповідає стратегічним цілям компанії, спрямованим на розширення ринків збуту та підвищення конкурентоспроможності. Основні ризики, пов'язані з проектом, включають конкуренцію на ринку, зміну валютного курсу та складнощі з отриманням дозволів і сертифікатів. Для мінімізації цих ризиків планується використання надійних партнерів та ретельне планування логістики. Отже, оцінка ефективності розробленого проекту виходу АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії показує його перспективність і можливість досягнення стратегічних цілей компанії.

## ВИСНОВКИ

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

Визначено, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це комплекс господарських заходів, спрямованих на взаємодію підприємств з іноземними партнерами для обміну товарами, послугами, капіталом та інформацією. Види зовнішньоекономічної діяльності: експорт імпорту товарів і послуг; участь у міжнародних виставках і ярмарках; залучення іноземних інвестицій; міжнародна логістика та транспортування; створення спільних підприємств з іноземними партнерами; участь у міжнародних консорціумах та асоціаціях; міжнародний маркетинг і реклама; участь у міжнародних торгових операціях та договорах.

Зазначено, що ключовою умовою успішної реалізації експортно-імпортних операцій є їх ефективність, яка оцінюється шляхом порівняння отриманих економічних результатів з витратами ресурсів, необхідних для досягнення цих результатів. Економічні показники та ресурси мають бути піддані критеріям ефективності, адже для підприємства головним показником ефективності є прибуток. Для успішної реалізації експортно-імпортних операцій підприємство повинно адаптувати свою господарську діяльність як до зовнішнього середовища, так і до вдосконалення структури управління ним. Таким чином, форми та методи реалізації такої діяльності повинні постійно пристосовуватись до змін у зовнішньому середовищі.

Виявлено, що вибір стратегії виходу на зовнішні ринки є важливим етапом для будь-якого підприємства, оскільки це визначає його майбутні можливості та успіх на міжнародному рівні. Кожна з вищеназваних стратегій має свої переваги і недоліки, і вибір оптимальної залежить від конкретних умов і цілей підприємства. Перед

прийняттям рішення про вибір стратегії варто ретельно проаналізувати всі можливі альтернативи та їхні наслідки.

Проаналізовано, що чистий дохід від реалізації продукції у АТ «Житомирський маслозавод» збільшився на 28,85% за 2019-2023 рр., що свідчить про позитивну динаміку у сфері продажу продукції. Собівартість реалізованої продукції у АТ «Житомирський маслозавод» зросла на 21,41% за 2019-2023 рр. Однак, цей ріст відбувся на меншому відсотку порівняно зі зростанням доходу, що може вказувати на певне підвищення ефективності виробництва. Валовий прибуток АТ «Житомирський маслозавод» зріс на 47,37% за 2019-2023 рр., що свідчить про позитивні тенденції в операційній діяльності компанії. Фінансовий результат від операційної діяльності АТ «Житомирський маслозавод» значно зріс на 104,80% за 2019-2023 рр., що вказує на покращення фінансової ефективності компанії. Чистий прибуток АТ «Житомирський маслозавод» зріс на 139,73% за 2019-2023 рр., що свідчить про значний позитивний фінансовий результат.

Зазначено, що ТМ Ласунка та ТМ Ласка є головними конкурентами ТМ Рудь, їхні частки ринку становлять 23,8% та 13,9% відповідно. Частки ринку ТМ Лімо та інших виробників морозива становлять 15% та 20,6% відповідно. АТ «Житомирський маслозавод» є одним із лідерів ринку морозива в Україні. Проте, для збереження та зміцнення своїх позицій компанії необхідно вживати заходів щодо підвищення якості продукції, зниження витрат та розширення ринкової частки. Для успішної реалізації стратегії конкурентоздатності АТ «Житомирський маслозавод» необхідно впровадити ряд обґрунтованих заходів. Пріоритетними напрямками стратегічного розвитку компанії визначено: підвищення якості продукції, зниження витрат на одиницю продукції, підвищення рентабельності.

Досліджено, що 2019-2023 рр. експортно-імпортна діяльність АТ «Житомирський маслозавод» відображає певні тенденції та зміни, які варто

проаналізувати для кращого розуміння його позиції на міжнародних ринках. Обсяг експорту за 2019-2023 рр. в АТ «Житомирський маслозавод» зріс з 2,216 млн грн у 2019 році до 2,855 млн грн у 2023 році, показавши збільшення на 28.9%. Частка експорту в загальному обсязі продажів також зросла з 49.9% у 2019 році до 51.2% у 2023 році, підкреслюючи збільшення важливості міжнародних ринків для підприємства.

Зазначено, що вдосконалення експортно-імпортової діяльності АТ «Житомирський маслозавод» потребує комплексного підходу та постійного аналізу зовнішньоекономічного середовища. Реалізація запропонованих напрямів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності компанії та забезпечить стабільний розвиток на міжнародному ринку.

Обґрунтовано, що вихід на новий ринок може значно збільшити обсяги продажів АТ «Житомирський маслозавод». Вихід на ринок Чехії може допомогти АТ «Житомирський маслозавод» стати відомим брендом на міжнародному ринку. Збільшення обсягів продажів та підвищення бренд-аудиторії може призвести до зростання прибутку АТ «Житомирський маслозавод». Проект виходу АТ «Житомирський маслозавод» на ринок Чехії має на меті збільшення обсягів продажів, диверсифікацію ринків збуту та підвищення бренд-аудиторії. Основним цільовим ринком є Чехія, куди планується експортувати молочну продукцію, таку як молоко, сир, вершкове масло та йогурти.

Проаналізовано, що отриманий чистий прибуток від проекту складає 5 млн грн щорічно. Це свідчить про те, що проект є фінансово ефективним і приносить значні прибутки. Значення ROI становить 50% щорічно, що означає, що кожна витрачена гривня принесе 50% чистого прибутку. Це показник високої ефективності інвестицій. Проект очікується окупитися протягом 2 років. Це означає, що компанія отримає повернення своїх інвестицій в найближчому майбутньому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамів М. Є., Левочко Д. Є. Ключові тенденції розвитку митних систем в умовах глобалізації та європейської інтеграції. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2020. Вип. 2, № 2. С. 109–118.
2. Березовська О. В. Напрями вдосконалення механізму митно-тарифного регулювання зовнішньої торгівлі України в рамках угоди про вільну торгівлю. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2018. Том 29 (68), № 4. С. 26–30.
3. Бондаренко О. Державне регулювання експорту в контексті міжнародної конкурентоспроможності України. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 26-32.
4. Васюк Т. В. Методи дослідження та визначення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 131–136.
5. Волкова О. Г. Сучасний стан податкової політики України в сфері зовнішньоекономічної діяльності. *Вісник Одеського національного університету*. 2021. № 1–2 (278–279). С. 24–29.
6. Гуцул І., Крисовата К., Титор В. Актуальні тенденції митно-тарифного регулювання зовнішньої торгівлі України. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-65> (дата звернення: 29.03.2024)
7. Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.03.2022 № 314. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/314-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 29.03.2024)

8. Дубовик О. В. Механізм державного регулювання експорту аграрної продукції України. *Наукові праці НДУ ім. М. Гоголя. Серія: Економіка*. 2018. № 31(1). С. 56-61.

9. Карачина Н. П., Сметанюк О. А., Вітюк А. В., Мукоїд Д. Д. Діагностика ефективності зовнішньоекономічної діяльності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 3. С. 101-107.

10. Книшек О. О. Аналіз абсолютної та відносної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2016. № 3. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2016\\_3\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2016_3_13) (дата звернення: 29.03.2024)

11. Ковальчук О. В., Ковальова І. В. Роль державного регулювання у формуванні конкурентоспроможності експортного потенціалу країни. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 12(2). С. 15-19.

12. Ковальчук С. О. Державне регулювання експорту товарів з України. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 5 (11). С. 174-184.

13. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: навч. посібник. 5-те вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.

14. Кондратенко Н. О., Тернова І. А., Колесник Т. М. Теоретико-методичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю господарюючих суб'єктів України. *Бізнес Інформ*. 2021. № 2. С. 21–26.

15. Крисоватий А. І., Мельник В. М., Кошук Т. В. Сутність та концептуальні основи формування податкової політики в умовах євроінтеграційних процесів. *Економіка України*. 2016. № 1. С. 35–51.

16. Кузьмін О. Є. *Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні і прикладні аспекти: навчальний посібник*. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2016. 502 с.

17. Левко М. М. Митно-тарифне регулювання в системі фінансової безпеки держави. Забезпечення стійкості та безпеки фінансової системи України: теорія та практика: монографія / за ред. Г.Я. Аніловської та І.Б. Висоцької. Львів: Сполом, 2016. 252 с.

18. Матвеев М., Лебедченко В., Гайдай Г. Регулювання ЗЕД в умовах війни. Наукові перспективи. 2022. № 5 (23). С. 232–245.

19. Митний кодекс України: Кодекс України редакція від 04.03.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text> (дата звернення: 29.03.2024)

20. Мирончук В., Матвеев М., Голомша Н. Митні процедури забезпечення зовнішньоекономічних операцій під час воєнного стану в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1386> (дата звернення: 29.03.2024)

21. Офіційний сайт АТ «Житомирський маслозавод». URL: <https://rud.ua/> (дата звернення: 29.03.2024)

22. Офіційна фінансова звітність АТ «Житомирський маслозавод». URL: <https://clarity-project.info/edr/00182863/finances> (дата звернення: 29.03.2024)

23. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 29.03.2024)

24. Панасюк В. М., Птащенко О. В., Клак О., Трубіцина О. Експортно-імпортні операції: реалії обліку та оподаткування в умовах воєнного стану. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 1(12). С. 25-34.

25. Пасічний М. Д. Податкова політика України в сучасних умовах. *Вісник Одеського національного університету*. Серія: Економіка. 2016. Т. 21. Вип. 7 (2). С. 123–128.

26. Пашко П. В., Шевчук С. В. Сутність та особливості державного регулювання механізмів забезпечення митних інтересів України. *Економіка та держава*. 2019. № 4. С. 4–10.

27. Перетятко І. О., Ковальова І. В. Формування ефективної системи державного регулювання експортного потенціалу в умовах глобалізації. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 14(1). С. 81-86.

28. Податковий кодекс України: Кодекс України редакція від 05.03.2023. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 29.03.2024)

29. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 26.10.2014 (поточна редакція від 01.01.2016, підстава 905-19). Відомості Верховної Ради (ВВР). 1991. № 29. Ст. 377.

30. Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2023 рік: Постанова Кабінету Міністрів України; Перелік від 27.12.2022 № 1466. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1466-2022-%D0%BF#n26> (дата звернення: 29.03.2024)

31. Радченко О. П., Капанжи М. В. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. URL: № 7. <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/29851> (дата звернення: 29.03.2024)

32. Савченко Н. М. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Економіка і регіон*. 2019. № 3 (75). С. 16-23.

33. Семенов В. В. Експортно-імпортні операції: навчальний посібник. К.: Знання України, 2014. 124 с.

34. Скриньковський Р. М. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Проблеми економіки*. 2017. № 3. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Рekon\\_2017\\_3\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Рekon_2017_3_29) (дата звернення: 29.03.2024).

35. Степанова І.Ю. Державне регулювання зовнішньої торгівлі: теорія та практика. К.: КНЕУ, 2019. 247 с.

36. Степанова І. В. Державне регулювання зовнішньої торгівлі в Україні: проблеми та перспективи. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2020. № 1(65). С. 114-121.

37. Сторожук О. В., Свириденко Г. М. Митно-тарифне регулювання як фактор забезпечення зовнішньоекономічної безпеки держави в умовах євроінтеграції. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 94–98.

38. Томаш М. Оподаткування міжнародних торговельних операцій. *Всеукраїнське професійне юридичне видання. Юридична Газета online*. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/opodatkovannya-mizhnarodnih-torgovelnih-operacij.html> (дата звернення: 29.03.2024)

39. Afawubo K., Noglo Y. A. ICT and entrepreneurship: A comparative analysis of developing, emerging and developed countries. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. 121312. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162521007447> (дата звернення: 29.03.2024)

40. Friedman N., Ormiston J. Blockchain as a sustainability-oriented innovation? Opportunities for and resistance to Blockchain technology as a driver of sustainability in global food supply chains. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. Vol. 175. 121403. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162521008349> (дата звернення: 29.03.2024)

41. Forecasting the macrolevel determinants of entrepreneurial opportunities using artificial intelligence models. S. B. Jabeur et al. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. 121353. URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162521007848> (дата звернення: 29.03.2024)

42. Chandna V. Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era. *Business Horizons*. 2021. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681321001683> (дата звернення: 29.03.2024)

43. Goyal L. Exploring frugal innovation in social entrepreneurship: Insights from emerging economies. *Organizational Dynamics*. 2021. Vol. 50. Is. 2. 100782. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0090261620300346> (дата звернення: 29.03.2024)

44. Youssef A. B. Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. Vol. 164. 120043. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162518301768> (дата звернення: 29.03.2024)

45. Neskorođeva I., Pustovgar S. An Approach to Predicting the Insolvency of Ukrainian Steel Enterprises Based on Financial Potential. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. 2015. Vol. 2. № 2. P. 44–55.

46. Regulation (EU) No 952/2013 of 9 October 2013 laying down the Union Customs Code. The European Parliament and of the Council. 2013. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0952&rid=1> (дата звернення: 29.03.2024)

47. State Statistics Service of Ukraine (2021). *Zovnishnia torhivlia Ukrainy tovaramy u 2021 rotsi* [Ukraine's foreign trade in goods in 2021]. Available at: <https://ukrstat.gov.ua/express/expr2022/02/14.pdf> (дата звернення: 29.03.2024).

48. Holovnov S. (2022) Syrovynna ekonomika. Shcho kupovala i prodavala Ukraina v 2021 rotsi [Raw materials economy. What Ukraine bought and sold in 2021]. Available at: <https://biz.censor.net/r3310713> (дата звернення: 29.03.2024).

49. Pashko P.V., Shevchuk S.V. (2019) Sutnist ta osoblyvosti derzhavnoho rehuliuвання mekhanizmiv zabezpechennia mytnykh interesiv Ukrainy [The essence and peculiarities of the state regulation of mechanisms for ensuring the customs interests of Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava*, no 4, p. 4–10.

50. Ports of Ukraine (2022) Eksport zerna vidstaie vid hrafiku mynuloho sezonu na 40% [Export of grain lags behind last season's schedule by 40%]. Available at: <https://ports.ua/eksport-zerna-vidsta%94-vid-grafiku-minulogo-sezonu-na-40/> (дата звернення: 29.03.2024).

## ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

## Огляд зарубіжної літератури

**1. Afawubo K., Noglo Y. A. ICT and entrepreneurship: A comparative analysis of developing, emerging and developed countries. Technological Forecasting and Social Change. 2021. 121312. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162521007447>**

The article by Afuawubo and Noglo (2021) investigates the relationship between information and communication technologies (ICT) and entrepreneurship in developing, emerging, and developed countries. The authors find that ICT has a positive impact on entrepreneurship in all three groups of countries, but the nature of this impact varies. In developing countries, ICT can help entrepreneurs to overcome resource constraints and reach new markets. In emerging countries, ICT can help entrepreneurs to innovate and scale their businesses. In developed countries, ICT can help entrepreneurs to compete in a globalized economy. The authors also find that the impact of ICT on entrepreneurship is moderated by a number of factors, including the level of ICT infrastructure development, the availability of ICT skills, and the government policies that support ICT use. They conclude that policymakers in all countries should take steps to promote ICT adoption and use among entrepreneurs.

**2. Friedman N., Ormiston J. Blockchain as a sustainability-oriented innovation? Opportunities for and resistance to Blockchain technology as a driver of sustainability in global food supply chains. Technological Forecasting and Social Change. 2021. Vol. 175. 121403. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162521008349>**

The article by Friedman and Ormiston (2021) explores the potential of blockchain technology to promote sustainability in global food supply chains. The authors argue that blockchain can be used to improve transparency, traceability, and efficiency in food supply

chains, which can lead to a number of sustainability benefits, such as reduced food waste, improved food safety, and more equitable distribution of food.

However, the authors also note that there are a number of challenges that need to be addressed before blockchain can be widely adopted in the food industry. These challenges include the need for standardization, the need to build trust among stakeholders, and the need to address privacy concerns.

Overall, the authors conclude that blockchain has the potential to be a powerful tool for promoting sustainability in global food supply chains. However, they caution that there are a number of challenges that need to be overcome before blockchain can reach its full potential.

**3. Forecasting the macrolevel determinants of entrepreneurial opportunities using artificial intelligence models. S. B. Jabeur et al. Technological Forecasting and Social Change. 2021. 121353. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162521007848>**

The article by Jabeur et al. (2021) uses artificial intelligence (AI) models to forecast the macro-level determinants of entrepreneurial opportunities. The authors find that AI models can be used to identify a number of factors that are associated with increased levels of entrepreneurial activity, such as economic growth, political stability, and education levels.

The authors also find that the impact of these factors varies depending on the specific context. For example, they find that the relationship between economic growth and entrepreneurship is stronger in developed countries than in developing countries.

Overall, the authors conclude that AI models can be a valuable tool for identifying and forecasting entrepreneurial opportunities. They suggest that policymakers can use this information to create policies that support entrepreneurship and economic growth.

- 4. Chandna V. Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era. Business Horizons. 2021. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681321001683>**

While crowdfunding has become a less unconventional fundraising mechanism, its practical use remains limited, especially in the context of social entrepreneurship due to the numerous challenges unique to social-entrepreneurial ventures. By synthesizing existing research on social entrepreneurship, value co-creation, the sharing economy, and digital platforms, this paper offers practical insights into how existing platforms can be utilized to raise financial resources through crowdfunding, source creative ideas, collaborate, and gather an array of non-financial resources. Additionally, this paper discusses the ideal digital platform solution and outlines how a multifaceted, multi-purpose digital platform can be designed and utilized by new social ventures to address a multitude of needs. By focusing on a mission of social change and understanding how digital platforms can facilitate crowdfunding, social entrepreneurs can overcome legitimacy issues and a lack of traditional funding avenues. This aligns with many of the typical characteristics of the sharing economy: the benevolence of the actors, the use of the internet to facilitate, and the motivation to engage in a new way of doing things. Thus, this paper adopts a multidisciplinary perspective to explore how crowdfunding can be coupled with the remobilization of idle resources using digital platforms to support social-entrepreneurial ventures in a myriad of ways.

- 5. Goyal L. Exploring frugal innovation in social entrepreneurship: Insights from emerging economies. Organizational Dynamics. 2021. Vol. 50. Is. 2. 100782. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0090261620300346>**

The article by Goyal explores the concept of frugal innovation in the context of social entrepreneurship in emerging economies. The author argues that social entrepreneurs in

emerging economies are often forced to be frugal due to resource constraints. However, he also argues that this frugality can be a source of innovation, as it can lead social entrepreneurs to develop new and creative ways to solve problems.

The author identifies a number of key principles of frugal innovation, including:

- Necessity is the mother of invention: Social entrepreneurs in emerging economies are often faced with pressing social and environmental challenges that require innovative solutions.

- Focus on the core: Social entrepreneurs in emerging economies need to focus on the essential elements of their products and services and avoid wasting resources on non-essential features.

- Adapt and improvise: Social entrepreneurs in emerging economies need to be able to adapt and improvise their solutions to meet the specific needs of their communities.

- Collaboration: Social entrepreneurs in emerging economies can often achieve more by collaborating with other organizations.

The author concludes that frugal innovation can be a powerful tool for social entrepreneurs in emerging economies. He suggests that policymakers and funders should support social entrepreneurs who are developing frugal innovations.

**6. Youssef A. B. Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. Vol. 164. 120043. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162518301768>**

The article by Youssef investigates the relationship between digitalization of the economy and entrepreneurship intention. The author uses data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) survey to examine the impact of digitalization on entrepreneurship intention in 54 countries. The author finds that digitalization has a positive impact on entrepreneurship intention, and this effect is stronger in countries with higher

levels of economic development. The author also finds that the impact of digitalization is moderated by a number of factors, including education, access to finance, and cultural norms. Overall, the author concludes that digitalization is an important driver of entrepreneurship, and that policymakers should create policies that promote digitalization to encourage entrepreneurship.

**7. Neskorođeva I., Pustovgar S. An Approach to Predicting the Insolvency of Ukrainian Steel Enterprises Based on Financial Potential. Journal of Eastern European and Central Asian Research. 2015. Vol. 2. № 2. P. 44–55.**

In the article «An Approach to Predicting the Insolvency of Ukrainian Steel Enterprises Based on Financial Potential,» authors I. Neskorođeva and S. Pustovgar explore a novel methodology for forecasting bankruptcy in Ukraine's steel industry. Published in the Journal of Eastern European and Central Asian Research in 2015 (Vol. 2, No. 2, pp. 44–55), the study addresses the critical issue of financial instability within this sector. The authors propose a predictive model that utilizes financial potential as a core indicator of insolvency risk. This approach integrates various financial metrics and leverages statistical analysis to enhance the accuracy of insolvency predictions. By focusing on the financial potential of steel enterprises, the model aims to provide early warning signals and support strategic decision-making. This research is particularly relevant for stakeholders seeking to mitigate financial risks and ensure the sustainable development of the steel industry in Ukraine.

**8. Regulation (EU) No 952/2013 of 9 October 2013 laying down the Union Customs Code. The European Parliament and of the Council. 2013. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0952&rid=1>**

This European Union (EU) regulation, adopted in October 2013, establishes the Union Customs Code. The document outlines a framework for simplifying and standardizing customs procedures throughout the member states. Its key goals include:

- Facilitating legitimate trade: The code aims to streamline customs processes, making it easier for legitimate businesses to import and export goods.
- Combating fraud: The standardized procedures aim to strengthen controls and help prevent customs fraud.
- Reducing costs: By merging and aligning existing procedures, the code seeks to make customs interactions less time-consuming and expensive for businesses.
- Enhancing competitiveness: Through simplified and efficient customs processes, the code aims to improve the competitiveness of European businesses in the global market.

This regulation serves as a foundational document for customs operations within the European Union, promoting smoother trade flows and a more robust economic environment.

**9. Holovnov S. (2022) Syrovynna ekonomika. Shcho kupovala i prodavala Ukraina v 2021 rotsi [Raw materials economy. What Ukraine bought and sold in 2021]. Available at: <https://biz.censor.net/r3310713>**

This article discusses Ukraine's foreign trade in 2021. It highlights Ukraine's heavy reliance on exporting raw materials, such as iron ore, grain, and sunflower oil. In contrast, the country imports finished goods, including cars and telephones. This economic structure, characterized as сырьевая (syrevaya) or raw material-based, makes Ukraine vulnerable according to the article. The article argues that Ukraine's сырьевая economy has several drawbacks:

- Limited value addition: Exporting raw materials generates less income compared to exporting finished goods, which involve higher value addition processes.
- Price volatility: Raw material prices tend to fluctuate significantly, making the economy susceptible to external shocks.
- Technological dependence: Reliance on raw material exports implies a lower level of technological development in the country.

To address these weaknesses, the article suggests that Ukraine should focus on developing its manufacturing sector and increasing exports of value-added products. This transition would help strengthen the country's economy and reduce its vulnerability to external factors.

**10. Pashko P.V., Shevchuk S.V. (2019) Sutnist ta osoblyvosti derzhavnoho rehuliuвання mekhanizmiv zabezpechennia mytnykh interesiv Ukrainy [The essence and peculiarities of the state regulation of mechanisms for ensuring the customs interests of Ukraine]. Ekonomika ta derzhava, no 4, p. 4–10.**

In the article «The Essence and Peculiarities of the State Regulation of Mechanisms for Ensuring the Customs Interests of Ukraine,» P.V. Pashko and S.V. Shevchuk examine the fundamental aspects and distinctive features of state regulation in safeguarding Ukraine's customs interests. Published in *Ekonomika ta derzhava* in 2019 (No. 4, pp. 4–10), the study delves into the regulatory frameworks and mechanisms that underpin the country's customs policy. The authors analyze the effectiveness of existing regulations and propose enhancements to improve the efficiency and security of customs operations. This research highlights the critical role of state intervention in maintaining the integrity and economic interests of national customs, offering valuable insights for policymakers and stakeholders involved in the customs sector.

### **АНОТАЦІЯ дипломної бакалаврської роботи**

#### **Melnik O. V. «Development of export-import activities of Ukrainian enterprises». Manuscript.**

The bachelor's thesis is devoted to the study of theoretical aspects and the formation of practical recommendations on the development of export-import activities of Ukrainian enterprises. The research is carried out on the example of PJSC «Zhytomyr Butter Factory».

The relevance of the topic is due to the dynamic development of the world economy and the intensification of competition in the international market. In these conditions, Ukrainian enterprises are forced to look for new ways to expand their sales markets, increase export volumes and improve the competitiveness of their products.

In the first section of the work discusses the basic concepts and types of foreign economic activities, along with the principles that underpin export-import operations of enterprises. It justifies the importance and role of these activities for enterprises in the modern economic environment. It examines the indicators used to measure the effectiveness and productivity of these activities and the ways to analyze their impact on the overall financial performance of the enterprise.

In the second section of the work provides a detailed description of the organizational and economic structure of JSC «Zhytomyr Butter Plant». It includes information about the company's history, its operational processes, and its current market position. The competitive environment in which JSC «Zhytomyr Butter Plant» operates is assessed. The analysis includes identifying key competitors, market trends, and the competitive advantages and disadvantages of the company. This section analyzes the current state of the company's export-import activities. It examines the volumes and dynamics of exports and imports, the main markets and products involved, and the effectiveness of the company's international trade strategies.

In the third section of the work proposes specific measures and strategies for enhancing the export-import operations of JSC «Zhytomyr Butter Plant». It includes recommendations for optimizing processes, improving product quality, and increasing market share. A project plan is developed for JSC «Zhytomyr Butter Plant» to enter a new international market. The plan includes market research, strategic planning, marketing tactics, and operational steps required for successful market entry.

The research aims to explore theoretical aspects and formulate practical recommendations for improving export-import operations. Effective export-import strategies contribute to economic growth, international prestige, and the technological and innovative development of Ukrainian enterprises.

*Key words:* export-import activities, Ukrainian enterprises, foreign economic activity, market entry strategies, competitive environment, economic growth.

*Year:* 2024

## ДОДАТОК В

Баланс (Звіт про фінансовий стан) АТ «Житомирський маслозавод» станом на 31.12.2020 р.

## Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	825	10 376
первісна вартість	1001	4 869	15 484
накопичена амортизація	1002	4 044	5 108
Незавершені капітальні інвестиції	1005	75 796	116 330
Основні засоби	1010	886 043	896 468
первісна вартість	1011	1 540 677	1 663 396
знос	1012	654 634	766 928
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	47	47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	2 121	3 412
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	17 057	28 162
Усього за розділом I	1095	981 889	1 054 795
II. Оборотні активи Запаси	1100	181 398	218 644
Виробничі запаси	1101	61 512	89 363
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	73 258	86 666
Товари	1104	46 628	42 615
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	257 959	314 201
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	6 071	13 258
з бюджетом	1135	13 496	38 398
у тому числі з податку на прибуток	1136	9 765	9 704
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	345	358
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	36 981	48 213
Готівка	1166	80	8
Рахунки в банках	1167	36 901	48 205
Витрати майбутніх періодів	1170	448	560
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0

у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	11	42
Усього за розділом II	1195	496 709	633 674
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	1 478 598	1 688 469

## Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 341	5 341
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	3 951	0
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 090 575	1 221 275
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	1 099 867	1 226 616
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	22 661
Інші довгострокові зобов'язання	1515	2 357	3 613
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	2 357	26 274
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	205 887	208 600
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	68 197	93 113
розрахунками з бюджетом	1620	1 135	1 309
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	873	695
розрахунками з оплати праці	1630	4 315	4 787

за одержаними авансами	1635	315	708
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	13 756	13 583
Доходи майбутніх періодів	1665	74	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	81 822	112 784
Усього за розділом III	1695	376 374	435 579
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	1 478 598	1 688 469

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) АТ «Житомирський маслозавод» у 2020 р.  
Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 205 165	2 216 103
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1 643 237	1 581 147
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	561 928	634 956
збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	10 194	5 064
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	64 302	71 381
Витрати на збут	2150	292 950	324 391
Інші операційні витрати	2180	9 187	16 410
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	205 683	227 838
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	35	28
Інші доходи	2240	1 995	1 537

Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	46 020	63 889
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	825	710
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	160 868	164 804
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-29 942	-30 441
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	130 926	134 363
збиток	2355	0	0

## Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	130 926	134 363

## Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	1 027 872	1 115 469
Витрати на оплату праці	2505	194 453	181 252
Відрахування на соціальні заходи	2510	36 278	33 340
Амортизація	2515	142 490	139 697
Інші операційні витрати	2520	357 340	282 813
Разом	2550	1 758 433	1 752 571

## Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	27 865 000	27 865 000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	27 865 000	27 865 000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	4	4
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	4	4
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

## ДОДАТОК Д

Баланс (Звіт про фінансовий стан) АТ «Житомирський маслозавод» станом на 31.12.2021 р.

## Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	10 376	25 631
первісна вартість	1001	15 484	33 146
накопичена амортизація	1002	5 108	7 515
Незавершені капітальні інвестиції	1005	116 330	72 969
Основні засоби	1010	896 468	948 554
первісна вартість	1011	1 663 396	1 807 394
знос	1012	766 928	858 840
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	
інші фінансові інвестиції	1035	47	47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	3 412	3 509
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	28 162	9 236
Усього за розділом I	1095	1 054 795	1 059 946
II. Оборотні активи Запаси	1100	218 644	371 272
Виробничі запаси	1101	89 363	182 207
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	86 666	131 029
Товари	1104	42 615	58 036
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестраховування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	314 201	379 918
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	13 258	16 655
з бюджетом	1135	38 398	47 728
у тому числі з податку на прибуток	1136	9 704	15 330
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	358	401
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	48 213	56 543
Готівка	1166	8	36
Рахунки в банках	1167	48 205	56 507
Витрати майбутніх періодів	1170	560	545
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	

у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	42	24
Усього за розділом II	1195	633 674	873 086
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	1 688 469	1 933 032

## Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 341	5 341
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 221 275	1 279 454
Неоплачений капітал	1425	0	
Вилучений капітал	1430	0	
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	1 226 616	1 284 795
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	22 661	10 815
Інші довгострокові зобов'язання	1515	3 613	3 229
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	26 274	14 044
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	208 600	394 828
Векселі видані	1605	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	
товари, роботи, послуги	1615	93 113	130 434
розрахунками з бюджетом	1620	1 309	1 062
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	
розрахунками зі страхування	1625	695	624
розрахунками з оплати праці	1630	4 787	3 728

за одержаними авансами	1635	708	149
за розрахунками з учасниками	1640	0	
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	13 583	12 799
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	112 784	90 569
Усього за розділом III	1695	435 579	634 193
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	1 688 469	1 933 032

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) АТ «Житомирський маслозавод» за 2021 р.  
Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 442 870	2 205 165
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	
Премії підписані, валова сума	2011	0	
Премії, передані у перестраховання	2012	0	
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1 899 982	1 643 237
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	
Валовий: прибуток	2090	542 888	561 928
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	
Інші операційні доходи	2120	7 211	10 194
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	
Адміністративні витрати	2130	75 114	64 302
Витрати на збут	2150	342 400	292 950
Інші операційні витрати	2180	13 204	9 187
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	119 381	205 683
Дохід від участі в капіталі	2200	0	
Інші фінансові доходи	2220	23	35
Інші доходи	2240	497	1 995
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	
Фінансові витрати	2250	45 649	46 020

Втрати від участі в капіталі	2255	0	
Інші витрати	2270	193	825
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	74 059	160 868
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-14 727	-29 942
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	59 332	130 926

## Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	
Накопичені курсові різниці	2410	0	
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	
Інший сукупний дохід	2445	0	
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	59 332	130 926

## Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	1 298 613	1 027 872
Витрати на оплату праці	2505	196 765	194 453
Відрахування на соціальні заходи	2510	36 798	36 278
Амортизація	2515	150 554	142 490
Інші операційні витрати	2520	460 121	357 340
Разом	2550	2 142 851	1 758 433

## Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	27 865 000	27 865 000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	27 865 000	27 865 000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	2.13	4.70
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	2.13	4.70
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	

## ДОДАТОК Ж

Баланс (Звіт про фінансовий стан) АТ «Житомирський маслозавод» станом на 31.12.2022 р.

## Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	25 631	22 492
первісна вартість	1001	33 146	33 657
накопичена амортизація	1002	7 515	11 165
Незавершені капітальні інвестиції	1005	72 969	37 531
Основні засоби	1010	948 554	894 411
первісна вартість	1011	1 807 394	1 895 212
знос	1012	858 840	1 000 801
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	
інші фінансові інвестиції	1035	47	47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	3 509	15 018
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	9 236	1 087
Усього за розділом I	1095	1 059 946	970 586
II. Оборотні активи Запаси	1100	371 272	329 286
Виробничі запаси	1101	182 207	205 034
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	131 029	81 910
Товари	1104	58 036	42 342
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестраховування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	379 918	265 998
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	16 655	9 761
з бюджетом	1135	47 728	21 796
у тому числі з податку на прибуток	1136	15 330	13 732
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	401	342
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	56 543	557 092
Готівка	1166	36	47
Рахунки в банках	1167	56 507	557 045
Витрати майбутніх періодів	1170	545	445
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	

у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	24	3 682
Усього за розділом II	1195	873 086	1 188 402
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	1 933 032	2 158 988

## Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 341	5 341
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 279 454	1 482 673
Неоплачений капітал	1425	0	
Вилучений капітал	1430	0	
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	1 284 795	1 488 014
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	10 815	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	3 229	1 637
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	14 044	1 637
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	394 828	527 300
Векселі видані	1605	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	
товари, роботи, послуги	1615	130 434	66 156
розрахунками з бюджетом	1620	1 062	985
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	
розрахунками зі страхування	1625	624	699
розрахунками з оплати праці	1630	3 728	3 423

за одержаними авансами	1635	149	250
за розрахунками з учасниками	1640	0	
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	12 799	11 471
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	90 569	59 053
Усього за розділом III	1695	634 193	669 337
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	1 933 032	2 158 988

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) АТ «Житомирський маслозавод» за 2022 р.  
Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 263 651	2 442 870
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	
Премії підписані, валова сума	2011	0	
Премії, передані у перестраховання	2012	0	
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1 562 642	1 899 982
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	
Валовий: прибуток	2090	701 009	542 888
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	
Інші операційні доходи	2120	67 883	7 211
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	
Адміністративні витрати	2130	70 504	75 114
Витрати на збут	2150	324 652	342 400
Інші операційні витрати	2180	62 318	13 204
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	311 418	119 381
Дохід від участі в капіталі	2200	0	
Інші фінансові доходи	2220	7 159	23
Інші доходи	2240	170	497
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	
Фінансові витрати	2250	69 081	45 649

Втрати від участі в капіталі	2255	0	
Інші витрати	2270	172	193
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	249 494	74 059
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-45 689	-14 727
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	203 805	59 332

## Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	
Накопичені курсові різниці	2410	0	
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	
Інший сукупний дохід	2445	0	
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	203 805	59 332

## Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	982 015	1 298 613
Витрати на оплату праці	2505	162 685	196 765
Відрахування на соціальні заходи	2510	30 780	36 798
Амортизація	2515	150 507	150 554
Інші операційні витрати	2520	359 964	460 121
Разом	2550	1 685 951	2 142 851

## Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	27 865 000	27 865 000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	27 865 000	27 865 000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	7.31	2.13
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	7.31	2.13
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	

## ДОДАТОК 3

Баланс (Звіт про фінансовий стан) АТ «Житомирський маслозавод» станом на 31.12.2023 р.

## Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	22 492	21 969
первісна вартість	1001	33 657	37 080
накопичена амортизація	1002	11 165	15 111
Незавершені капітальні інвестиції	1005	37 531	46 045
Основні засоби	1010	894 411	842 815
первісна вартість	1011	1 895 212	1 966 406
знос	1012	1 000 801	1 123 591
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
первісна вартість	1016	0	
знос	1017	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
первісна вартість	1021	0	
накопичена амортизація	1022	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	
інші фінансові інвестиції	1035	47	47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	
Відстрочені податкові активи	1045	15 018	14 362
Гудвіл	1050	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	1 087	13 122
Усього за розділом I	1095	970 586	938 360
II. Оборотні активи Запаси	1100	329 286	332 765
Виробничі запаси	1101	205 034	190 700
Незавершене виробництво	1102	0	
Готова продукція	1103	81 910	92 092
Товари	1104	42 342	49 973
Поточні біологічні активи	1110	0	
Депозити перестраховування	1115	0	
Векселі одержані	1120	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	265 998	292 928
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	9 761	17 382
з бюджетом	1135	21 796	18 831
у тому числі з податку на прибуток	1136	13 732	6 022
з нарахованих доходів	1140	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	342	333
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Г роші та їх еквіваленти	1165	557 092	420 281
Готівка	1166	47	22
Рахунки в банках	1167	557 045	420 259
Витрати майбутніх періодів	1170	445	678

Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	
резервах незароблених премій	1183	0	
інших страхових резервах	1184	0	
Інші оборотні активи	1190	3 682	2 617
Усього за розділом II	1195	1 188 402	1 085 815
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	2 158 988	2 024 175

## Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 341	5 341
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	
Капітал у дооцінках	1405	0	
Додатковий капітал	1410	0	
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 482 673	1 804 490
Неоплачений капітал	1425	0	
Вилучений капітал	1430	0	
Інші резерви	1435	0	
Усього за розділом I	1495	1 488 014	1 809 831
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	
Пенсійні зобов'язання	1505	0	
Довгострокові кредити банків	1510	0	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 637	2 607
Довгострокові забезпечення	1520	0	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	
Цільове фінансування	1525	0	
Благодійна допомога	1526	0	
Страхові резерви	1530	0	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	
резерв незароблених премій	1533	0	
інші страхові резерви	1534	0	
Інвестиційні контракти	1535	0	
Призовий фонд	1540	0	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	
Усього за розділом II	1595	1 637	2 607
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	527 300	58 500
Векселі видані	1605	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	
товари, роботи, послуги	1615	66 156	78 079
розрахунками з бюджетом	1620	985	1 870
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	
розрахунками зі страхування	1625	699	1 530

розрахунками з оплати праці	1630	3 423	6 453
за одержаними авансами	1635	250	653
за розрахунками з учасниками	1640	0	
із внутрішніх розрахунків	1645	0	
за страховою діяльністю	1650	0	
Поточні забезпечення	1660	11 471	15 625
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	59 053	49 027
Усього за розділом III	1695	669 337	211 737
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	
Баланс	1900	2 158 988	2 024 175

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) АТ «Житомирський маслозавод» за 2023 р.

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 855 378	2 263 651
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	
Премії підписані, валова сума	2011	0	
Премії, передані у перестраховання	2012	0	
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1 919 636	1 562 642
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	
Валовий: прибуток	2090	935 742	701 009
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	
Інші операційні доходи	2120	36 782	67 883
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	
Адміністративні витрати	2130	93 159	70 504
Витрати на збут	2150	382 717	324 652
Інші операційні витрати	2180	30 029	62 318
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	466 619	311 418
Дохід від участі в капіталі	2200	0	
Інші фінансові доходи	2220	8 712	7 159
Інші доходи	2240	794	170

Дохід від благодійної допомоги	2241	0	
Фінансові витрати	2250	79 887	69 081
Втрати від участі в капіталі	2255	0	
Інші витрати	2270	58	172
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	396 180	249 494
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-74 066	-45 689
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	322 114	203 805

## Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	
Накопичені курсові різниці	2410	0	
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	
Інший сукупний дохід	2445	0	
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	322 114	203 805

## Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	1 312 301	982 015
Витрати на оплату праці	2505	238 646	162 685
Відрахування на соціальні заходи	2510	40 767	30 780
Амортизація	2515	138 756	150 507
Інші операційні витрати	2520	327 928	359 964
Разом	2550	2 058 398	1 685 951

## Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	27 865 000	27 865 000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	27 865 000	27 865 000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	11.56	7.31
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	11.56	7.31
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	



Ім'я користувача:  
Міжнародного менеджменту Олійник Вікторія

ID перевірки:  
1016249837

Дата перевірки:  
14.05.2024 08:59:15 EEST

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:  
14.05.2024 09:02:07 EEST

ID користувача:  
100005721

Назва документа: Мельник О.О.Розвиток експортно-імпоротної діяльності українських підприємств

Кількість сторінок: 61 Кількість слів: 13250 Кількість символів: 103990 Розмір файлу: 132.09 KB ID файлу: 1016035586

## 11.1% Схожість

Найбільша схожість: 2.47% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1003673082)

7.69% Джерела з Інтернету

297

Сторінка 63

10.1% Джерела з Бібліотеки

573

Сторінка 68

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

## Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

5