

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

12.01 – КР. 2270 “С” 2023.12.14. 033 ПЗ

КОСЕНКО ЮЛІЇ ОЛЕГІВНИ

2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
В.о. завідувача кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД

Олена КОВТУН

_____ (підпис)

" ____ " _____ 2024 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

«Забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства»

Спеціальність

073 «Менеджмент»

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

Віра БУТЕНКО

_____ (підпис)

Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
к.е.н., доцент

Марат ІБАТУЛЛІН

_____ (підпис)

Виконала

Юлія КОСЕНКО

_____ (підпис)

КИЇВ – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту**

ЗАТВЕРДЖУЮ

**В.о. завідувача кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
к.е.н., доц. _____ Олена КОВТУН
(підпис)
" ____ " _____ 2023 р.**

ЗАВДАННЯ

**на виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи студентці
Косенко Юлії Олегівні**

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Забезпечення розвитку
зовнішньоекономічної діяльності підприємства»**

затверджена наказом ректора НУБіП України від «14» грудня 2023 р. № 2270 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 27.05.2024

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи: законодавчі акти, навчальна та наукова література, офіційні статистичні матеріали, звіти та оперативні матеріали, дані міжнародної статистики та публікації наукових установ _____

Перелік питань, які потрібно розробити:

1. **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**
2. **АНАЛІЗ РИНКУ ЗАМОРОЖЕНОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА
ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ
«РІВНЕХОЛОД»**
3. **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ "РІВНЕХОЛОД"**

Перелік графічних документів: таблиці, рисунки, схеми

Дата видачі завдання « 29 » _____ грудня _____ 2023 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи**

_____ Марат ІБАТУЛЛІН

**Завдання прийняла до
виконання**

_____ Юлія КОСЕНКО

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА... 8 | 8 |
| 1.1. Сутність та значення зовнішньоекономічної діяльності підприємства | 8 |
| 1.2. Механізми формування та використання експортного потенціалу підприємства..... | 11 |
| 1.3. Особливості формування експортного потенціалу в умовах воєнного стану | 18 |
| РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РИНКУ ЗАМОРОЖЕНОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ «РІВНЕХОЛОД» | 24 |
| 2.1. Світова кон'юнктура замороженої плодоовочевої продукції | 24 |
| 2.2. Аналіз ринку замороженої плодоовочевої продукції в Україні | 27 |
| 2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТДВ "Рівнехолод" | 34 |
| РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ "РІВНЕХОЛОД" | 52 |
| 3.1. Напрями підвищення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства | 52 |
| 3.2. Розвиток експортного потенціалу підприємства ТДВ "Рівнехолод" | 55 |
| 3.3. Шляхи удосконалення організаційно-управлінського забезпечення зовнішньоекономічної діяльності..... | 60 |
| ВИСНОВКИ..... | 66 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 70 |
| ДОДАТКИ..... | 77 |

ВСТУП

Актуальність роботи. Зовнішньоекономічна діяльність становить ключовий елемент світової економіки і відіграє вирішальну роль у розвитку будь-якої сучасної держави. Такого роду діяльність стимулює зростання виробництва, розширення торгівлі та інвестицій, впровадження інновацій та забезпечує доступ до нових ринків товарів та послуг. Країни взаємодіють у сфері зовнішньоекономічних відносин для задоволення своїх різноманітних потреб, включаючи економічні, фінансові, політичні та соціальні. Відносини можуть мати різні форми, від експорту до імпорту товарів та послуг, різноманітних інвестицій, до обміну технологіями та міжнародних угод. Завданням законодавства є створення міцного та ефективного нормативного фундаменту для підтримки такої діяльності. Однак, сучасний стан регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні потребує покращення, що підкреслює актуальність і необхідність цього дослідження.

Зовнішньоекономічна діяльність є невід'ємною складовою функціонування сучасних підприємств в умовах глобалізації світової економіки. Ефективне здійснення зовнішньоекономічних операцій дозволяє розширити ринки збуту, забезпечити доступ до нових технологій та ресурсів, підвищити конкурентоспроможність продукції. Проте для успішної реалізації експортно-імпортних операцій необхідно враховувати численні фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, розробляти стратегію зовнішньоекономічної діяльності, забезпечувати її ресурсне підкріплення. У зв'язку з цим питання забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства є надзвичайно актуальним.

Теоретичну основу для дослідження зовнішньоекономічної діяльності заклали такі науковці, як Л. Богачова, О. Журавель, Ю. Лаврова, С. Коломацька та інші. Втім, у зв'язку з новими викликами, такими як воєнний стан, які впливають на економіку України, виникає потреба у стратегічних змінах у

правовому регулюванні цієї сфери. Нинішні проблеми вимагають нових наукових досліджень для оцінки та оптимізації законодавчих норм.

Мета дослідження полягає у розробці комплексу заходів, спрямованих на підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- визначити сутність та значення зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- навести фактори формування та використання експортного потенціалу підприємства;
- дослідити механізми та особливості формування експортного потенціалу в умовах воєнного стану;
- надати загальну характеристику підприємства та його зовнішньоекономічної діяльності;
- провести аналіз експортно-імпортних операцій підприємства;
- здійснити оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- оцінити розширення ринків збуту продукції на зовнішніх ринках;
- описати можливість диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності;
- запропонувати удосконалення організаційно-управлінського забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

Об'єктом дослідження є процес здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТДВ «Рівнехолод».

Предметом дослідження є управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства ТДВ «Рівнехолод».

Методи дослідження: системний аналіз, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, порівняння, групування, графічний, розрахунково-аналітичний, статистичні методи, економіко-математичне моделювання.

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості їх впровадження на підприємстві ТДВ «Рівнехолод» з метою підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану.

Запропоновані заходи сприятимуть диверсифікації експортних ринків, оптимізації імпорتنих потоків, зміцненню фінансово-економічного стану підприємства та забезпеченню його стійкого розвитку в період війни.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок, у тому числі 14 таблиць, 7 рисунків та 3 додатків. Список використаних джерел налічує 62 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та значення зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає її як сферу діяльності, що охоплює українські та іноземні суб'єкти господарювання, а також державних замовників в оборонній сфері в контекстах, визначених національним законодавством. Діяльність стосується зв'язків між цими суб'єктами як в межах України, так і на міжнародному рівні [35].

Науковці пропонують різні інтерпретації зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема, Ю. Орловська розглядає її як міжнародну економічну діяльність, яка включає експорт і імпорт товарів і послуг, реалізацію спільних проектів, створення міжнародних виробничих та торгових структур з залученням іноземних інвестицій та капіталу [26, с. 114].

Також важливо зазначити, що останнім часом окремі особи, зокрема в рамках міжнародних програм, що підтримують інновації та стартапи, стають активними учасниками зовнішньоекономічної діяльності, що сприяє розширенню можливостей для інновацій та міжнародної взаємодії.

Автор Ю. Лавров акцентує, що зовнішньоекономічна діяльність підприємств пов'язана з міжнародною науково-технічною кооперацією та ринковою експансією, що включає експорт і імпорт продукції [19].

Відтак, зовнішньоекономічна діяльність є важливим елементом сучасної глобальної економіки, що дозволяє країнам оптимізувати використання ресурсів, підвищити продуктивність та стимулювати розвиток нових технологій і інновацій. Дане поняття охоплює комплексну економічну взаємодію між країнами, міжнародними організаціями, корпораціями та приватними особами у сфері торгівлі, інвестицій, фінансів і технологій.

У світлі складності та багатогранності зовнішньоекономічної діяльності, як уже підкреслювалось, вкрай важливим є адекватне законодавче регулювання виникаючих у цій області відносин. Відповідно до позицій В. Гіжевського, В. Головченко та інших авторів Популярної юридичної енциклопедії, правове регулювання визначається як процес впливу держави на соціальні відносини через правові інструменти з метою їх систематизації, захисту, та сприяння розвитку, а також впливу на поведінку і свідомість громадян через визначення їх прав і обов'язків, створення законів та інших нормативних актів [30, с. 69].

Я переконана, що вагомим аспектом є виділення авторами двох напрямів впливу правового регулювання: на поведінку та на свідомість громадян, що є критичним, оскільки завданням правового регулювання є не тільки наведення порядку в ізольованих діях, але й формування на національному рівні глибинних світоглядних принципів, що стабілізують поведінку осіб.

Згідно з думкою А. Комзюка, правове регулювання є специфічним впливом, який реалізується через право як особливий нормативно-інституційний регулятор. Таке регулювання носить цілеспрямований, організаційний та результативний характер, використовуючи інтегровану систему засобів, що втілюють сутність права як нормативного регулятора [15, с. 91].

Підтримуючи думку видатного вченого-адміністративіста, я звертаю увагу на те, що він аналізує явище правового регулювання через призму позитивістської школи права. Водночас я також вважаю доцільним звернутися до природно-правової школи, адже феномен правової матерії, на який він також посилається, має і природно-правові коріння, що включають уявлення та свідомість людини як окремого цілісного феномена.

Деякі науковці вказують на наступні фактори, що впливають на ефективність правового регулювання: 1) якість нормативної бази; 2) стан юридичної практики у сфері застосування права; 3) соціально-правові умови, що передують правовому регулюванню; 4) відповідність правових норм суспільній моралі, культурному рівню та громадській думці; 5) відповідність нормативних вимог реальним потребам та інтересам регульованих суб'єктів [41].

Важливим викликом є урахування громадської думки, оскільки це вимагає від науки розрізнити різні типи громадських організацій для подальшого розвитку цього соціального інституту, включаючи їхню роль у оцінюванні нормативно-правових актів і діяльності державних органів.

Як зазначає С. Бандурка, на ефективність правового регулювання також впливають ключові проблеми економічної безпеки фізичних осіб-підприємців, включаючи низьку ефективність їхньої діяльності, недосконалість податкової системи, нездорову конкуренцію та брак висококваліфікованих кадрів [1, с. 173].

Таким чином, правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності реалізується через правові норми, які мають на меті регулювати відповідні суспільні відносини, забезпечуючи їхню законність та ефективність. Особливість такого регулювання полягає у його цілеспрямованому впливі та використанні спеціальних інструментів та засобів.

Оцінка ефективності правового регулювання вимагає аналізу основного змісту нормативно-правових актів, через які воно здійснюється.

Передусім слід згадати Конституцію України та міжнародні правові акти, які встановлюють ключові принципи економічного регулювання та основи створення національного законодавства у цій галузі. Серед міжнародних документів варто виокремити такі як Генеральна угода з тарифів та торгівлі (ГАТТ) 1947 року, Конвенцію ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 року, а також Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів, підготовлені Міжнародною торговою палатою у 1953 році.

На національному рівні особливої уваги заслуговує Господарський кодекс України, зокрема його VII розділ, що присвячений зовнішньоекономічній діяльності. Згідно з цим законодавчим актом, держава забезпечує рівний захист усіх учасників зовнішньоекономічних відносин, спрямовує регулювання на захист економічних інтересів країни, прав та інтересів господарюючих суб'єктів, сприяє розвитку підприємництва, захисту інвестицій, а також стимулює конкуренцію і запобігає монополізації у цій сфері.

Слід також звернути увагу на деякі постанови Кабінету Міністрів України, такі як «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2023 рік» від 27 грудня 2022 року № 1466; «Про затвердження Порядку видачі висновку щодо продовження граничних строків розрахунків за окремими операціями з експорту та імпорту товарів, установлених Національним банком» від 13 лютого 2019 року № 104; а також «Деякі питання реєстрації представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності в Україні» від 23.10.2019 року № 893.

1.2. Механізми формування та використання експортного потенціалу підприємства

Категорія економічного потенціалу не є первинною і виступає частиною більш загального поняття «сукупний потенціал підприємства», що включає також технічний, соціальний потенціали і нематеріальні засоби – імідж, бренд, корпоративну культуру, патенти, винаходи тощо.

Тому пропонуємо розглянути за ланцюжком систему зазначених понять та виділити характерні риси кожного з них.

У широкому значенні слова під потенціалом розуміються джерела, засоби, запаси, що є в наявності і можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певних цілей, здійснення плану, вирішення будь-якої задачі, реалізації можливості окремої особи, суспільства, держави у певній галузі.

Отже, потенціал має на увазі як наявність ресурсів, можливостей, і цільову спрямованість їх використання. Важливо підкреслити, що потенціал є мірою єдності досягнутого (можливо, використання з певною метою) і можливого, тобто. досяжного за певних умов [18, с. 129].

Поняття «потенціал» уперше почали використовувати наприкінці 70-х – на початку 80-х років минулого століття, і в сучасних умовах воно є важливою економічною категорією. Поняття «потенціал підприємства» базується на одному з таких підходів.

1. Потенціал як здатність виробляти та постачати продукт на ринок:
2. Потенціал як сукупність коштів, факторів виробництва, можливостей.
3. Потенціал як набір ресурсів.
4. Потенціал як можливість розвитку.

Узагальнюючи, під потенціалом підприємства слід розуміти сукупність необхідних матеріальних та нематеріальних ресурсів та можливостей розвитку, які забезпечують здатність підприємства виробляти та випускати конкурентоспроможну продукцію та максимально задовольняти запити споживачів у конкретних умовах.

Важливу роль, як ми бачимо, у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства грає його зовнішньоекономічна та особливо експортна діяльність. Експорт – це результат ефективного функціонування підприємства, і він стає можливим лише у ситуації, коли продукція підприємства здатна витримати конкуренцію на світових ринках. Однак слід розуміти, що всі форми виходу підприємств на зовнішні ринки пов'язані з певними ризиками. Їхньому зниженню сприятимуть вивчення особливостей ринку, його кон'юнктури та оцінка експортного потенціалу підприємства. У економічній науці питання, що стосуються як експортного потенціалу, і всієї зовнішньоекономічної діяльності окремо взятого промислового підприємства, отримали належну увагу лише початку 90-х гг. ХХ ст., коли підприємства стали основними суб'єктами народного господарства, які самостійно здійснюють зовнішньоекономічну діяльність [18, с. 130].

У сучасних умовах дискусії щодо змісту цієї економічної категорії продовжуються. Розглянемо основні визначення поняття «експортний потенціал підприємства» та подамо їх у табличній формі (табл. 1.1).

**Основні визначення терміну «експортний потенціал підприємства»
(ЕПП)**

| № п/п | Визначення | Джерело |
|-------|---|--|
| 1. | ЕПП – потенційна можливість даного підприємства експортувати продукцію, що виробляється або є у нього. | Волченко Н.В. [4] |
| 2. | ЕПП – сукупна здатність підприємства, заснована на його виробничих та економічних можливостях, здійснювати продаж продукції за кордон, залучати прямі іноземні інвестиції та брати участь у міжнародних коопераційно-промислових процесах | Гарбар Ж.В. [6] |
| 3. | ЕПП – сукупна здатність підприємства створювати та виробляти конкурентоспроможну продукцію на експорт, просувати її на зовнішньому ринку, вигідно реалізовувати та забезпечувати необхідний рівень обслуговування | Лаврів І.М. [18] |
| 4. | ЕПП - сукупність наявних ресурсів та можливостей для виробництва конкурентоспроможної продукції, її реалізації та обслуговування на зовнішніх ринках як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді | Пілько А.Д., Лесів І.Б. [29] |
| 5. | ЕПП - сукупність виробничих, технологічних, наукових, трудових факторів, що визначають здатність підприємства виробляти високоякісну, конкурентоспроможну продукцію з метою її реалізації на зовнішньому ринку | Скриньковський Р.М., Клювак О.В. [39] |
| 6. | ЕПП - комплексний показник, що враховує властивості та характеристики підприємства, а також характеристики ринку можливої реалізації товару | Ус Т.В. [46] |
| 7. | ЕПП – складова економічного потенціалу, що динамічно змінюється, організаційно-технічна структура якого, підкоряючись місії та цілям підприємства, з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища та внутрішнього його стану забезпечує стабільні обсяги продажів із заданим рівнем рентабельності на ринках далекого та ближнього зарубіжжя. | Хомич О.В. [47] |
| 8. | ЕПП - сукупність наявних у підприємницькій структурі ресурсів, а також можливостей щодо їх ефективного застосування з метою забезпечення власної конкурентоспроможності та задоволення споживчого попиту в ході участі у процесах інтернаціоналізації | Чубар М.М. [49] |

Джерело: створено автором

Виходячи з поданих вище визначень, можна виділити такі підходи до поняття «експортний потенціал підприємства» (ЕПП):

1. Ресурсно-орієнтований підхід (ЕПП як сукупність факторів та ресурсів).

2. Функціонально-орієнтований підхід (ЕПП як динамічна складова економічного потенціалу, що забезпечує діяльність підприємства на зовнішньому ринку).

3. Конкурентно-орієнтований підхід (ЕПП як здатність виявляти та реалізовувати конкурентні переваги на зовнішньому ринку шляхом випуску конкурентоспроможної продукції).

4. Прибутково-орієнтований підхід (ЕПП як здатність забезпечувати отримання максимальної виручки від продажів на зовнішньому ринку (вигідна реалізація).

5. Підхід, орієнтований на розвиток (ЕПП як здатність розвиватися на світовому ринку).

Кожен підхід відображає окремі аспекти поняття «експортний потенціал підприємства», але необхідно розуміти, що підприємство має постійно змінюватися в умовах конкурентного економічного середовища, отже, все має бути підпорядковане фактору розвитку підприємства. На нашу думку, в основі експортного потенціалу має лежати підхід, орієнтований на розвиток.

Виходячи з цього, в даній роботі під експортним потенціалом підприємства ми розуміємо динамічну складову економічного потенціалу підприємства, яка, спираючись на наявні та можливі ресурси та кошти, а також враховуючи фактори зовнішнього середовища, забезпечить здатність підприємства виробляти та постачати конкурентоспроможну продукцію на зовнішні ринки.

У експортному потенціалі підприємства можна назвати ключові чинники, що впливають його реалізацію. Вони істотно впливають на конкурентоспроможність підприємства, його можливість виробляти експортований товар у заданих обсягах, якість ресурсного забезпечення виробництва експортного асортименту та ін.

У зв'язку з цим виникає синергетичний ефект сталого підвищення ефективності формування та реалізації експортного потенціалу підприємства на заданих сегментах зарубіжних ринків. Тільки повний системний облік

взаємозалежних чинників забезпечить підприємствам, які виходять міжнародний ринок, конкурентні переваги.

Процес підвищення ефективності формування та реалізації експортного потенціалу підприємства характеризують такі фактори [51, с. 140]:

1. Імпорт матеріалів та комплектуючих, обладнання, технологій, ноу-хау. Частка імпортованих складових у собівартості продукції експортного асортименту у промисловості може становити до 40 % і більше, оскільки вітчизняне виробництво розвивається повільніше зарубіжного.

2. Міжнародна кооперація. Рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції не завжди відповідає міжнародним вимогам, тому підприємствам необхідно кооперуватися та виробляти продукцію вищої якості або аналогічну до імпортованої.

3. Підприємництво у спеціальних економічних зонах (СЕЗ). Цей вид підприємництва дозволить підприємству знайти оптимальну собі нішу, у якій зможе постійно вдосконалювати якість продукції виходу зовнішній ринок.

4. Контрафакт. Наявність такої продукції у підприємства суттєво знижує його конкурентоспроможність, тому необхідно не допускати появи на ринку контрафактної продукції.

5. Міжкультурні маркетингові комунікації нині найперспективніші з позиції формування, реалізації та розвитку експортного потенціалу. Для досягнення синергетичного ефекту необхідне поєднання ділових комунікацій підприємств, економічних місій та міжнародних виставкових заходів. Управління цією системою, здійснюване як у макро-, і мікрорівні, спрямоване просування підприємств на міжнародні ринки з метою моніторингу ефективного формування та реалізації їх експортного потенціалу.

6. Національне регулювання. Експортна діяльність, особливо для початківців експортерів, малих та середніх підприємств, є досить складним господарським процесом, що супроводжується значними ризиками та потребує фінансових витрат. Однак, враховуючи той факт, що стимулювання національного експорту є одним із перспективних напрямів, якого дотримуються

уряди багатьох країн, на ці цілі з бюджетів виділяються значні суми: на гарантування та страхування експортних поставок, кредитування експортоорієнтованих виробництв тощо.

Крім виявлених факторів, розвинути експортний потенціал підприємства можна таким чином: по-перше, збільшити фізичний обсяг виробництва та постачання продукції інтелектуальної власності на ринки далекого та ближнього зарубіжжя; по-друге, знизити витрати виробництва та реалізації експорту та по-третє, організувати там сервісне передпродажне і післяпродажне обслуговування.

Формування та реалізація експортного потенціалу підприємства – складне та багатопланове явище, що відбувається на ринку всередині країни під впливом безлічі факторів зовнішнього середовища та внутрішнього стану підприємства.

Передусім, вагому роль відіграють природно-ресурсні чинники. Наявність багатих запасів корисних копалин, родючих ґрунтів, сприятливих кліматичних умов для ведення сільського господарства чи розвитку рекреаційної індустрії формує потужний експортний потенціал у відповідних галузях економіки. Проте, у сучасному світі набагато більшого значення набувають інші фактори.

Зокрема, визначальним є рівень науково-технологічного розвитку країни. Країни-лідери в інноваційній сфері здатні генерувати передові технології, винаходи, ноу-хау, які потім успішно комерціалізуються та експортуються у вигляді високотехнологічної продукції. Важливу роль при цьому відіграють витрати на НДДКР, захист інтелектуальної власності, розвиток людського капіталу.

Нерозривно пов'язаним з попереднім фактором є рівень розвитку людського капіталу та якість освіти. Висококваліфіковані, креативні та мотивовані працівники є фундаментом для формування експортного потенціалу у наукомістких галузях. Саме тому пріоритетного значення набуває інвестування в освіту, професійну підготовку, оздоровлення населення.

Істотний вплив на експортні можливості має стан виробничої інфраструктури, насамперед транспортної, енергетичної, телекомунікаційної.

Розгалужена мережа автомобільних, залізничних шляхів, розвинуті морські та авіаційні вузли, доступ до дешевих енергоресурсів, широкосмугового інтернету підвищують конкурентоспроможність вітчизняної продукції на зовнішніх ринках.

Вагомим чинником також є наявність сприятливого інституційного та регуляторного середовища. Ефективна антикорупційна політика, верховенство права, незалежна судова система, спрощені процедури ведення бізнесу, низький рівень державного втручання стимулюють розвиток вітчизняного виробництва експортно-орієнтованої продукції.

Важливу роль відіграє доступ виробників до кредитних ресурсів, а також рівень розвитку фінансової системи. Наявність дешевих джерел фінансування (позики, лізинг, цінні папери тощо) уможлиблює оновлення основних фондів, впровадження нових технологій і в кінцевому підсумку сприяє зміцненню експортного потенціалу.

Зрештою, формування експортного потенціалу істотно залежить від проведення зваженої торговельної політики держави. Лібералізація умов торгівлі, розширення доступу до зовнішніх ринків, якісні торговельні угоди, дієва підтримка експортерів та захист їхніх інтересів за кордоном створюють сприятливі передумови для зростання обсягів експорту.

Отже, експортний потенціал економіки зумовлюється комплексною взаємодією чинників різного характеру. Лише злагоджені дії щодо розвитку науково-технологічної сфери, людського капіталу, виробничої та інституційної інфраструктури, фінансового сектору, а також проведення виваженої зовнішньоекономічної стратегії здатні максимізувати експортні можливості держави та забезпечити міцні позиції її товарів і послуг на світовому ринку.

1.3. Особливості формування експортного потенціалу в умовах воєнного стану

Світовий досвід підтверджує, що наявність факторів виробництва – це лише один із кроків до успішної конкуренції. Необхідні також: стабільний попит на продукцію з боку споживачів та конкурентоспроможні постачальники; сумлінна конкуренція; відповідна стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Підприємство не може випускати конкурентоспроможну продукцію для зовнішніх ринків, якщо її якість на внутрішньому ринку низька. Експортоорієнтовані підприємства більшою мірою відштовхуються від внутрішнього попиту, і їхня експортна діяльність розпочинається після насичення внутрішнього ринку [50].

При виході на зовнішній ринок експортний потенціал підприємства відіграє важливу роль в оцінці ефективності та конкурентоспроможності. Він складається з двох основних частин, а саме:

Внутрішній потенціал – сукупність ресурсів, необхідних для виробництва експортної продукції (природні, трудові, матеріальні, фінансові та інформаційні).

Зовнішній потенціал – реалізація конкурентоспроможної продукції, що забезпечується маркетинговою, логістичною та сервісною діяльністю. За високого зовнішнього експортного потенціалу рівень конкурентоспроможності підприємства істотно зростає [49, с. 365].

Аналіз внутрішнього потенціалу – перший ключовий етап оцінки експортного потенціалу. Аналізуючи ресурси, можна визначити можливість підприємства до проведення експортних операцій. Лише за відповідного рівня внутрішнього потенціалу з'являється можливість реалізувати зовнішній експортний потенціал. Аналіз внутрішнього потенціалу включає:

1. Оцінку забезпеченості ресурсами та ефективності їх використання:
Необоротні та оборотні активи.
Людські та фінансові ресурси.

Виявлення прихованих резервів.

2. Оцінку конкурентоспроможності експортної продукції:

Сукупність споживчих властивостей.

Відмінність від товарів-конкурентів.

Відповідність суспільним потребам.

Витрати на задоволення потреб.

Отримані доходи.

Таблиця 1.2 містить показники, що дозволяють отримати інформацію про витрати, ціну та якість експортної продукції.

Таблиця 1.2

Показники конкурентоспроможності експортної продукції

| Група показників | Показники | Опис |
|----------------------|------------------------------|---|
| Цінові показники | Ціна | Ціна експортної продукції, порівняно з цінами аналогічних товарів на світовому ринку. |
| | Рівень рентабельності | Відношення прибутку від експорту продукції до її собівартості. |
| Якісні показники | Технічний рівень | Відповідність продукції світовим стандартам та передовим технологіям. |
| | Якість продукції | Сукупність характеристик, що визначають відповідність продукції потребам споживачів. |
| | Екологічність | Відповідність продукції екологічним стандартам та нормам. |
| Сервісні показники | Гарантійні зобов'язання | Умови гарантійного обслуговування експортної продукції. |
| | Післяпродажне обслуговування | Перелік послуг, що надаються покупцям експортної продукції після її продажу. |
| Комерційні показники | Умови поставки | Умови транспортування, страхування та оплати експортної продукції. |
| | Терміни поставки | Терміни виконання замовлень на експортну продукцію. |
| | Рівень маркетингових зусиль | Обсяг та ефективність маркетингових заходів, спрямованих на просування експортної продукції на світовому ринку. |
| Інші показники | Дизайн та упаковка | Привабливість дизайну та упаковки експортної продукції. |
| | Репутація виробника | Імідж та ділова репутація виробника експортної продукції. |
| | Державна підтримка | Наявність та обсяг державної підтримки експортерів. |

Джерело: [50]

Конкурентоспроможність продукції значно впливає на величину попиту, обсяг продажу та рівень доходів підприємства.

1. Ефективність діяльності підприємства відображає зв'язок між результатом діяльності та витратами, виробленими для цього результату. Під час експорту товарів підприємство може отримати як прямий економічний ефект від покращення фінансових результатів підприємства, так і непрямий від підвищення конкурентоспроможності виробництва. Кількісно прямий економічний ефект від експортної діяльності виражається через показники економічної ефективності експорту (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Показники ефективності діяльності підприємства

| Показники | | Економічна інтерпретація показника |
|-------------------------|---|--|
| кількісні | структури | |
| Обсяг продажів експорту | Рентабельність експортної продукції | Характеризує ефективність поточних витрат ресурсів на виробництво та продаж експортної продукції |
| Обсяг прибутку експорту | Частка експорту у реалізації | Відображають величину витрат, виручки та прибутку від експортних операцій у загальному обсязі витрат, виручки та прибутку підприємства |
| | Частка експорту у прибутку | |
| | Частка собівартості продукції, що експортується в загальній собівартості реалізованої продукції | |

Джерело: [39]

Якщо аналіз внутрішнього потенціалу підприємства показує високі результати, слід також оцінити його зовнішній експортний потенціал за наступним планом:

Перш за все, слід провести аналіз зовнішньоекономічних чинників, що впливають на формування та використання експортного потенціалу. До цих чинників відносяться природні умови, економіко-фінансові аспекти, політико-правове середовище, науково-технічні новації, та соціально-культурні особливості. Етап передбачає моніторинг, оцінку та аналіз інформації про макроекономічне оточення, що дозволяє підприємству своєчасно адаптуватися до змін в зовнішньому середовищі.

Другий важливий аспект – це аналіз маркетингової та збутової діяльності на зовнішніх ринках. На відміну від внутрішнього ринку, маркетингові функції при експорті залишаються незмінними, включаючи визначення маркетингових завдань, вибір цільових ринків, позиціонування продукції, розробку маркетингового комплексу та контроль за маркетинговими процесами. Ключові показники, які характеризують маркетингову та збутову діяльність, включають витрати на рекламу і їхню рентабельність, обсяг попиту на продукцію, рентабельність збутових витрат, та частку ринку збуту експортної продукції [51, с. 140-141].

По-третє, не менш важливо аналізувати інноваційний потенціал підприємства як складову експортного потенціалу та постійно підвищувати його рівень. Оскільки те, що в одній країні є технологічною інновацією, в іншій уже давно може використовуватися у виробництві.

Для аналізу інноваційного потенціалу необхідно розрахувати рівень витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки, а також проаналізувати можливості впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво [43, с. 276].

Оцінюючи вплив показників зовнішнього експортного потенціалу підприємства доцільно проводити поетапну роботу з формування резервів у розвиток підприємства. Таким чином, резерви використання експортного потенціалу виступають як об'єктивні невикористані можливості, які виявляються в ході аналізу впливу на нього відповідних факторів.

Здійснення оцінки показників зовнішнього експортного потенціалу підприємства вимагає поетапної роботи з формуванням резервів для розвитку компанії. Резерви використання експортного потенціалу розглядаються як об'єктивні невикористані можливості, які виявляються під час аналізу впливу відповідних чинників.

Підприємство може нарощувати власний експортний потенціал двома шляхами: товарним – розширенням асортименту експортованих товарів на

існуючих закордонних ринках, та географічним – виходом на нові ринки розвинених країн, збільшуючи таким чином експортний потенціал [46]:

Нині підприємства продовжують застосовувати лише стандартні методики фінансового аналізу, засновані на розрахунку різних коефіцієнтів фінансової стійкості, платоспроможності, ділової активності та ефективності роботи, для оцінки своєї діяльності та розробки шляхів розвитку.

Проблема ефективного управління експортним потенціалом значною мірою пояснюється відсутністю комплексних науково обґрунтованих підходів та методів аналізу експортного потенціалу шляхом взаємозв'язку між виробничими процесами, системою маркетингу на підприємстві, фінансовою складовою, трудовими ресурсами та юридичними аспектами експортної діяльності.

Таким чином, для розробки універсальної комплексної методики оцінки експортного потенціалу підприємства необхідно проаналізувати існуючі та найбільш часто використовувані методи аналізу експортного потенціалу.

Наразі існуючі методики аналітичної оцінки експортного потенціалу організації можна згрупувати за такими ознаками [21, с. 227]:

1. За рівнем складності – прості кількісні та складні багатофакторні методики. Найпоширеніші – це прості кількісні методики оцінки експортного потенціалу підприємства.

2. З погляду одиниць виміру – кількісні та експертні методики. У кількісних методиках за одиницю виміру приймають класичні абсолютні та відносні одиниці – вартісні, відсотки, коефіцієнти тощо. Експертні методики базуються на системі оцінок у балах та передбачають залучення фахівців. З одного боку, для експертних методик характерна частка суб'єктивізму, з іншого – на відміну від кількісних показників, вони дозволяють враховувати пріоритетність якісних аспектів.

3. За параметрами оцінки – змістовні та порівняльні методики. Змістовні методики включають оцінку елементів експортного потенціалу чи виділених чинників його формування, а порівняльні – оцінку експортного потенціалу у

вигляді порівняння продукції чи результатів діяльності підприємства із продукцією чи результатами діяльності організацій-конкурентів.

Підтримка експорту становить ключовий стратегічний напрямок для держави, особливо в умовах війни. Експорт дозволяє підприємцям виходити за межі внутрішнього ринку, розширюючи ринки збуту своєї продукції. Це набуває особливої важливості в умовах війни, коли споживчий попит на внутрішньому ринку обмежений і змінюється як структурно, так і в обсязі. Орієнтація на зовнішні ринки допомагає стабілізувати виробництво, зберігати робочі місця, сприяє зростанню валового внутрішнього продукту та економічному розвитку. Крім того, експорт сприяє надходженню валютних коштів, що важливо для стабілізації національної валюти та підтримки платіжного балансу країни. Важливою стратегічною перевагою експортної діяльності є також можливість національних підприємців взаємодіяти з міжнародними партнерами, досліджувати нові ринки та набиратися досвіду, який підвищує конкурентоспроможність вітчизняної продукції та посилює позиції країни на світовому ринку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РИНКУ ЗАМОРОЖЕНОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ «РІВНЕХОЛОД»

2.1. Світова кон'юнктура замороженої плодоовочевої продукції

Розглянемо світовий ринок замороженої плодоовочевої продукції. Сегмент заморожування плодоовочевої продукції є одним із найперспективніших напрямків усього плодоовочевого бізнесу в світі.

Світова торгівля замороженими фруктами, ягодами та овочами щороку зростає на 6% або \$740 млн доларів США. Причому сегмент фруктів розвивається швидшими темпами, ніж сегмент овочів. Загальний обсяг світової торгівлі замороженою плодоовочевою продукцією, без урахування заморожених картоплі фри, у 2021 році досяг \$14,2 млрд. Зростання цього ринку пов'язане з кількома факторами, включно з підвищенням попиту на здорове харчування, зручність використання заморожених продуктів та розвитком технологій заморожування.

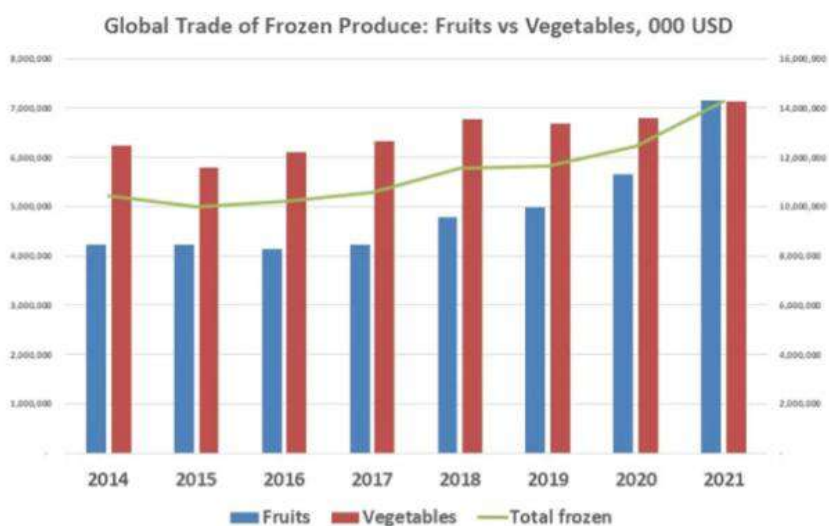


Рис. 2.1. Динаміка світового ринку замороженої продукції за 2014-2021 роки, тис дол США

Джерело: [57]

Заморожені овочі та фрукти для сегменту ХоРеКа (готелів, ресторанів та кафе) мають численні переваги, про які багато закладів просто не знають. Серед цих переваг – висока якість і смакові властивості, зручність зберігання, мінімальні втрати під час приготування тощо. Тому постачальникам замороженої плодоовочевої продукції варто приділяти увагу просуванню цих переваг серед закладів ХоРеКа, що сприятиме ще швидшому зростанню цього сегменту ринку.

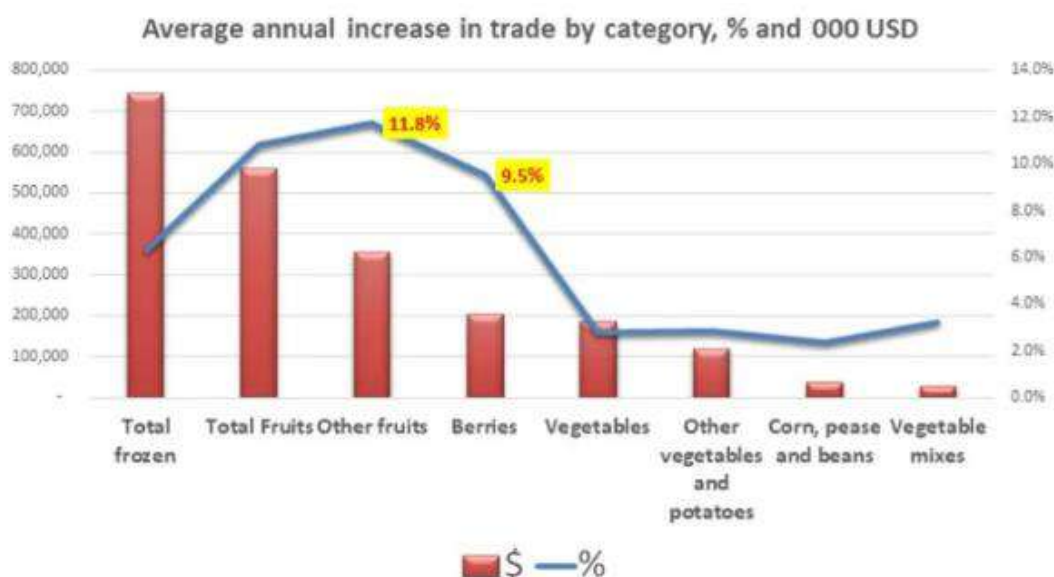


Рис. 2.2. Ринок замороженої продукції за асортиментними група у 2021 році, тис дол США

Джерело: [57]

Найбільш динамічним напрямком міжнародної торгівлі замороженою плодоовочевою продукцією є експорт заморожених екзотичних фруктів, таких як манго, папая, ліхі та інші. За приблизними оцінками Андрія Ярмака, цей сегмент зростає в середньому на 15% на рік, хоча точної статистики немає. Попит на екзотичні фрукти стрімко зростає в країнах з високим рівнем доходів, де споживачі цінують різноманітність та унікальні смаки. Саме завдяки екзотичним фруктам увесь сегмент фруктів, без урахування ягід, зростає в середньому на 12% на рік або приблизно на \$350 млн.

Дещо повільніше, але теж дуже динамічно, розвивається сегмент заморожених ягід. Щорічний приріст експорту в цій категорії сягає \$200 млн або майже 10%. Головною експортною позицією серед ягід у 2021 році стала

заморожена малина, яка випередила багаторічного лідера – суницю садову (полуницю). Зростає попит на малину через її вишуканий смак та користь для здоров'я. Очікується, що найближчими роками також зростатиме сегмент замороженої лохини, особливо з боку США та Канади.

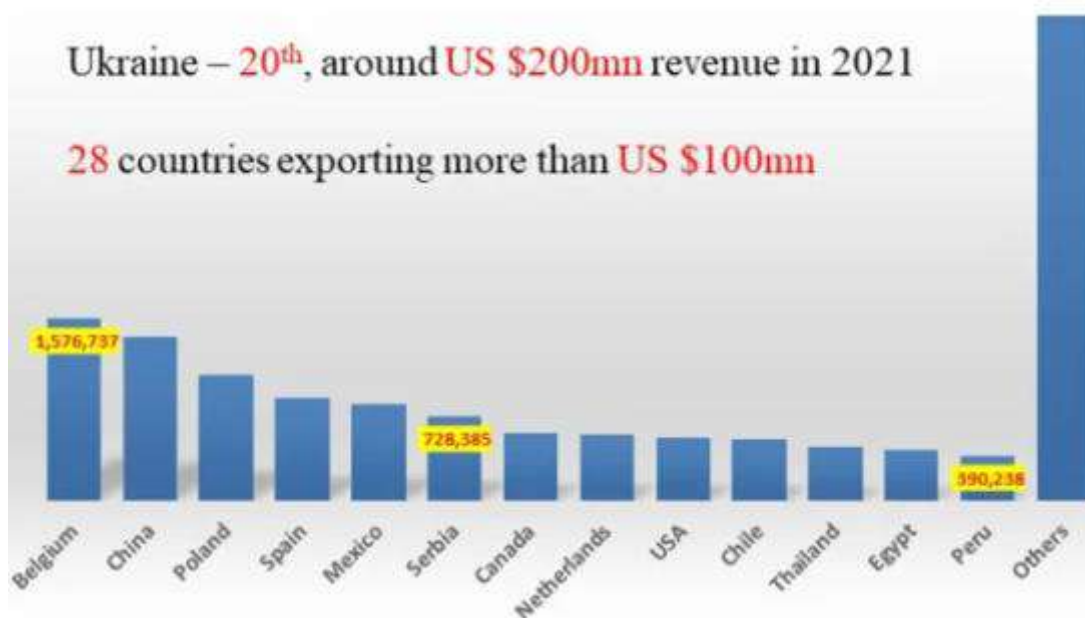


Рис. 2.3. Динаміка лідерів з продажу замороженої плодоовочевої продукції у 2021 році, млн дол США

Джерело: [57]

Світовим лідером з експорту замороженої плодоовочевої продукції є Бельгія, завдяки потужній логістичній інфраструктурі та зручному географічному розташуванню. У трійці лідерів також Китай, який нарощує експорт заморожених овочів, і Польща, яка спеціалізується на ягодах. Варто відзначити шосте місце Сербії, яка щорічно заробляє понад \$700 млн на експорті замороженої плодоовочевої продукції, переважно замороженої малини, завдяки сприятливим природно-кліматичним умовам для вирощування ягід. У 2021 році до двадцятки світових лідерів уперше потрапила й Україна з виручкою понад \$200 млн, головним чином за рахунок експорту заморожених ягід. Загалом уже 28 країн світу експортують плодоовочеву заморозку на понад \$100 млн доларів на рік кожна.

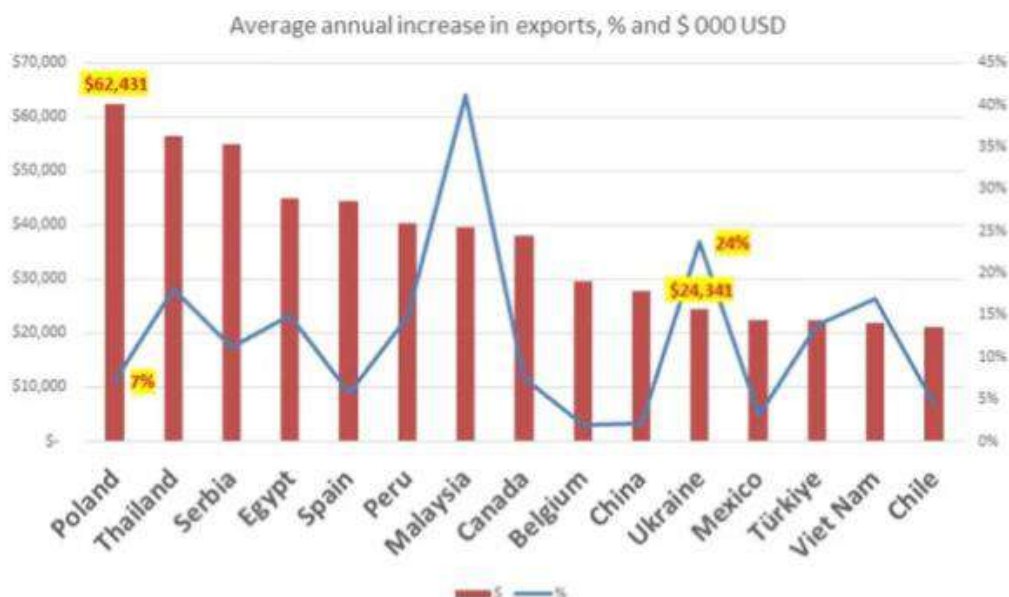


Рис. 2.4. Структура експортерів світового ринку замороженої продукції у 2021 році, тис дол США

Джерело: [57]

Отже, можна помітити, що ринок замороженої продукції неоднорідний, ключову роль в світі грає Польща та Таїланд.

2.2. Аналіз ринку замороженої плодоовочевої продукції в Україні

Розглянемо експортно-імпортні операції. З початком повномасштабної війни, яку розпочала Російська Федерація проти України 24 лютого 2022 року, українські суб'єкти, що займаються експортом, зіткнулися з численними викликами. Відмінності у державному регулюванні цієї сфери спостерігаються як в Україні, так і в усьому світі. Національні виробники змушені адаптувати свої стратегії на міжнародних ринках до нових умов регулювання. Через військові дії обмежено географію зовнішньої торгівлі, зокрема, експорт. Значним ударом стало введення ембарго на імпорту з Російської Федерації і, відповідно, на експорт української продукції до цієї країни, що призвело до повної блокади східного напрямку експорту. Статистика показує значне зниження експорту до Росії в 2022 році на 86%, порівняно з 2021 роком.

Такий стан ситуації змусив українських підприємців шукати нові джерела сировини та нові ринки збуту для своїх товарів, які раніше експортувалися до Росії. З іншого боку, закриття ринку однієї держави відкриває нові можливості для підприємців на інших міжнародних ринках. Війна також створила серйозні виклики для українських експортерів у сфері логістики та через руйнування інфраструктурних об'єктів, завдавши збитків на сотні мільярдів доларів. Блокування доступу до українських портів на Чорному та Азовському морях обмежило можливість використання південного напрямку для зовнішньої торгівлі, залишивши західний напрямок як єдину доступну альтернативу. Відповідно, зростання частки Європейського Союзу у географічній структурі зовнішньої торгівлі стало логічним результатом цих обставин.

На рис. 2.5 представимо динаміку експорту України за 2019-2023 роки.

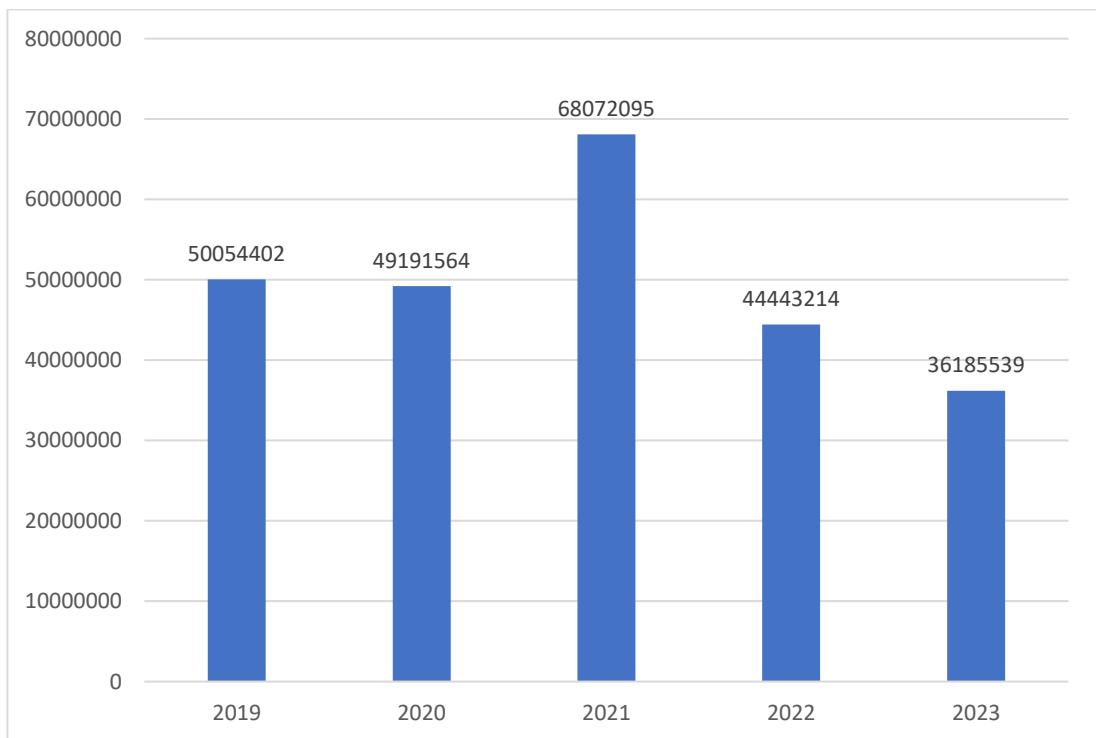


Рис. 2.5. Динаміка експорту України, тис дол США

Джерело: [59]

Згідно з даними Trademap, у 2022 році Україна мала 0,2% від загального обсягу світового експорту товарів, з загальною вартістю експортованих товарів у розмірі 44 443 214 тисяч доларів США. Цей показник дозволив Україні зайняти

63 місце в глобальному рейтингу країн-експортерів. У порівнянні з 2021 роком, у 2023 році експорт товарів знизився на 46.84%. У структурі експорту України у 2023 році, на Польщу припадає 13,15%, на Румунію – 10,40%, на Туреччину – 6,55%, а на Китай – 6,65%.

На рис. 2.6 графічно представлено структуру експорту за країнами у 2023 році.

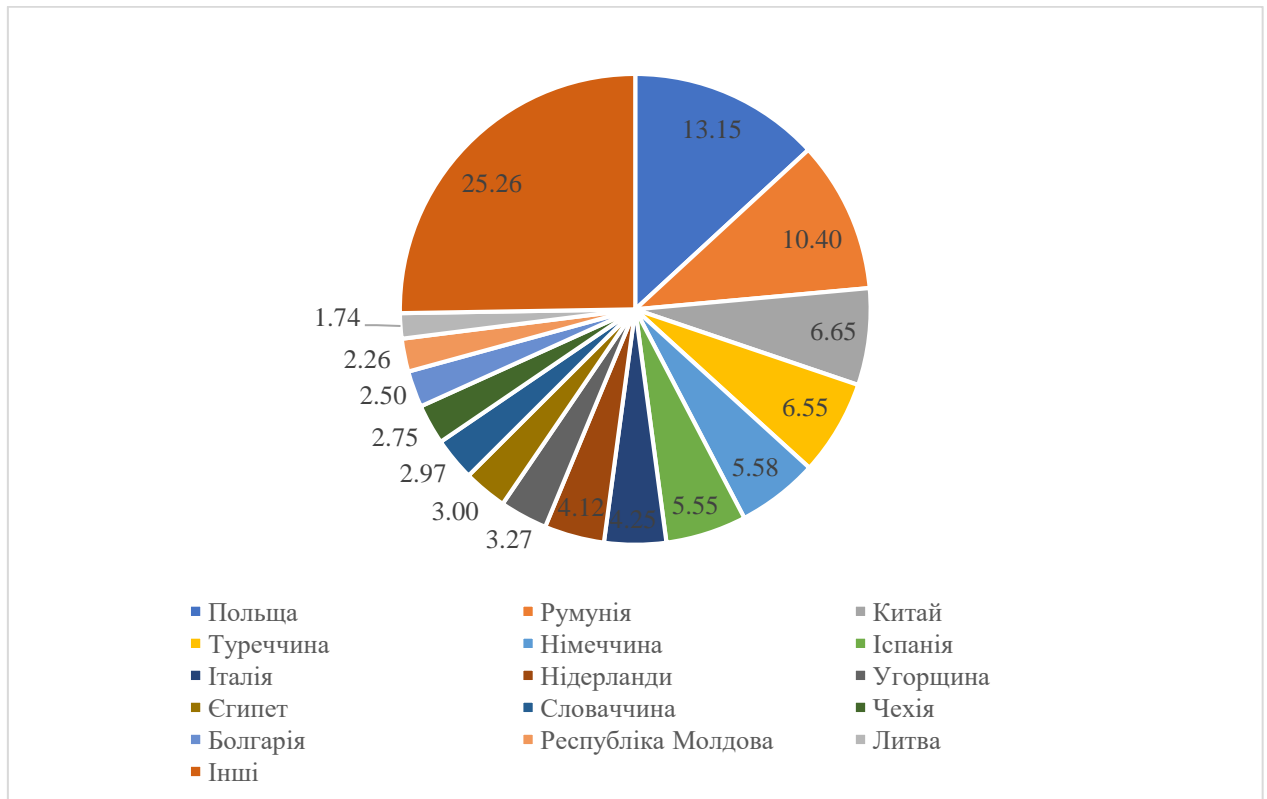


Рис. 2.6. Структура експорту за країнами у 2023 році, %

Джерело: [59]

Підприємці зіткнулися з новими викликами через введення урядом України та інших країн світу митно-тарифних та нетарифних регуляторних заходів. Зазначені заходи введені як реакція на потребу захистити населення, місцевий бізнес та стабілізувати платіжний баланс. У відповідь на загрозу продовольчої безпеки український уряд розширив список товарів, чий експорт тепер підлягає квотуванню і ліцензуванню. До таких товарів належать окремі позиції м'яса великої рогатої худоби, жито, овес, гречка, просо, цукор, сіль та мінеральні добрива (азотні, фосфорні, калійні та комплексні), для яких

встановлені нульові квоти, що фактично забороняє їх експорт з України. Крім того, вимоги ліцензування введені для експорту пшениці, курячого м'яса і яєць, кукурудзи та соняшникової олії.

Варто зазначити, що список обмежуваних товарів постійно оновлюється в залежності від потреб населення та стану економіки. Час від часу експортні обмеження щодо певних продуктів пом'якшуються, наприклад, для добрив та м'яса великої рогатої худоби. Зміни в регулюванні експорту товарів, які підлягають квотуванню або обмеженням, змушують підприємців регулярно слідкувати за актуальністю цього переліку.

Україна перебуває на другому місці у світі за темпами приросту експорту плодоовочевої заморозки, збільшуючи експорт на 24% або \$24,3 млн на рік. Це свідчить про великий потенціал України в цьому сегменті. На першому місці Малайзія, яка демонструє стрімке зростання завдяки збільшенню споживання заморожених екзотичних фруктів в країнах-імпортерах. З точки зору обсягів приросту експорту світовим лідером залишається Польща, яка нарощує експорт заморожених ягід у середньому на \$62,4 млн доларів на рік. Також у п'ятірці лідерів за приростом експорту Таїланд, Сербія, Єгипет та Іспанія.

Загалом, світовий ринок заморожених фруктів, ягід та овочів демонструє стійке зростання, що відкриває нові можливості для виробників та експортерів цієї продукції. Проте для закріплення своїх позицій на цьому перспективному ринку, гравцям необхідно постійно працювати над просуванням продукції, розширенням асортименту та підвищенням ефективності виробництва.

Розглянемо ринки збуту замороженої плодоовочевої продукції.

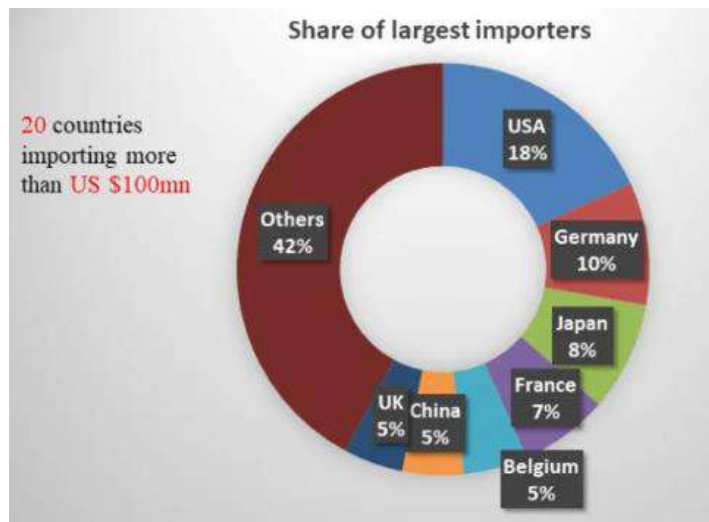


Рис. 2.7. Структура найбільших покупців замороженої плодоовочевої продукції у 2021 році, %

Джерело: [57]

Ринки збуту замороженої плодоовочевої продукції значно більш консолідовані, ніж ринки виробництва. Основними імпортерами такої продукції є країни з високим рівнем доходів населення та інтенсивним способом життя. На п'ять найбільших країн-імпортерів: США, Німеччину, Японію, Францію та Бельгію, припадає близько половини світового імпорту заморожених фруктів, ягід та овочів.

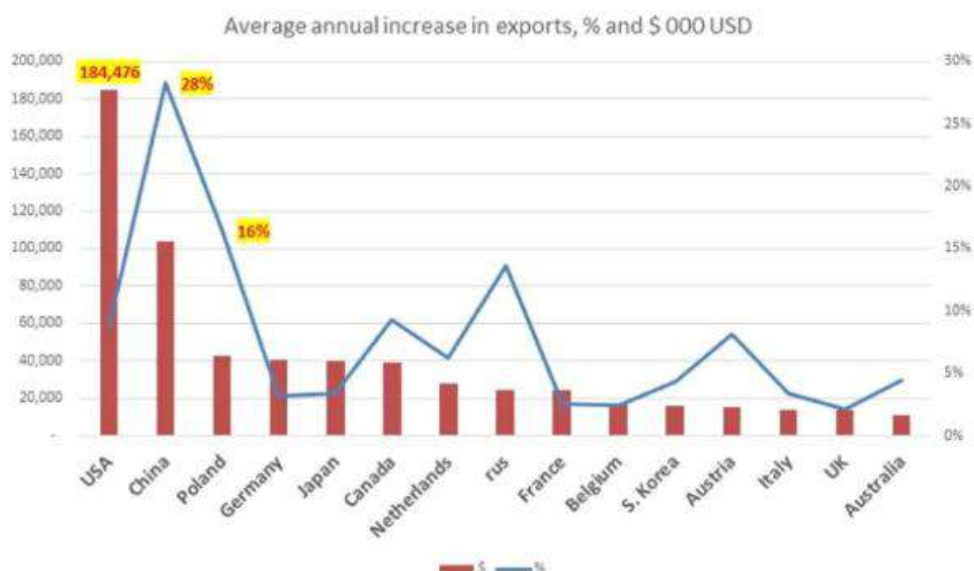


Рис. 2.8. Структура імпортерів світового ринку замороженої продукції у 2021 році, тис дол США

Джерело: [57]

Водночас, найшвидшими темпами нарощують імпорт заморожених плодовоовочів США, Китай та Польща. Для Польщі, яка також є лідером за темпами зростання експорту, збільшення імпорту є вимушеним кроком, що дозволяє їй зберегти свої позиції на цьому ринку.

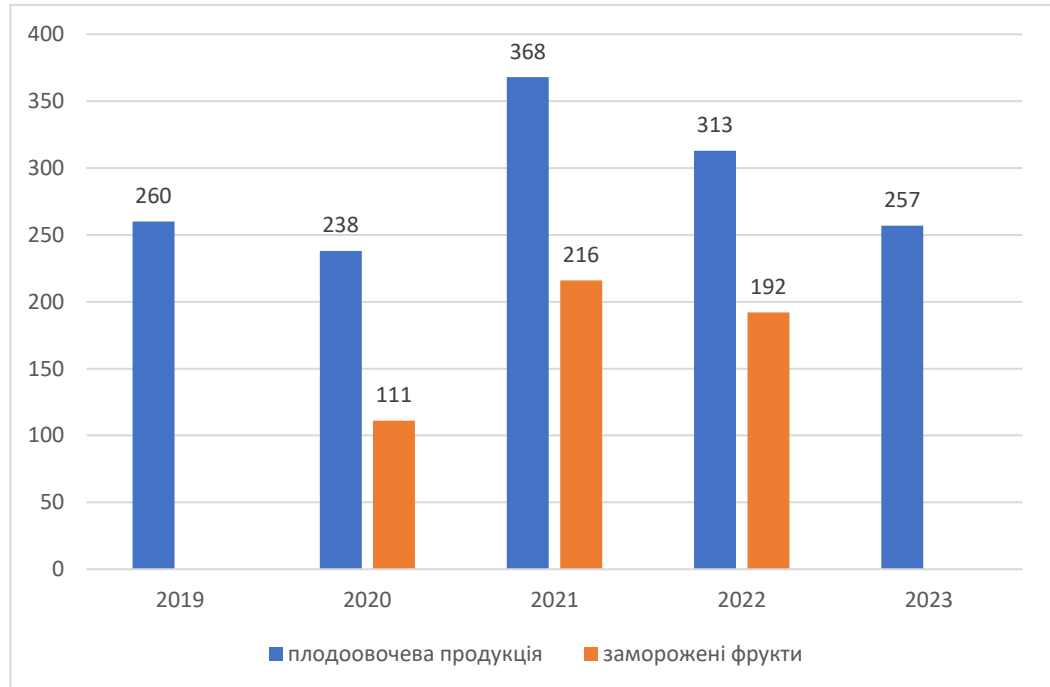


Рис. 2.9. Динаміка експорту замороженої плодовоовочевої продукції у 2019-2023 роках, млн дол США

Джерело: [27]

У 2022 році Україна досягла рекордних обсягів експорту заморожених ягід, які принесли найбільше експортної виручки в сегменті плодовоовочевої продукції. В умовах війни нарощування виробництва замороженої продукції – ягід, фруктів та овочів – стало ще більш актуальним, оскільки це дозволяє зберегти врожай та, враховуючи логістичні проблеми, реалізувати продукцію в пізніші терміни.

У 2022 році українські виробники експортували рекордну кількість замороженої малини через високі ціни та неврожай у Північній півкулі. Згідно зі статистикою, половина вирощеної в Україні малини експортується у замороженому вигляді. Загалом у світі реалізується більше замороженої малини, ніж свіжої, що зумовлено смаковими особливостями та поганою лежкістю цієї ягоди. Окрім малини, до трійки лідерів серед ягід, які найчастіше експортуються

з України у замороженому вигляді, входять також чорниця і смородина. Переважна більшість імпортованих заморожених українських ягід надходить на подальшу переробку.

Починаючи з 2020 року, найбільші експортні надходження в галузі садівництва України приносили заморожені ягоди та інші плоди, випередивши раніше лідируючі волоські горіхи. Так, за даними Української асоціації аграрного експорту, у 2020 році експорт заморожених фруктів становив 111 мільйонів доларів, у 2021 році – 216 мільйонів доларів, а у 2022 році – 192 мільйони доларів.

Протягом зазначеного періоду відбувалося також оновлення рекордних обсягів закордонних продажів замороженої плодово-ягідної продукції у натуральному вимірі: 2020 рік – 55 тисяч тонн, 2021 рік – 76 тисяч тонн, 2022 рік – 84 тисячі тонн. Минулого року в товарній структурі експорту цієї підгрупи виділялися заморожена малина (33 тисячі тонн), чорниця (27 тисяч тонн), ожина і шовковиця (майже 5 тисяч тонн), суниці та полуниці (близько 5 тисяч тонн).

Як і для продукції садівництва загалом, так і для заморожених фруктів українського виробництва головним ринком збуту залишається Європейський Союз, куди у 2022 році було їх експортовано на суму 188 мільйонів доларів, тобто 98%. Країнами, що принесли найбільшу експортну виручку торік, стали: Польща – 94 мільйони доларів, Німеччина – 24 мільйони доларів, Італія – 18 мільйонів доларів, Австрія – 10 мільйонів доларів, Нідерланди – 8 мільйонів доларів, Чехія – 8 мільйонів доларів, Литва – 7 мільйонів доларів, Франція – 7 мільйонів доларів. Загалом заморожені ягоди стали одним з небагатьох продуктів з України, експорт яких демонстрував позитивну динаміку незважаючи на вплив пандемії коронавірусу та російське військове вторгнення.

У 2023 році експортна виручка України від плодово-ягідної продукції становила 257 мільйонів доларів, скоротившись на 18%, порівняно з попереднім роком. Таким чином, повномасштабна війна продовжує негативно впливати на потенціал поставок фруктів, ягід і горіхів на зовнішні ринки.

Найбільші надходження українським експортерам у 2023 році принесли продажі заморожених ягід та інших фруктів (132 мільйони доларів, переважно

малини і чорниці), волоських горіхів у шкаралупі й лущених (77 мільйонів доларів), зерняткових культур (по суті, яблук, 18 мільйонів доларів), свіжих ягід (18 мільйонів доларів). В кількісному вимірі у 2023 році експортні обсяги заморожених плодів сягнули 87 тисяч тонн, збільшившись на 3 тисячі тонн і ставши максимальними за період незалежності України. Експорт волоських горіхів зріс з 25 тисяч тонн у 2022 році до майже 31 тисячі тонн у 2023 році, а ягід – з 4 тисяч тонн до 5 тисяч тонн. Водночас скоротилися обсяги експорту яблук і груш – з понад 46 тисяч тонн у 2022 році до 42 тисяч тонн у 2023 році.

Основними країнами-покупцями плодів і ягід українського виробництва за минулий рік стали: Польща – близько 62 мільйонів доларів, Німеччина – 24 мільйони доларів, Італія – 14 мільйонів доларів, Франція – 13 мільйонів доларів, Чехія – 13 мільйонів доларів, Румунія – 12 мільйонів доларів, Нідерланди – 11 мільйонів доларів, Австрія – 11 мільйонів доларів, Азербайджан – 10 мільйонів доларів. Загалом Європейський Союз зберіг статус головного споживача української продукції садівництва з часткою 77%.

Українська Асоціація Аграрного Експорту зазначає, що глобальні цінові тенденції на продукцію виявилися неоднозначними. Для заморожених плодів та волоських горіхів зниження експортних цін призвело до скорочення сумарної виручки попри нарощування кількісних обсягів. Середня вартість українських яблук у 2023 році залишилася такою самою, перевищуючи 400 доларів за тонну. Натомість відбулося подорожчання лохини до 4481 долара за тонну, тобто на 18%. Загалом у 2024 році для українських експортерів дуже важливо буде зберегти, а за сприятливої внутрішньої і зовнішньої кон'юнктури – намагатися розширити свої позиції на основних та додаткових ринках збуту.

2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТДВ "Рівнехолод"

Компанія "Рівнехолод" заснована у 1950 році, а з 2001 року стала сімейним бізнесом. Знаходячись у центрах заготівлі дикорослих ягід, які є Полісся та

екологічно чистий район України Карпати, підприємство має зручне місцезнаходження для своєї діяльності. Райони ці відомі вирощуванням таких ягід, як чорниця, ожина, брусниця, журавлина, чорноплідна горобина, шипшина, бузина.

ТДВ "Рівнехолод" є одним з найбільших виробників швидкозаморожених лісових ягід в Україні. Вона постійно модернізується і з 2006 року має сертифікат НАССР та перейшла на органічне виробництво. Крім того, підприємство має сертифікати відповідності міжнародним стандартам якості та безпеки харчових продуктів.

З метою задоволення вимог замовників щодо стабільної якості та безпеки продукції, на підприємстві впроваджено інтегровану систему управління якістю та безпечністю, що відповідає вимогам Регулювання ради (ЕС) 834/2007 і (ЕС) 889/2008, національного департаменту сільського господарства США NOP, стандартам ISO 9001:2015, ДСТУ ISO 22000:2007 та стандарту KRAV. Підприємство отримало сертифікацію за програмами органічного виробництва згідно з вимогами Регулювання ради (ЕС) 834/2007 і (ЕС) 889/2008, а також сертифікат KRAV за дотримання соціальної політики.

Компанія "Рівнехолод" визнана першою в Україні у справі експорту дикорослих ягід і постачає продукцію майже до всіх країн Європи, Америки та Китаю. Основна діяльність полягає у заготівлі, переробці, зберіганні та реалізації продукції лісових та культивованих ягід. Крім того, підприємство займається оптовою торгівлею фруктами й овочами та молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами.

За даними PROZORRO підприємство активно бере участь у тендерах на поставку продукції.

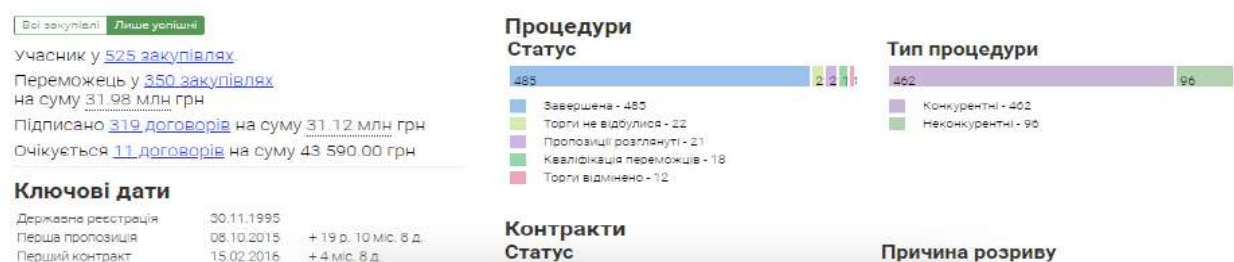


Рис. 2.10. Результативність участі у тендерах на сайті PROZORRO

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Розглянемо показники діяльності підприємства у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Показники діяльності ТДВ «Рівнехолод» за 2021-2023 роки, тис грн

| Найменування показника | 2021 | 2022 | 2023 | Зміна | Темп приросту, % |
|---|----------|----------|----------|----------|------------------|
| Чистий дохід від реалізації продукції (робіт, послуг) без ПДВ і акцизів | 929045 | 752853 | 337562 | -591483 | -63,67 |
| Собівартість реалізованої продукції, тис. грн. | 840890 | 703942 | 310947 | -529943 | -63,02 |
| Валовий прибуток, тис. грн. | 88155 | 48911 | 26615 | -61540 | -69,81 |
| Чисельність працюючих, чол. | 74 | 78 | 73 | -1 | -1,35 |
| Витрати на оплату праці, тис. грн. | 6 547 | 8 718 | 8 265 | 1718 | 26,24 |
| Середньомісячна заробітна плата, тис. грн./чол. | 7372,75 | 9314,10 | 9434,93 | 2062,18 | 27,97 |
| Середньорічна вартість активів, тис. грн. | 627292,5 | 865273,5 | 894734 | 267441,5 | 42,63 |
| Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн. | 35585,5 | 45409 | 60486,5 | 24901 | 69,98 |
| Середньорічна вартість власного капіталу, тис. грн. | 248393 | 265506,5 | 275285,5 | 26892,5 | 10,83 |
| Середньорічний залишок оборотних коштів, тис. грн. | 586494 | 810932 | 826316 | 239822 | 40,89 |
| Продуктивність праці персоналу, тис.грн./чол. | 12554,66 | 9651,96 | 4624,14 | -7930,53 | -63,17 |
| Рентабельність підприємства, % | 2,04 | 2,03 | 1,28 | -0,77 | -37,53 |
| Чистий прибуток, тис.грн | 18976 | 15250 | 4307 | -14669 | -77,30 |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Аналізуючи надану таблицю, можна зробити наступні висновки.

Спостерігається значне зниження чистого доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) – на 63,67% у 2023 році, порівняно з 2021 роком.

Собівартість реалізованої продукції також суттєво знизилася – на 63,02% у 2023 році, порівняно з 2021 роком, що відповідає зниженню доходів. Валовий прибуток зменшився на 69,81% у 2023 році, порівняно з 2021 роком через скорочення обсягів реалізації.

Чисельність працюючих зменшилася лише на 1 особу (1,35%) у 2023 році, порівняно з 2021 роком. Витрати на оплату праці зросли на 26,24% у 2023 році, порівняно з 2021 роком, що призвело до підвищення середньомісячної заробітної плати на 27,97%.

Продуктивність праці персоналу значно знизилася (на 63,17%) у 2023 році, порівняно з 2021 роком через скорочення обсягів реалізації продукції.

Вартість активів, основних засобів, власного капіталу та оборотних коштів зросла у 2023 році, порівняно з 2021 роком, що може свідчити про інвестиції або переоцінку.

Рентабельність підприємства знизилася на 37,53% у 2023 році, порівняно з 2021 роком. Чистий прибуток скоротився на 77,30% у 2023 році, порівняно з 2021 роком, що є наслідком зниження обсягів реалізації та валового прибутку.

Загалом, дані свідчать про значне скорочення обсягів діяльності підприємства у 2023 році, що негативно вплинуло на фінансові результати, але при цьому відбулося зростання витрат на персонал та інвестицій в активи.

Розглянемо показники фінансової стійкості підприємства у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Показники фінансової стійкості ТДВ «Рівнехолод» за 2021-2023 роки

| Найменування показника | Норм. знач. | Роки | | | Зміна 2022/2021 | | Зміна 2023/2022 | |
|--|-------------|------|------|------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|
| | | 2021 | 2022 | 2023 | Абс, (+/-) | Темп приросту, % | Абс, (+/-) | Темп приросту, % |
| Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) | 0,5-0,8 | 0,35 | 0,28 | 0,35 | -0,07 | -21,01 | 0,07 | 26,14 |
| Коефіцієнт концентрації залученого капіталу | 0,2-0,5 | 0,65 | 0,72 | 0,65 | 0,07 | 11,25 | -0,07 | -9,94 |
| Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу | 0,25-1 | 1,87 | 2,63 | 1,88 | 0,76 | 40,84 | -0,75 | -28,61 |
| Коефіцієнт фінансової залежності | 1,25-2,0 | 2,87 | 3,63 | 2,88 | 0,76 | 26,59 | -0,75 | -20,72 |

Продовження табл. 2.2

| | | | | | | | | |
|---|-----------|------|------|------|-------|--------|------|-------|
| Коефіцієнт маневреності власного капіталу | 0,05-0,10 | 2,05 | 2,17 | 2,28 | 0,11 | 5,56 | 0,12 | 5,40 |
| Коефіцієнт фінансової стійкості | | 0,64 | 0,54 | 0,81 | -0,10 | -15,56 | 0,27 | 49,42 |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

У 2022 році відбулося погіршення фінансової стійкості підприємства, порівняно з 2021 роком. Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) зменшився на 21,01%, що свідчить про зростання залежності від зовнішніх джерел фінансування. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу та коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу зросли, що також вказує на підвищення ризику неплатоспроможності.

У 2023 році ситуація дещо покращилась. Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) повернувся до нормативного значення 0,35. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу та коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу знизились, порівняно з 2022 роком.

Проте, коефіцієнт маневреності власного капіталу залишається досить високим протягом усього періоду (2,05-2,28), що свідчить про недостатню мобільність використання власних коштів підприємства.

Коефіцієнт фінансової стійкості у 2023 році (0,81) перевищив норму, що є позитивним сигналом. Хоча в 2022 році він був нижчим за норму (0,54).

Загалом, можна сказати, що у 2022 році фінансова стійкість ТДВ "Рівнехолод" погіршилась, проте у 2023 році спостерігається поліпшення більшості показників і стабілізація фінансового стану. Водночас, необхідно звернути увагу на проблему недостатньої маневреності власного капіталу протягом усього періоду.

Розглянемо показники ліквідності підприємства ТДВ "Рівнехолод" у табл. 2.3.

Показники ліквідності ТДВ «Рівнехолод» за 2021-2023 роки

| Найменування показника | Норм. знач. | Роки | | | Зміна 2022/2021 | | Зміна 2023/2022 | |
|---|-------------|------|------|------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|
| | | 2021 | 2022 | 2023 | Абс, (+/-) | Темп приросту, % | Абс, (+/-) | Темп приросту, % |
| Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності) | 2,0-2,5 | 4,07 | 2,80 | 7,42 | -1,27 | -31,25 | 4,62 | 164,89 |
| Коефіцієнт швидкої ліквідності | 0,8-1,5 | 2,41 | 2,35 | 6,19 | -0,06 | -2,30 | 3,83 | 163,00 |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 0,25-0,3 | 1,11 | 1,03 | 4,94 | -0,08 | -7,47 | 3,91 | 381,21 |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

У 2022 році спостерігалось погіршення ліквідності підприємства, порівняно з 2021 роком. Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності) знизився на 31,25%, коефіцієнт швидкої ліквідності – на 2,3%, коефіцієнт абсолютної ліквідності – на 7,47%.

Попри тенденію зниження, у 2022 році коефіцієнти швидкої і абсолютної ліквідності перебували в межах нормативних значень, а коефіцієнт покриття був вищим за норму.

У 2023 році відбулося значне поліпшення показників ліквідності. Коефіцієнт покриття зріс на 164,89% до 7,42, що істотно перевищує норму. Коефіцієнт швидкої ліквідності збільшився на 163% до 6,19. Коефіцієнт абсолютної ліквідності зріс у 4,8 рази і досяг 4,94 – значно більше нормативного діапазону.

Така динаміка може свідчити про накопичення підприємством великої кількості ліквідних активів у 2023 році або про проблеми з рівнем виробництва та реалізації продукції.

Отже, у 2022 році ліквідність ТДВ "Рівнехолод" дещо погіршилась, але залишалась у прийнятних межах. А в 2023 році відбулося різке підвищення всіх показників ліквідності

Розглянемо показники рентабельності підприємства у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Показники рентабельності ТДВ «Рівнехолод» за 2021-2023 роки

| Найменування показника | Роки | | | Зміна 2022/2021 | | Зміна 2023/2022 | |
|------------------------------------|-------|-------|------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 | Абс, (пп) | Темп приросту, % | Абс, (пп) | Темп приросту, % |
| Рентабельність майна (активів) | 3,03 | 1,76 | 0,48 | -1,26 | -41,74 | -1,28 | -72,69 |
| Рентабельність власного капіталу | 7,64 | 5,74 | 1,56 | -1,90 | -24,82 | -4,18 | -72,76 |
| Рентабельність основних засобів | 53,33 | 33,58 | 7,12 | -19,74 | -37,02 | -26,46 | -78,80 |
| Рентабельність продукції | 2,04 | 2,03 | 1,28 | -0,02 | -0,83 | -0,75 | -37,01 |
| Рентабельність основної діяльності | 2,26 | 2,17 | 1,39 | -0,09 | -4,00 | -0,78 | -36,06 |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

У 2022 році відбулося значне погіршення всіх показників рентабельності, порівняно з 2021 роком. Рентабельність майна (активів) знизилася на 41,74% до 1,76%. Рентабельність власного капіталу зменшилася на 24,82% до 5,74%. Рентабельність основних засобів скоротилася на 37,02% до 33,58%. Рентабельність продукції та рентабельність основної діяльності знизилась незначно - на 0,83% та 4% відповідно.

У 2023 році спостерігалось подальше істотне зниження рівня рентабельності. Рентабельність майна зменшилася до 0,48% (темп приросту - 72,69%). Рентабельність власного капіталу знизилася до 1,56% (-72,76%). Рентабельність основних засобів впала до критично низького рівня 7,12% (-78,8%). Рентабельність продукції та основної діяльності також продовжили скорочуватися.

Така від'ємна динаміка свідчить про суттєве погіршення ефективності використання ресурсів підприємства, низьку прибутковість операційної діяльності та збитковість вкладень у 2022-2023 роках.

Особливо критичною є ситуація з рентабельністю основних засобів, адже значення 7,12% у 2023 році є надзвичайно низьким і свідчить про неефективне використання виробничих потужностей.

Загалом аналіз показує, що за розглянутий період 2021-2023 рр. рівень рентабельності ТДВ "Рівнехолод" невпинно знижувався, досягнувши у 2023 році критично низьких значень за більшістю показників. Це викликає занепокоєння та вимагає вжиття невідкладних заходів для підвищення ефективності діяльності підприємства.

ТДВ "Рівнехолод" займається зовнішньоекономічною діяльністю з 2012 року, що говорить про експортні можливості підприємства. Відповідно, підприємство має достатні виробничі потужності, забезпеченість ресурсним потенціалом, налагоджені зовнішньоекономічні контакти, щоб задовольняти не лише попит на внутрішньому ринку, а також і на зовнішніх ринках.

Відділ зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) створено як самостійний структурний підрозділ підприємства. Він являтиме собою частину апарату управління. Його головне завдання полягає в управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутрішньофірмового управління. Він створюється для планування, організації і координації ЗЕД. Організаційна структура управління ЗЕД як складова частина внутрішньофірмового управління визначається, насамперед, загальною стратегією підприємства, а також стратегією ЗЕД як її складової.

Схема прямих зв'язків відділу на ТДВ «Рівнехолод» орієнтована на зовнішньоекономічну діяльність зображена на рис.2.11.



Рис. 2.11. Схема прямих зв'язків відділу зовнішньоекономічної діяльності ТДВ «Рівнехолод»

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Мета відділу ЗЕД на підприємстві ТДВ «Рівнехолод» – максималізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємстві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутрішньofірмового управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі та сфері управління.

В таблиці 2.5 наводиться приблизний перелік задач зовнішньоторговельного відділу ТДВ «Рівнехолод», який випускає продукцію на експорт, та обов'язки його працівників.

Задачі відділу ЗЕД на ТДВ «Рівнехолод»

| Задачі | Виконавці |
|--|--|
| 1. Експорт | |
| Збір інформації про продукцію, готову до експорту або заплановану на експорт | Спеціалісти з експорту |
| Розрахунок цін на експортну продукцію з урахуванням різних умов поставки | Старший спеціаліст з експорту, залучені фахівці з планово-економічного відділу, бухгалтерії та ЗТВ |
| Підготовка рекламних матеріалів, каталогів, проспектів | Спеціаліст з експорту, іноземний кореспондент, відділ маркетингу |
| Аналіз інформації про продажі товарів у минулому, їх рух та відгуки споживачів | Спеціаліст з експорту, секретар-перекладач |
| Складання списку потенційних споживачів за групами | Старший спеціаліст з експорту, спеціаліст з експорту, секретар-перекладач |
| Попередня підготовка та укладання агентських угод | Іноземний кореспондент, старший спеціаліст з експорту |
| Забезпечення упаковки, транспортування та виконання експортних формальностей | Старший спеціаліст з експорту, секретар-перекладач, начальник ЗТВ |
| Забезпечення отримання платежів | Старший спеціаліст з експорту, бухгалтер |
| 2. Імпорт | |
| Збір заявок на імпорту обладнання, запчастин і матеріалів | Спеціаліст з імпорту, секретар-перекладач, відділ маркетингу |
| Збір інформації про потенційних продавців | Старший спеціаліст з імпорту, спеціаліст з імпорту, секретар-перекладач |
| Підготовка та розсилка запитів, аналіз технічних характеристик та цін | Старший спеціаліст з імпорту, спеціаліст з імпорту |
| Підготовка контракту | Начальник ЗТВ, старший спеціаліст з імпорту |
| Переговори та підписання контракту | Начальник ЗТВ, старший спеціаліст з імпорту |
| Попередня підготовка та укладання агентських угод | Начальник ЗТВ, старший спеціаліст з імпорту |
| Забезпечення транспортування та виконання митних процедур | Спеціаліст з імпорту, спеціаліст з транспорту і митниці |
| Забезпечення своєчасних платежів | Спеціаліст з імпорту, бухгалтер |
| Урегулювання спірних питань за імпортними контрактами | Начальник ЗТВ, старший спеціаліст з імпорту, юристи |
| Забезпечення гарантійного та післягарантійного обслуговування, закупівля запчастин | Старший спеціаліст з імпорту, спеціаліст з імпорту |
| Збір та аналіз інформації про потенційних продавців за групами товарів | Спеціаліст з імпорту, секретар-перекладач |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Основні види зовнішньоекономічної діяльності ТДВ «Рівнехолод» є наступними:

- експорт товарів, робіт і послуг власного виробництва;

- імпорт товарів, робіт і послуг для власних потреб;
- імпорт товарів, робіт і послуг для потреб інших суб'єктів підприємницької діяльності і громадян, як з набуттям права власності, так і без набуття такого на товари, роботи і послуги, які імпортуються;
- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності.

Слід також зазначити, що поставки продукції ТДВ «Рівнехолод» відбувається на умовах EXW, CIF, DAT відповідно до правил ІНКОТЕРМС-2020.

Операціями ЗЕД даного підприємства є експортно-імпортні операції. Експортні операції передбачають продаж і вивезення товарів за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагенту. Імпортні операції – навпаки – передбачають купівлю в іноземного контрагента товару і ввезення його на митну територію України з метою їх реалізації на внутрішньому ринку, а також виробничого споживання досліджуваним підприємством. Динаміку зовнішньої торгівлі та питому вагу зовнішньоторговельних операцій ТДВ "Рівнехолод" за 2021-2023 роки представлено у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Динаміка структури виручки від реалізації ТДВ "Рівнехолод"
за 2021-2023 рр.**

| Показник | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---------|---------|---------|
| Виручка від реалізації продукції тис. грн., в т.ч. | 929 045 | 752 853 | 337 562 |
| Експорт, тис.грн. | 265 707 | 249 194 | 185 322 |
| Реалізація на внутрішньому ринку, тис. грн | 663 338 | 503 659 | 152 240 |
| Рівень доходу від експорту в загальному обсягу доходу | 28,6 | 33,1 | 54,9 |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Загальна виручка від реалізації продукції мала тенденцію до зниження протягом аналізованого періоду: з 929 045 тис. грн у 2021 році до 752 853 тис. грн у 2022 році (-18,9%) та 337 562 тис. грн у 2023 році (-55,2%, порівняно з 2021 роком).

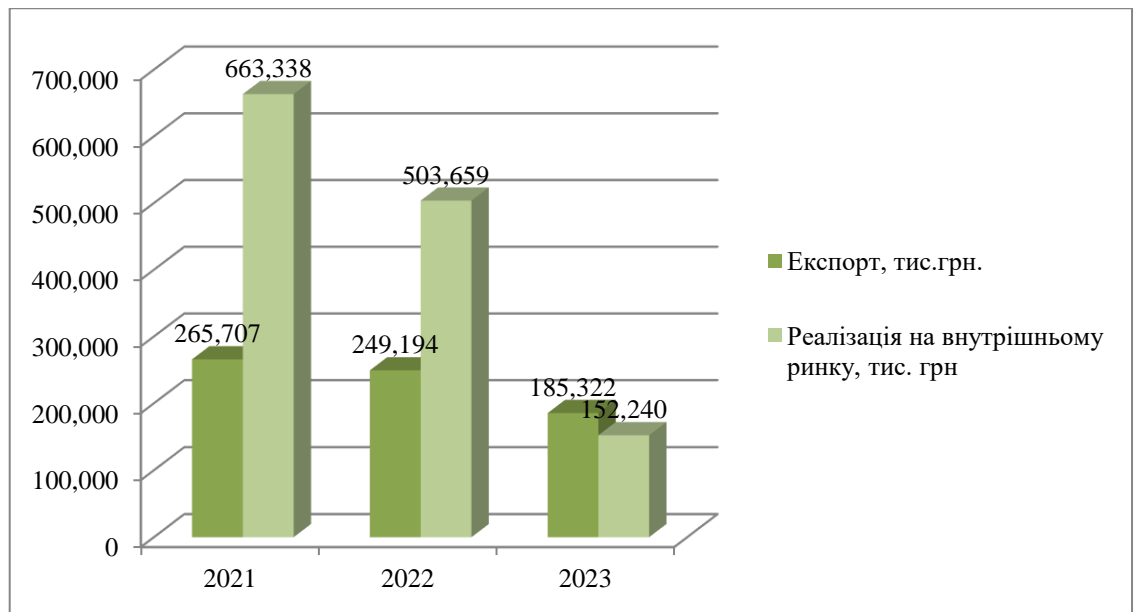


Рис. 2.12. Динаміка структури виручки від реалізації ТДВ «Рівнехолод» за 2021-2023 рр.

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Виручка від експорту також скоротилася в абсолютному вираженні: з 265 707 тис. грн у 2021 році до 249 194 тис. грн у 2022 році (-6,2%) та 185 322 тис. грн у 2023 році (-30,2% порівняно з 2021 роком).

Однак, частка експортної виручки у загальному обсязі доходів зросла з 28,6% у 2021 році до 33,1% у 2022 році та 54,9% у 2023 році. Це свідчить про зміщення пріоритетів підприємства в бік зовнішніх ринків збуту.

Виручка від реалізації на внутрішньому ринку скоротилася більш стрімкими темпами: з 663 338 тис. грн у 2021 році до 503 659 тис. грн у 2022 році (-24,1%) та 152 240 тис. грн у 2023 році (-77% порівняно з 2021 роком).

Така динаміка може свідчити про значні проблеми зі збутом продукції на внутрішньому ринку в 2022-2023 роках, можливо, через загальне погіршення економічної ситуації або посилення конкуренції.

Отже, аналіз показує, що хоча підприємство зберегло присутність на експортних ринках, загальний обсяг його виручки від реалізації продукції істотно скоротився, при цьому найбільші втрати відбулися на внутрішньому ринку. Це

може негативно позначитися на фінансових результатах діяльності ТДВ "Рівнехолод" у найближчій перспективі.

Розглянемо структуру експорту за продукцією ТДВ «Рівнехолод» у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Структура експорту ТДВ «Рівнехолод» за асортиментними групами за 2021-2023 рр.

| | 2021 | | 2022 | | 2023 | | Відхилення 2023/2021 | | |
|----------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------------|--------|-------------------|
| | Сума, тис. грн | Пит. вага, % | Сума, тис. грн | Пит. вага, % | Сума, тис. грн | Пит. вага, % | +/-, тис. грн. | % | Пунктів структури |
| Експорт продукції, у т.ч.: | 265707 | 100 | 249194 | 100 | 185322 | 100 | -80 385 | -30,25 | 0 |
| - чорниця | 180946 | 68,1 | 177426 | 71,2 | 137323 | 74,1 | -43 623 | -24,11 | 6 |
| - брусниця | 32948 | 12,4 | 36382 | 14,6 | 28169 | 15,2 | -4 779 | -14,50 | 2,8 |
| - шипшина | 13551 | 5,1 | 16945 | 6,8 | 15567 | 8,4 | 2 016 | 14,88 | 3,3 |
| - інша продукція | 38262 | 14,4 | 18440 | 7,4 | 4262 | 2,3 | -33 999 | -88,86 | -12,1 |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Загальний обсяг експорту продукції скоротився на 30,25% або на 80 385 тис. грн у 2023 році, порівняно з 2021 роком. Чорниця залишається основною експортною продукцією підприємства, її частка в загальному експорті зросла з 68,1% у 2021 році до 74,1% у 2023 році (збільшення на 6 процентних пунктів). Проте в абсолютному вираженні експорт чорниці скоротився на 24,11% або на 43 623 тис. грн. Експорт брусниці також продемонстрував зниження в абсолютних показниках – на 14,5% або на 4 779 тис. грн у 2023 році, якщо порівнювати з 2021 роком. Разом з тим, її частка в структурі експорту зросла на 2,8 процентних пункти (до 15,2% у 2023 році). Єдиною асортиментною групою з позитивною динамікою був експорт шипшини. Його обсяг збільшився на 14,88% або на 2 016 тис. грн, а питома вага зросла на 3,3 процентних пункти до 8,4% у 2023 році. Найбільші втрати понесла група "інша продукція" - її експорт скоротився на 88,86% або на 33 999 тис. грн, а частка в структурі експорту зменшилася з 14,4% у 2021 році до 2,3% у 2023 році.

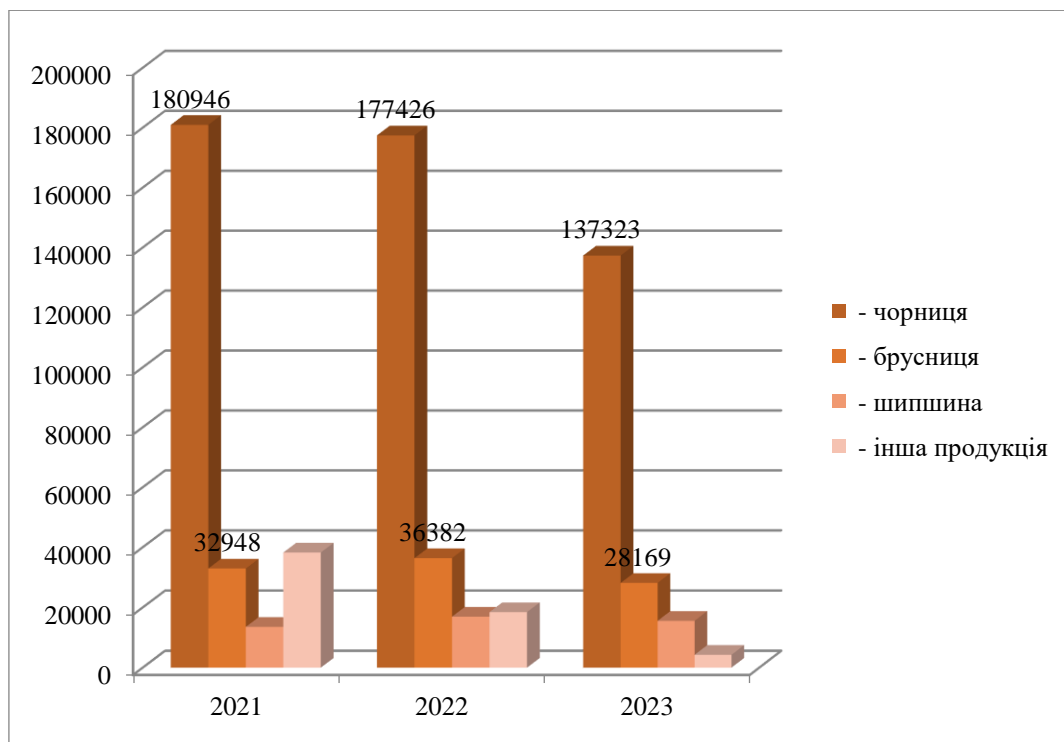


Рис. 2.13. Динаміка експортної виручки ТДВ «Рівнехолод» в розрізі асортиментних груп за 2021-2023 рр.

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Отже, в структурі експорту домінуючі позиції зберігає чорниця, що відіграє ключову роль для підприємства. Проте загальне скорочення експортних обсягів може негативно вплинути на фінансові результати ТДВ «Рівнехолод» у майбутньому періоді. Диверсифікація експортного портфеля є бажаною для зниження ризиків.

Розглянемо експорт продукції підприємства за групами країн у табл. 2.17.

Таблиця 2.8

Структура експорту ТДВ «Рівнехолод» за групами країн 2021-2023 рр.

| Країна | 2021 | | 2022 | | 2023 | | Відхилення 2023/2021 | | |
|------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------------|--------|-------------------|
| | Сума, тис. грн | Пит. вага, % | Сума, тис. грн | Пит. вага, % | Сума, тис. грн | Пит. вага, % | +/-, тис. грн. | % | пунктів структури |
| Польща | 140320 | 52,81 | 134814 | 54,1 | 100259 | 54,1 | -40 061 | -28,55 | 1,29 |
| Словаччина | 37 252 | 14,02 | 38 376 | 15,4 | 31 134 | 16,8 | -6 118 | -16,42 | 2,78 |
| Молдова | 20 539 | 7,73 | 15 201 | 6,1 | 13 343 | 7,2 | -7 196 | -35,04 | -0,53 |
| Угорщина | 10 097 | 3,8 | 10 466 | 4,2 | 5 560 | 3 | -4 537 | -44,94 | -0,8 |

Продовження табл. 2.8

| | | | | | | | | | |
|------------|--------|------|--------|-----|--------|-----|---------|--------|-------|
| Естонія | 6 643 | 2,5 | 7 725 | 3,1 | 5 930 | 3,2 | -712 | -10,72 | 0,7 |
| Латвія | 10 363 | 3,9 | 10 466 | 4,2 | 3 706 | 2 | -6 656 | -64,23 | -1,9 |
| Нідерланди | 25 853 | 9,73 | 18 939 | 7,6 | 15 382 | 8,3 | -10 472 | -40,50 | -1,43 |
| Ізраїль | 14 640 | 5,51 | 13 207 | 5,3 | 10 007 | 5,4 | -4 633 | -31,65 | -0,11 |
| Разом | 265707 | 100 | 249194 | 100 | 185322 | 100 | -80 385 | -30,25 | 0 |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Загальний обсяг експорту скоротився на 30,25% або на 80 385 тис. грн у 2023 році, порівняно з 2021 роком.

Польща залишається основним експортним ринком для підприємства, хоча експорт до цієї країни зменшився на 28,55% (40 061 тис. грн). Проте питома вага Польщі в структурі експорту зросла з 52,81% у 2021 році до 54,1% у 2023 році. Другим за значимістю ринком є Словаччина. Експорт до цієї країни скоротився на 16,42% (6 118 тис. грн), але її частка в структурі збільшилась з 14,02% у 2021 році до 16,8% у 2023 році. Значне скорочення експорту спостерігалось до Молдови (-35,04% або 7 196 тис. грн) та Угорщини (-44,94% або 4 537 тис. грн), при цьому їх питома вага в структурі дещо знизилась. До Естонії експорт скоротився лише на 10,72% (712 тис. грн), а її частка в структурі зросла з 2,5% у 2021 році до 3,2% у 2023 році.

Найбільші втрати понесені на ринках Латвії (-64,23% або 6 656 тис. грн) та Нідерландів (-40,5% або 10 472 тис. грн), їх частка в структурі експорту також зменшилась. Експорт до Ізраїлю скоротився на 31,65% (4 633 тис. грн), проте його частка в структурі практично не змінилась (5,4% у 2023 році проти 5,51% у 2021 році).

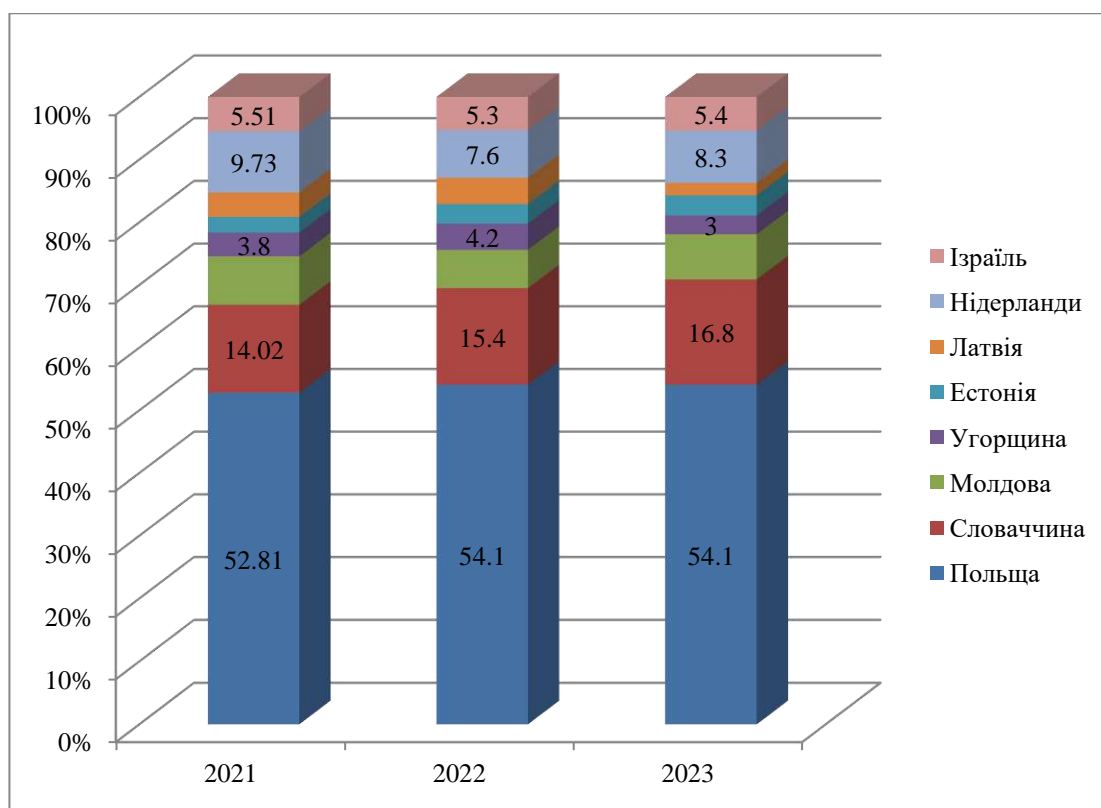


Рис. 2.14. Динаміка експортної виручки ТДВ «Рівнехолод» за групами-країн імпортерів за 2021-2023 рр.

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Загалом, незважаючи на домінування Польщі та Словаччини як основних експортних ринків, підприємство зазнало істотних втрат на більшості експортних напрямків у 2022-2023 роках. Для стабілізації експортних обсягів потрібно зміцнювати позиції на традиційних ринках та активніше освоювати нові.

Кожен експортний контракт у ТДВ «Рівнехолод» повинен бути ретельно проаналізований, аби уникнути непередбачуваних негативних наслідків для ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Далі у табл. 2.9 наведемо розрахунок ефективності експорту ТДВ «Рівнехолод» за 2021-2023 рр..

Ефективність експорту ТДВ «Рівнехолод» за 2021-2023 рр.

| Показник | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---------|---------|---------|
| Виручка від реалізації, тис грн | 265 707 | 249 194 | 185 322 |
| Повні витрати на реалізацію експортного товару, тис.грн | 262 465 | 246 553 | 183 264 |
| Кредит для виготовлення експортного товару. Тис грн | 70000 | 250000 | 30000 |
| Відсоток за кредит, % на рік | 15 | 9 | 9 |
| Термін кредиту, років | 1 | 1 | 1 |
| Коефіцієнт кредитного впливу | 0,26 | 1,00 | 0,16 |
| Ефект експорту, тис грн | 3242 | 2641 | 2057 |
| Ефективність експорту, грн/грн | 1,22 | 1,06 | 1,11 |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Аналізуючи наведені дані щодо ефективності експорту ТДВ «Рівнехолод» за 2021-2023 роки, можна зробити такі висновки:

Виручка від реалізації експортної продукції продемонструвала низхідну тенденцію: з 265 707 тис. грн у 2021 році вона знизилася до 249 194 тис. грн у 2022 році (-6,2%) та 185 322 тис. грн у 2023 році (-30,2% порівняно з 2021 роком).

Повні витрати на реалізацію експортного товару також скоротилися: з 262 465 тис. грн у 2021 році до 246 553 тис. грн у 2022 році (-6,1%) та 183 264 тис. грн у 2023 році (-30,2%).

Сума кредиту для виготовлення експортного товару істотно зросла у 2022 році до 250 000 тис. грн з 70 000 тис. грн у 2021 році. У 2023 році вона знизилася до 30 000 тис. грн.

Відсоток за кредит становив 15% на рік у 2021 році, знизився до 9% у 2022-2023 роках. Термін кредиту – 1 рік у всі періоди.

Коефіцієнт кредитного впливу зріс з 0,26 у 2021 році до 1,00 у 2022 році через збільшення суми кредиту, а у 2023 році знизився до 0,16.

Ефект експорту (різниця між виручкою і повними витратами) скоротився з 3 242 тис. грн у 2021 році до 2 641 тис. грн у 2022 році (-18,5%) та 2 057 тис. грн у 2023 році (-36,5%).

Ефективність експорту (ефект експорту з урахуванням кредитного впливу) становила 1,22 грн/грн у 2021 році, знизилася до 1,06 грн/грн у 2022 році, проте дещо зросла до 1,11 грн/грн у 2023 році.

Отже, попри скорочення експортної виручки та витрат, ефективність експортної діяльності ТДВ "Рівнехолод" у 2023 році дещо покращилася, порівняно з 2022 роком завдяки зменшенню кредитного навантаження. Проте загальний рівень ефективності експорту залишається невисоким і потребує подальшого підвищення.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ "РІВНЕХОЛОД"

3.1. Напрями підвищення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Розглянемо стратегії для поліпшення зовнішньоекономічної діяльності, використовуючи SWOT-аналіз. Такий метод дає компактно аналізувати маркетингову інформацію та визначити оптимальні напрямки розвитку для ТДВ «Рівнехолод». За допомогою SWOT-аналізу можна одночасно досліджувати зовнішнє та внутрішнє середовище, виявляючи зв'язки між сильними та слабкими сторонами підприємства, а також зовнішніми загрозами і можливостями (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Матриця SWOT-аналізу ТДВ «Рівнехолод»

| Сильні сторони | Слабкі сторони |
|--|---|
| Висока якість виготовленої продукції | Нестача кваліфікованих управлінських кадрів |
| Доступність виробничих площ | Обмежена маркетингова активність |
| Наявність досвідченого виробничого персоналу | Велика кількість виробничих відходів та дефектів |
| Загрози | Можливості |
| Збільшення валютного курсу | Впровадження інноваційних технологій у виробництво |
| Зростання конкуренції | Доступ до стабільних поставок сировини і матеріалів |
| Ризик втрати споживачів на користь конкурентів | Державні програми підтримки і розвитку галузі |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Далі здійснимо кількісний аналіз впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ (табл. 3.2).

Для оцінки я використовуватиму наступну шкалу оцінок:

1 бал - фактори не мають взаємного впливу;

3 бали - помірний взаємний вплив факторів;

5 балів - значний взаємний вплив факторів;

2 та 4 бали - проміжні значення взаємовпливу.

У таблиці 2.11 використані наступні позначки:

СС1 - висока якість виробленої продукції;

СС2 - доступність виробничих площ;

СС3 - наявність досвідченого виробничого персоналу;

СлС1 - відсутність кваліфікованих управлінських кадрів;

СлС2 - обмеженість маркетингових заходів;

СлС3 - велика кількість виробничих відходів.

Таблиця 3.2

Кількісна оцінка взаємовпливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ ТДВ «Рівнехолод»

| | | Сильні сторони | | | Слабкі сторони | | | Всього |
|------------|---|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|--------|
| | | СС ₁ | СС ₂ | СС ₃ | СлС ₁ | СлС ₂ | СлС ₃ | |
| Загрози | Зростання валютного курсу | 4 | 5 | 1 | 5 | 4 | 2 | 21 |
| | Збільшення конкурентного тиску | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 22 |
| | Ризик втрати клієнтів на користь конкурентів | 5 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 19 |
| Можливості | Впровадження новітніх технологій виробництва | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 13 |
| | Доступ до стабільних джерел постачання сировини | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 24 |
| | Ініціативи з розвитку та підтримки індустрії | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 26 |
| Всього | | 26 | 25 | 15 | 17 | 20 | 22 | |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Далі на підставі табл. 3.2 формуємо проблемні поля, всередині яких записуємо рішення проблем (табл. 3.3).

Формування проблемних полів

| | | Сильні сторони | | | Слабкі сторони | | |
|------------|---|--|---|-----------------|---|------------------|------------------|
| | | СС ₁ | СС ₂ | СС ₃ | СлС ₁ | СлС ₂ | СлС ₃ |
| Загрози | Зростання валютного курсу | Експлорація нових ринків збуту в регіональному маштабі та за його межами | Розвиток професійних навичок працівників, залучення висококваліфікованих фахівців, стимулювання навчання та отримання додаткової освіти | | Застосування рекламних кампаній та участь у виставках продукції | | |
| | Збільшення конкурентного тиску | | | | | | |
| | Ризик втрати клієнтів на користь конкурентів | | | | | | |
| Можливості | Впровадження новітніх технологій виробництва | Розширення асортименту продукції | | | | | |
| | Доступ до стабільних джерел постачання сировини | | | | | | |
| | Ініціативи з розвитку та підтримки індустрії | | | | | | |

Джерело: створено автором за даними ТДВ «Рівнехолод»

Опишемо далі сильні сторони-можливості:

1. Розширення клієнтської бази за рахунок активізації залучення нових клієнтів, особливо в умовах, коли конкуренти призупинили виробництво на локальному ринку.

2. Участь у тендерах для забезпечення стабільного потоку великих замовлень, що дозволить оптимально використовувати виробничі потужності, забезпечувати стабільний прибуток та підвищувати репутацію компанії.

3. Впровадження нових ринкових сегментів за рахунок диверсифікації продукції, використовуючи існуюче виробниче обладнання.

WO (Слабкі сторони-можливості) виділимо наступні:

1. Формування спеціалізованих відділів для управління ключовими бізнес-процесами (фінанси, маркетинг, операції, HR), що дозволить залучити професіоналів для підвищення ефективності управління.

2. Розробка і впровадження систем планування та контролю виробництва для оптимізації виробничих процесів, зменшення витрат та покращення якості продукції.

ST (Сильні сторони-загрози):

1. Посилення конкурентних переваг шляхом розвитку ключових компетенцій, що включають якість, ціну, швидкість виробництва та надійність продукції, щоб не тільки утримувати існуючих клієнтів, але й приваблювати нових в умовах зростаючої конкуренції.

WT (Слабкі сторони-загрози):

1. Мінімізація операційних витрат через ефективне управління основними процесами, включаючи ланцюги поставок, виробництво, управління запасами та дистрибуцію.

2. Розширення мережі надійних постачальників для забезпечення стабільності виробництва та ефективності ланцюга поставок, особливо важливе для підтримки безперебійного виробництва і розширення асортименту продукції для експорту на європейські ринки.

3.2. Розвиток експортного потенціалу підприємства ТДВ "Рівнехолод"

Можна запропонувати наступні напрямки удосконалення стратегії управління експортним потенціалом ТДВ «Рівнехолод»:

1. Напрямок «Диверсифікація експортних ринків»

- Активніше освоювати нові перспективні ринки збуту, такі як США, Канада, країни Південно-Східної Азії, Близького Сходу.

- Послідовно нарощувати присутність на традиційних ринках ЄС, особливо в Німеччині, Італії, Франції, Нідерландах.

- Розширити географію експортних поставок, не обмежуватись лише європейськими країнами.

2. Оптимізація товарної структури експорту

- Нарощувати обсяги експорту заморожених ягід малини, чорниці, лохини як найбільш високомаржинальних видів продукції.

- Зміцнити позиції на ринку заморожених екзотичних фруктів як одному з найбільш швидкозростаючих сегментів.

- Розширити асортимент експортованих заморожених овочів.

- Диверсифікувати експортний портфель за рахунок інших перспективних культур.

3. Оптимізація логістики та збуту

- Розвивати власну логістичну інфраструктуру для підвищення ефективності експортних операцій.

- Налагодити тісну співпрацю з іноземними дистриб'юторами для кращого проникнення на нові ринки.

- Впроваджувати цифрові технології для оптимізації ланцюгів поставок та операційних процесів.

Реалізація комплексу таких заходів дозволить ТДВ "Рівнехолод" повною мірою розкрити свій експортний потенціал, зміцнити конкурентні позиції на світовому ринку та забезпечити стійке зростання обсягів і ефективності експортних операцій.

В структурі експорту ТДВ «Рівнехолод» вже присутній експорт у Нідерланди, але нами запропоновано розглянути можливості збільшення експорту в дану країну. Продуктами з найбільшим експортним потенціалом з України до Нідерландів є нерафінована соняшникова або сафлорова олія, кукурудза (крім насіння для посіву) і насіння ріпаку або рапсу з низьким вмістом ерукової кислоти. Україна має найвищий потенціал поставок сирої соняшникової або сафлорової олії.

На рис. 3.1 представлено експортний потенціал за групами продуктів у Нідерланди.

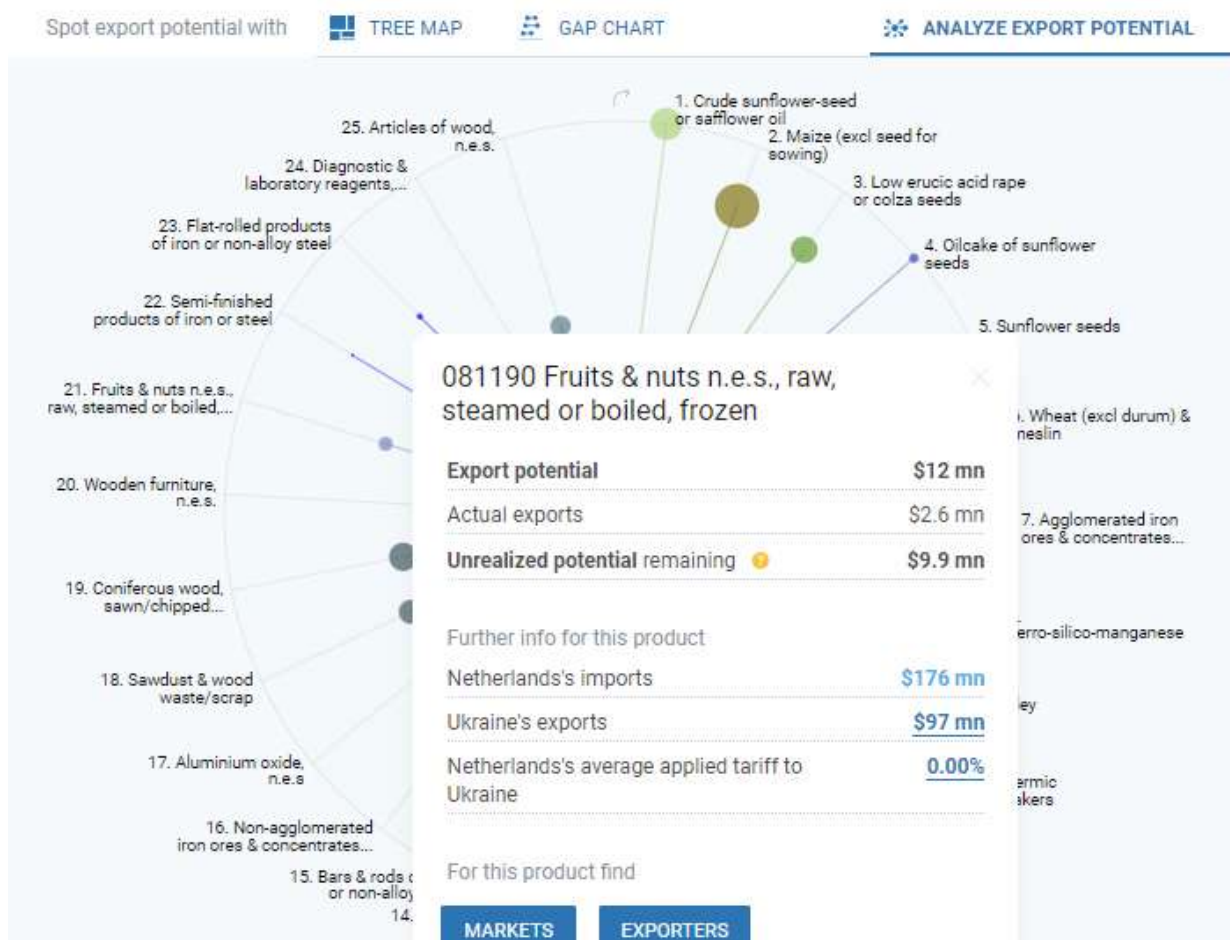


Рис. 3.1. Експортний потенціал за групами продуктів у Нідерланди
Джерело: [60]

Можемо відзначити, що для експорту замороженої плодоовочевої продукції в Нідерланди існує потенціал експорту в 9,9 млн дол США. Отже можна помітити, що зростання замороженої плодоовочевої продукції в Нідерланди відбувається значними темпами.

Головною причиною вибору Нідерландів як цільового ринку є той факт, що, з одного боку, це вже відкриті ринки для українських фруктів, ягід та продуктів їхньої переробки, а з іншого боку, саме ці ринки мають найбільший невикористаний потенціал для української плодоовочевої продукції.

Prospects for diversification of suppliers for a product imported by Netherlands in 2022
 Product : 0811 Fruit and nuts, uncooked or cooked by steaming or boiling in water, frozen, whether or not containing added sugar or other sweetening matter

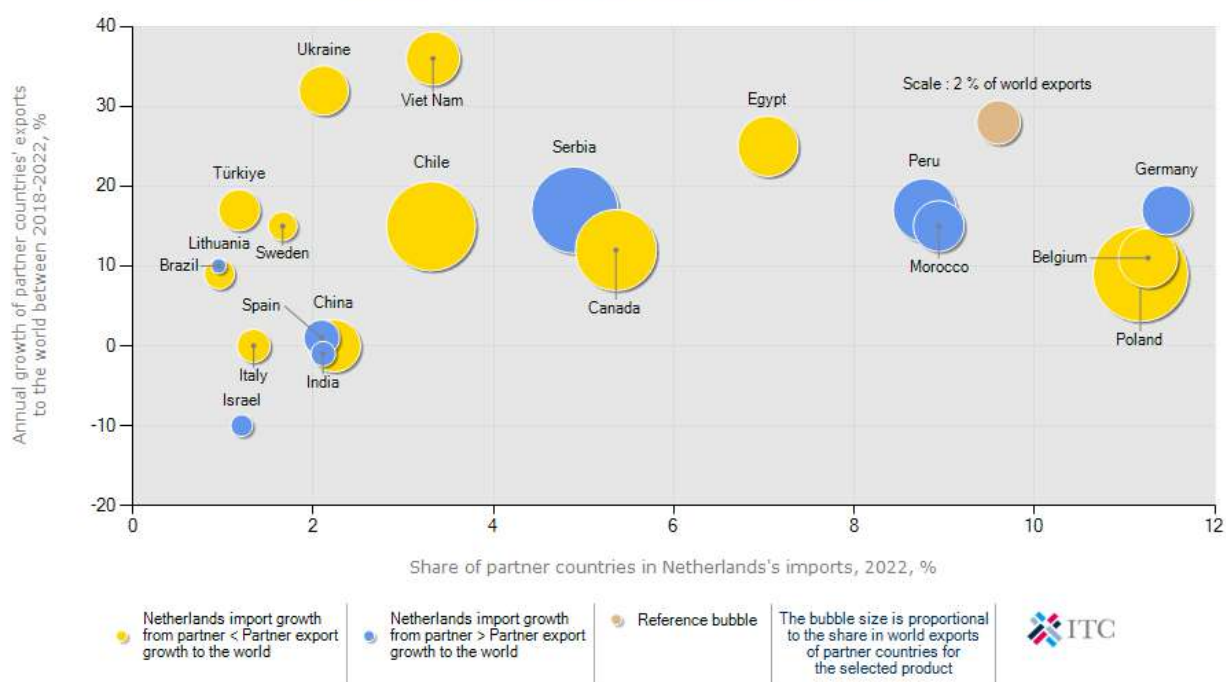


Рис. 3.2. Динаміка зростання імпорту замороженої плодоовочевої продукції в Нідерланди з інших країн

Джерело: [56]

Експортний потенціал української свіжої лохини на ринку Нідерландів інструмент визначає вдвічі нижчим за поточний рівень торгівлі. Це пов'язано з декількома факторами, головним з яких є те, що Нідерланди є країною ре-експортером, і визначення попиту цієї країни пов'язане здебільшого з міжнародною торгівлею, а не з внутрішнім споживанням.

У підсумку можна зазначити, що привабливість ринків Нідерландів визначається передусім такими чинниками:

- Присутність ринків з високим потенціалом, які вже відкриті, добре відомих Україні за її плодово-ягідною продукцією.
- Відсутність ввізного мита на імпорт та відсутність квот для плодово-ягідної продукції.
- Висока покупна спроможність населення.
- Швидка та відносно недорога логістика до цільових ринків.

- Країна з багатою кількістю встановлених торговельних зв'язків, які можна використовувати для виходу на ринки, що ще закриті для України.
- Розвинута інфраструктура для післяврожайної обробки, сортування та пакування продукції, що дає можливість доступу до клієнтів, вимоги яких неможливо виконати в Україні.
- Логістична інфраструктура, яка забезпечує доступ до будь-якої точки світу.
- Використання передових технологій вирощування фруктів та ягід, що можна ефективно використовувати для виробництва в Україні.

Нідерланди, як країна-члени Європейського Союзу, підпадає під загальні вимоги, що стосуються постачальників та експортованих продуктів, які також є застосовними до інших країн ЄС. Окрім митних процедур, майже всі обов'язкові стандарти імпорту для свіжих та перероблених фруктів та ягід пов'язані з безпекою харчових продуктів. Загальний закон ЄС про харчові продукти виступає основою для безпеки харчових товарів у Європейському Союзі та передбачає утворення Європейського управління з безпеки харчових продуктів (EFSA), яке відповідає за розробку спеціального законодавства щодо безпеки харчових товарів та створення основи для офіційного контролю за ними.

Зазначений закон ґрунтується на концепції "від ферми до столу", згідно з якою кожен етап постачання харчових продуктів повинен бути контрольованим. Отже, усі оператори харчового бізнесу, включаючи українських виробників, переробників та експортерів, зобов'язані впровадити систему аналізу ризиків та критичних контрольних точок (НАССР) в свою діяльність. Головна відповідальність за харчову безпеку імпортованих товарів до ЄС лежить на імпортерах. Незалежно від того, хто виступає як імпортер для певної поставки, необхідно забезпечити, що продукція відповідає всім законодавчим вимогам регіону експорту та специфікаціям покупців.

Усім імпортерам може знадобитися проведення певних сертифікацій та лабораторних випробувань на предмет відповідності стандартам. Серед документів та контролю, які зазвичай вимагаються, можна відзначити

фітосанітарний сертифікат, контроль забруднення, мікробіологічний аналіз, вимоги до залишкових кількостей пестицидів та інші стандарти.

Важливо зазначити, що деякі продукти можуть бути відхилені для використання в ЄС, якщо вони містять недозволені речовини чи не відповідають вимогам складу. Такі вимоги часто застосовуються до складних продуктів, таких як соки або джеми. Тому проведення обов'язкових та додаткових випробувань може бути необхідним для забезпечення відповідності продукції європейським стандартам.

Отже, Нідерланди – світовий центр торгівлі свіжими фруктами та ягодами. Країна володіє розвинутою інфраструктурою для зберігання, післяурожайної обробки та пакування плодово-ягідної продукції. На відміну від України, де кожен фермер прагне мати власні потужності для післяурожайної обробки та пакування, в Нідерландах цей бізнес існує як окремий сегмент, відмінний від виробництва. Нідерланди можна використовувати як конектор на ринки, які ще не відкриті для України (наприклад, ринок Китаю для замороженої бузини).

3.3. Шляхи удосконалення організаційно-управлінського забезпечення зовнішньоекономічної діяльності

При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності ТДВ «Рівнехолод», як і будь-яке інше підприємство, що займаються виробництвом продукції, стикається з проблемою, яка характерна в цілому для всього зовнішньоекономічного ринку, це обмеженість інформації, що знаходиться у відкритому доступі про стан внутрішнього та зовнішнього ринку. Повідомлення щодо будь-яких істотних змін відображаються в ЗМІ з деяким запізненням, це призводить до втрати цінності подібної інформації. За умови, якщо інформація подається своєчасно, несе корисність і цінність задля досягнення конкретних поставлених цілей, вона вважається одним із найцінніших ресурсів у розвитку зовнішньоекономічної діяльності, у тому числі й експортно-імпортних операцій.

Враховуючи те, що до планів організації не входить здійснення одиничних зовнішньоторговельних операцій з разовою чи періодичною поставкою, а пріоритетним завданням стоїть створення міцних зв'язків із закордонними партнерами, то буде доцільним розширення відділу зовнішньоекономічної діяльності.

Однією з основних функцій організації управління ЗЕД є зміцнення торгових відносин із зарубіжними партнерами. Розширення чисельності отелення зовнішньоекономічної діяльності у ТДВ «Рівнехолод» дозволить покращити показники експорту продукції підприємства, запропонована структура відділу представлена на рис. 3.3.

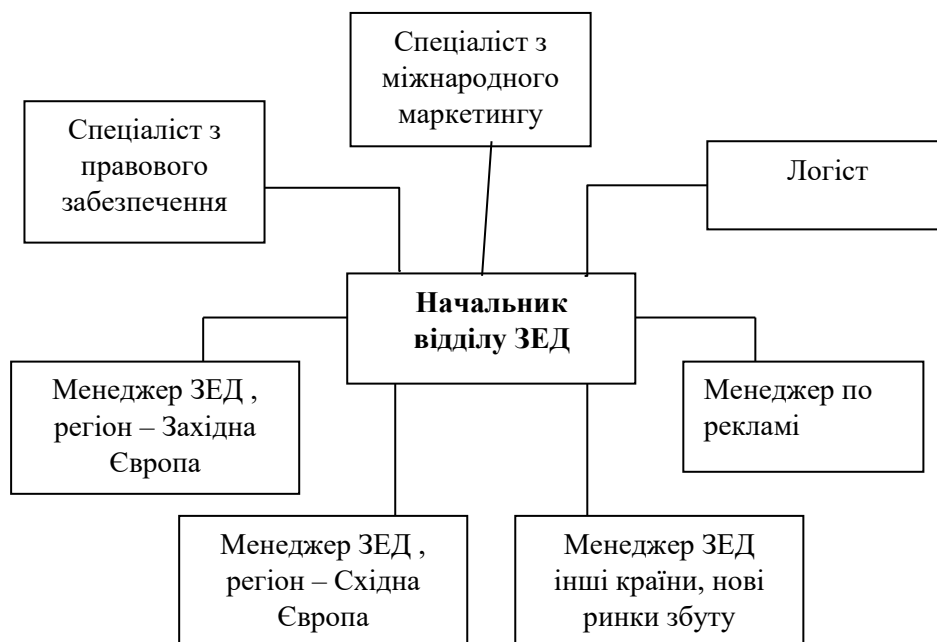


Рис. 3.3. Схема рекомендованої організаційної структури ЗЕД ТДВ «Рівнехолод»

Джерело: створено автором на основі даних ТДВ «Рівнехолод»

Кінцевою метою організаційної структури ЗЕД є вдосконалення та оптимізація зовнішньоекономічної діяльності в цілому та експортно-імпортних операцій ТДВ «Рівнехолод» зокрема, для досягнення цієї мети необхідно, щоб усі фахівці були взаємопов'язані між собою, і могли здійснювати спільну діяльність.

Виходячи з цього ми маємо таке, а саме всі співробітники відділу концентруватимуть свою діяльність навколо ЗЕД підприємства та

вирішуватимуть питання, що стосуються безпосередніх взаємин з іноземними партнерами. Також слід згадати, що розширення відділу ЗЕД спричинить формування інформаційного банку потенційних партнерів, що призведе до збільшення експортно-імпортного обороту та відповідно до приросту капіталу.

На етапі своєї діяльності ТДВ «Рівнехолод» прагне збільшити експорт товару власного виробництва, у країни далекого і близького зарубіжжя.

Розширення кількості продукції, що поставляється підприємством на зовнішньому ринку, за рахунок розширення торгових зв'язків сприятиме збільшенню прибутків. Що, у свою чергу, призведе до посилення позицій ТДВ «Рівнехолод» на національному ринку замороженої продукції.

Для того щоб діяльність, що здійснюється на зовнішньому ринку за допомогою експортно-імпортних операцій, була ефективною необхідно провести детальну розробку експортної стратегії.

Основними напрямками експортної політики буде відображено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Основні напрямки експортної політики ЗЕД ТДВ «Рівнехолод»

| Напрямки експортної політики | Опис |
|--|--|
| Розробка маркетингової збутової стратегії з урахуванням особливостей зовнішнього ринку | Детальний аналіз ринків, потреб та переваг споживачів у різних країнах, розробка специфічних маркетингових стратегій для кожного ринку. |
| Участь в виставках та ярмарках | Активна участь у міжнародних виставках та ярмарках з метою презентації продукції, налагодження контактів з потенційними клієнтами та партнерами. |
| Аналіз положення продукції на ринку | Постійний моніторинг ринкової ситуації, вивчення діяльності конкурентів, виявлення конкурентних переваг та можливостей для диверсифікації продукції. |
| Ціноутворення з урахуванням віддаленості споживачів | Встановлення цін на продукцію з урахуванням транспортних витрат, митних зборів та інших логістичних факторів для різних регіонів. |
| Ціноутворення з урахуванням диференціації продукції та регіонів постачання | Диференціація цін відповідно до характеристик продукції (моделі, комплектації тощо) та специфіки ринків у різних регіонах. |
| Розширення регіонів збуту | Пошук та освоєння нових перспективних ринків збуту, вихід на нові географічні регіони та сегменти споживачів. |

Джерело: створено автором на основі даних ТДВ «Рівнехолод»

Для вирішення існуючих проблем у галузі здійснення митних операцій ТДВ «Рівнехолод» необхідно включити до складу відділу ЗЕД спеціаліста з правового забезпечення, який здійснюватиме дії щодо митного оформлення товарів.

Наявність такого співробітника у штаті дозволить усунути неточності, що виникають у ході митного оформлення товару, причина яких пов'язана з невірною вказівкою коду УКТ ЗЕД або у зв'язку з тим, що надається не повний комплект документів. Розширення штату ОВЕД «Об'єднані Пензенські горілчані заводи» на таку штатну одиницю дозволить скоротити витрати підприємства, пов'язані з митним оформленням, і навіть прискорить терміни постачання продукції підприємства.

Таким чином, реалізація запропонованих заходів щодо експортно-імпортних операцій алкогольної продукції дозволить підвищити ефективність роботи підприємства на зовнішніх ринках, а отже, призведе і до підвищення ефективності функціонування ТДВ «Рівнехолод» загалом.

Експорт сільськогосподарської продукції є важливим джерелом валютних надходжень та стимулом для розвитку агропромислового комплексу будь-якої країни. В умовах глобалізації та лібералізації торгівлі перспективним напрямком для України є нарощування експорту заморожених овочів та фруктів до країн Європейського Союзу.

Для підтримки та розвитку сектору заморожених овочів, фруктів та ягід в Україні уряд може запровадити наступні заходи:

1. Фінансова підтримка

- Надання пільгових кредитів для закупівлі сучасного обладнання для швидкого заморожування, холодильного зберігання та транспортування продукції.

- Часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами на придбання вищезазначеного обладнання.

- Субсидії на модернізацію та будівництво холодильних комплексів та терміналів.

2. Податкові пільги

- Тимчасове зменшення ставок імпортного мита на обладнання, яке не виробляється в Україні.

- Зниження ставок ПДВ на придбання холодильного обладнання вітчизняного виробництва.

- Надання податкових канікул новоствореним підприємствам на перші кілька років роботи.

3. Стимулювання наукових досліджень та інновацій

- Фінансування досліджень щодо вдосконалення технологій швидкого заморожування, покращення якості та терміну зберігання.

- Гранти для підприємств, які впроваджують інноваційні технології заморожування продукції.

4. Логістична інфраструктура

- Розбудова логістичних центрів та холодильних терміналів при морських портах та вздовж транспортних коридорів.

- Залучення приватних інвестицій для створення мультитемпературних складів та холодильного автотранспорту.

- Забезпечення безперебійного холодильного ланцюга від виробника до кінцевого споживача.

5. Просування та маркетинг

- Підтримка участі виробників у міжнародних виставках та ярмарках.

Комплексний підхід із залученням державного фінансування, податкових стимулів, наукових досліджень та розбудови логістики допоможе вивести український сектор заморожених овочів та фруктів на новий рівень розвитку та конкурентоспроможності.

Для полегшення виходу на європейські ринки держава має сприяти гармонізації українських стандартів з європейськими вимогами та процедурами сертифікації продукції, що передбачає тісну співпрацю з відповідними інституціями ЄС та запровадження ефективної системи контролю якості на всіх етапах виробництва.

Уряд повинен домагатися усунення торговельних бар'єрів та спрощення митних процедур в рамках угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС, що дозволить знизити витрати на експорт та підвищити конкурентоспроможність української продукції.

Комплексний підхід з боку держави до підтримки експорту заморожених овочів та фруктів до Європи відкриє нові перспективи для українських виробників на високоприбуткових ринках, посилить позиції України як надійного постачальника якісної продукції та сприятиме подальшому розвитку агропромислового сектору економіки.

ВИСНОВКИ

Відповідно до мети та завдань зробимо такі висновки.

1. Визначено, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це комплекс економічних відносин, що виникають між підприємством та іншими суб'єктами господарювання за межами власної країни. Основною метою такої діяльності є забезпечення ефективного використання ресурсів та розвиток підприємства на міжнародному ринку.

2. Відзначено наявність різних підходів до визначення поняття «експортний потенціал». На нашу думку, експортний потенціал є динамічною складовою економічного потенціалу підприємства, яка, спираючись на наявні та можливі ресурси та кошти та враховуючи фактори зовнішнього середовища, забезпечить здатність підприємства виробляти та постачати конкурентоспроможну продукцію на зовнішні ринки. Щодо виділення видів експортного потенціалу підприємства, пропонуємо розділяти фактично реалізований та нереалізований експортний потенціал (резерви). Процес виявлення та реалізації резервів при формуванні експортного потенціалу спрямований на дотримання балансу між витратами та результатами діяльності підприємства.

3. Експортний потенціал економіки зумовлюється комплексною взаємодією чинників різного характеру. Лише злагоджені дії щодо розвитку науково-технологічної сфери, людського капіталу, виробничої та інституційної інфраструктури, фінансового сектору, а також проведення виваженої зовнішньоекономічної стратегії здатні максимізувати експортні можливості держави та забезпечити міцні позиції її товарів і послуг на світовому ринку. Основною метою при оцінці експортного потенціалу підприємства має стати процес виявлення та реалізації резервів підвищення ефективності та прибутковості експортної діяльності підприємства, зростання виробництва конкурентоспроможної на зовнішніх ринках продукції за мінімальних витрат виробничо-фінансових ресурсів.

4. Практичне дослідження здійснено за матеріалами ТДВ "Рівнехолод". Компанія заснована у 1950 році, а з 2001 року стала сімейним бізнесом. Знаходячись у центрах заготівлі дикорослих ягід, які є Полісся та екологічно чистий район України Карпати, підприємство має зручне місцезнаходження для своєї діяльності. Райони ці відомі вирощуванням таких ягід, як чорниця, ожина, брусниця, журавлина, чорноплідна горобина, шипшина, бузина. Компанія "Рівнехолод" є одним з найбільших виробників швидкозаморожених лісових ягід в Україні. Вона постійно модернізується і з 2006 року має сертифікат НАССР та перейшла на органічне виробництво. Крім того, підприємство має сертифікати відповідності міжнародним стандартам якості та безпеки харчових продуктів.

5. Аналіз показує, що хоча підприємство зберегло присутність на експортних ринках, загальний обсяг його виручки від реалізації продукції істотно скоротився, при цьому найбільші втрати відбулися на внутрішньому ринку, що може негативно позначитися на фінансових результатах діяльності ТДВ "Рівнехолод" у найближчій перспективі.

В структурі експорту домінуючі позиції зберігає чорниця, що відіграє ключову роль для підприємства. Проте загальне скорочення експортних обсягів може негативно вплинути на фінансові результати ТДВ «Рівнехолод» у майбутньому періоді. Диверсифікація експортного портфеля є бажаною для зниження ризиків.

6. Польща залишається основним експортним ринком для підприємства, хоча експорт до цієї країни зменшився на 28,55% (40 061 тис. грн). Проте питома вага Польщі в структурі експорту зросла з 52,81% у 2021 році до 54,1% у 2023 році. Другим за значимістю ринком є Словаччина. Експорт до цієї країни скоротився на 16,42% (6 118 тис. грн), але її частка в структурі збільшилась з 14,02% у 2021 році до 16,8% у 2023 році. Найбільші втрати понесені на ринках Латвії (-64,23% або 6 656 тис. грн) та Нідерландів (-40,5% або 10 472 тис. грн), їх частка в структурі експорту також зменшилась. Експорт до Ізраїлю скоротився на 31,65% (4 633 тис. грн), проте його частка в структурі практично не змінилась (5,4% у 2023 році проти 5,51% у 2021 році).

Незважаючи на скорочення експортної виручки та витрат, ефективність експортної діяльності ТДВ "Рівнехолод" у 2023 році дещо покращилася, порівняно з 2022 роком завдяки зменшенню кредитного навантаження. Проте загальний рівень ефективності експорту залишається невисоким і потребує подальшого підвищення.

7. Запропоновано наступні напрямки удосконалення стратегії управління експортним потенціалом ТДВ «Рівнехолод»:

1. Диверсифікація експортних ринків
2. Оптимізація товарної структури експорту
3. Оптимізація логістики та збуту

Реалізація комплексу таких заходів дозволить ТДВ "Рівнехолод" повною мірою розкрити свій експортний потенціал, зміцнити конкурентні позиції на світовому ринку та забезпечити стійке зростання обсягів і ефективності експортних операцій.

В структурі експорту ТДВ «Рівнехолод» вже присутній експорт у Нідерланди, але нами запропоновано розглянути можливості збільшення експорту в дану країну.

Нідерланди – світовий центр торгівлі свіжими фруктами та ягодами. Країна володіє розвиненою інфраструктурою для зберігання, післяурожайної обробки та пакування плодово-ягідної продукції. На відміну від України, де кожен фермер прагне мати власні потужності для післяурожайної обробки та пакування, в Нідерландах такий бізнес існує як окремий сегмент, відмінний від виробництва. Власне, Нідерланди можна використовувати як "місток" на ринки, які ще не відкриті для України (наприклад, ринок Китаю для замороженої бузини).

8. Пропонується розширити відділ ЗЕД підприємства до 8 осіб, зокрема ще логіста, спеціаліста з маркетингу, спеціаліста юридичної підтримки. Надалі, з розширенням поставок, до складу відділу долучиться спеціаліст з логістики, який здійснюватиме заходи щодо оптимізації вартості транспортування та організації складського зберігання. На спеціаліста з правового супроводу будуть

покладені обов'язки щодо структурування зовнішньоекономічних угод, а також взаємодія з митними органами, це дозволить зняти ці обов'язки з менеджерів відділу ЗЕД, виконати свої зобов'язання щодо пошуку нових покупців та ведення переговорів.

Також визначено, що відділ ЗЕД ТДВ "Рівнехолод" не має власної бази даних щодо можливих зарубіжних покупців продукції компанії, може бути рекомендовано проаналізувати перспективні ринки для експорту продукції, а також підготувати базу даних потенційних покупців продукції, що експортується. У такій базі даних необхідно буде надати основну інформацію про потенційного покупця, а також включити контактну інформацію представників. Таку інформацію є змога отримати, проаналізувавши сайти потенційних покупців. Надалі дані з бази даних можуть бути використані для підготовки та направлення комерційних пропозицій, а також презентації продуктів компанії.

Неефективна маркетингова діяльність ТДВ "Рівнехолод" на зовнішніх ринках пов'язана з відсутністю спеціаліста з маркетингу у складі відділі ЗЕД. Включення спеціаліста з маркетингу до штату відділу дозволить розробити маркетингову стратегію для підприємств на зовнішніх ринках.

9. Визначено, що зовнішньоекономічна діяльність ТДВ "Рівнехолод" заслуговує на позитивну оцінку у світлі економічних і політичних реалій в Україні. Однак для підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності необхідно вдосконалювати організацію управління експортно-імпортними операціями, розвиток маркетингової діяльності, орієнтованої на зовнішній ринок. Реалізація заходів щодо експорту продукції дозволить збільшити ефективність роботи підприємства на зовнішніх ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бандурка С. С. Правове забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності: досвід окремих країн та можливості його використання в Україні. Європейські перспективи. 2019. № 3. С. 172–178.
2. Білянський Ю.О. Оцінка конкурентоспроможності експортно-орієнтованої сільськогосподарської продукції. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 46. С. 13–22.
3. Вашків О. П., Собко О. М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 272 с.
4. Волченко Н.В. Управління експортним потенціалом підприємства: теоретичний аспект. Вісник Сумського нац. аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 4. С. 36–40.
5. Вплив війни на зовнішню торгівлю України (за підсумками першого півріччя 2022 р.). URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-08/_us-gavrilenko-tablici_merged_0.pdf (дата звернення: 06.05.2024).
6. Гарбар Ж.В. Інноваційна складова експортного потенціалу переробних підприємств АПК. Slovak international scientific journal. 2020. № 43. Вип. 2. С. 9-18.
7. Гринів Л. В., Михайлів Г. В. Особливості ЗЕД підприємств України в умовах глобалізації та воєнного стану. Наукові інновації та передові технології. 2023. № 14(28). С. 74-84. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/7871/7915> (дата звернення: 06.05.2024).
8. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Котловська Н. М. Управління конкурентоспроможністю підприємств оптової торгівлі. Економічний простір. 2023. № 185. С. 49–53. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/handle/123456789/10808>
9. Дьомін С.С. Теоретичні аспекти формування та ефективного використання експортного потенціалу регіону. Вісник Національного

університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». 2012. № 1 (8). С.81-90.

10. Експорт продукції садівництва зменшується другий рік поспіль. URL: <https://uaexport.org/2024/02/06/eksport-produktsiyi-sadivnitstva-zmenschuyetsya-drugij-rik-pospil/>

11. Зовнішньоекономічна діяльність в умовах війни. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/210611_zovnshnoekonomchna-dyalnst-v-umovakh-vuni (дата звернення: 06.05.2024).

12. Зовнішньоекономічна діяльність: економічна статистика. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.05.2024).

13. Іщук С.О., Полякова Ю.В., Процевят О.С. Структура та динаміка українського товарного експорту: регіональний вимір. Регіональна економіка. 2021, №1. С.20-28.

14. Колупаєва І.В. Механізм регуляторної політики держави: сутність та детермінанти. Ефективна економіка : електрон. наукове фах. видання. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5325>

15. Комзюк А. Т. Заходи адміністративного примусу в правоохоронній діяльності міліції: поняття, види та організаційно-правові питання реалізації : монографія / за заг. ред. проф. О. М. Бандурки. Харків : Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2002. 336 с.

16. Кондратюк О., Стояненко І. Експортний потенціал агросектора України. SCIENTIA FRUCTUOSA (Вісник Київського національного торговельно-економічного університету). 2022. № 144 (4). С. 26–51. URL: <http://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/1344/1284>

17. Кутідзе Л.С. Визначення стратегічних домінант ефективного використання експортного потенціалу регіону. Бізнес Інформ. 2014. №11. С. 53-58.

18. Лаврів І.М. Теоретичні аспекти формування експортного потенціалу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 8(1). С. 129–131.
19. Лаврова Ю. В. Економіка підприємства та маркетинг: конспект лекцій. Харків, 2012. URL: <http://buklib.net/books/37178/>
20. Макогін З.Я., Атаманчук З.А. Оцінка торговельної ефективності України з країнами ЄС. Бізнес Інформ. 2020. № 3. С. 16-25.
21. Мельник О.Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу. Проблеми економіки. 2017. № 1. С. 226-231.
22. Надвиничний С.А. Сучасні умови формування та реалізації експортного потенціалу аграрної сфери регіонів України. Економічний аналіз. Тернопіль. 2018. Том 28. № 3. С. 56-61.
23. Невлад В. Ф. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки в умовах євроінтеграційних процесів. Збірник наукових праць Уманського НУС. Серія Економіка. 2018. № 92. Ч. 2. С. 107–116. URL: <https://journal.udau.edu.ua/assets/files/92/Ekon/10.pdf>
24. Олійник О. В., Ксендзук В. В. Державне управління зовнішньоторговельною діяльністю країни в умовах воєнного стану. Економіка, управління та адміністрування. 2022. № 4(102). С. 50-60. doi: [https://doi.org/10.26642/ema-2022-4\(102\)-50-60](https://doi.org/10.26642/ema-2022-4(102)-50-60)
25. Олійник Т. І., Ібрагімов А. А. Основи методології економіки торговельної справи та товарознавства: зовнішньоекономічні фактори. Бізнес Інформ. 2023. №8. С. 171–178. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-8-171-178>
26. Орловська Ю. В., Дугінець Г. В. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. / за ред. Ю. В. Орловської. Дніпропетровськ : АРТ-ПРЕС, 2010. 302 с.
27. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua>

28. Панасюк О. Кобко Р. Стан правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. 2023. № 3. С. 132-136.

29. Пілько А.Д., Лесів І.Б. Моделювання процесу оцінювання та аналізу експортного потенціалу регіону. Бізнес Інформ. 2020. №1 (43). С.325-333

30. Популярна юридична енциклопедія / ред. рада: В. С. Ковальський (кер.), В. К. Гіжевський, В. В. Головченко та ін. Київ : Юрінком Інтер, 2002. 528 с.

31. Портер М. Конкурентна перевага: Як досягати стабільно високих результатів: перекл. з англ. Київ: «Наш формат». 2019. 624 с.

32. Прасад А. Рада ЄС схвалила продовження безмитної торгівлі з Україною на рік. URL: <https://forbes.ua/news/rada-evropi-skhvalila-prodovzhennya-bezmitnoi-torgivli-z-ukrainoyu-na-rik-25052023-13840> (дата звернення: 06.05.2024).

33. Пріоритети забезпечення стійкості промисловості й аграрного сектору економіки України в умовах повномасштабної війни :аналіт. доп. / [О. В. Собкевич, А. В. Шевченко, В. М. Русан, Л. А. Жураковська] ;за ред. Я. А. Жаліла. Київ: НІСД, 2023. 49 с. URL:<https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2023.04>

34. Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2023 рік: Постанова КМУ від 27.12.2022 № 1466. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1466-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 06.05.2024).

35. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12/conv#Text>

36. Рабінович П. М. Основи загальної теорії права та держави : навч. посіб. Львів : Край, 2007. 192 с.

37. Сайт ТДВ «Рівнехолод». URL: <https://rivneholod.com/>

38. Світовий ринок заморожених фруктів, ягід та овочів – головні тенденції та найбільші гравці. EastFruit. 21.03.2023. URL: [https://east-](https://east-fruit.com/)

fruit.com/uk/plodoovochevyi-rynok/oglyady-rynku/svitovyy-rynok-zamorozhenykh-fruktiv-yahid-ta-ovochiv-holovni-tendentsiyi-ta-naybilshi-hravtsi/

39. Скриньковський Р.М., Ключак О.В., Процевят О.С. Діагностика експортного потенціалу підприємства. Проблеми економіки. 2016. № 4. С. 163-170.

40. Скрипник С., Процевят О., Воронова О. Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1308> (дата звернення: 06.05.2024).

41. Сментіна Н. Інструменти державного регулювання експорту в умовах воєнного стану. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2024. № 326(1). С. 128-134. doi: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-326-22>

42. Статистика зовнішньої торгівлі України за 2021 р. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3403805-eksport-tovariv-zbilsivsa-na-384-a-import-poslug-majze-na-tretinu-derzstat.html>

43. Степаненко С.В. Науково-теоретичне дослідження сутності поняття «механізм» в контексті управління організаційними змінами. Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. 2015. № 13. С. 275–287.

44. Степаненко С.В., Коліберда П.В. Розробка й впровадження механізму підвищення експортного потенціалу підприємства. Український журнал прикладної економіки. 2018. Том 3. № 4. С. 225–232.

45. Українська Асоціація Аграрного Експорту. URL: <https://uaexport.org/>

46. Ус Т.В. Сутність та аналіз методичних підходів до оцінки експортного потенціалу підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Вип. 22. С. 119-127.

47. Хомич О.В., Манаєнко І. М. Розвиток експортного потенціалу підприємства на європейському ринку FMCG в умовах ризиків. Проблеми економіки. 2020. № 3. С. 133–138.

48. Чемодурова А. Правове регулювання та його ефективність у сучасному світі. Підприємництво, господарство і право. 2020. № 4. С. 262–267.

49. Чубар М.М. Сучасні підходи до визначення структури експортного потенціалу промислового підприємства. Культура народів Причорномор'я. 2013. № 260. С. 364-368.

50. Чухраєва Н. М. Сутність та структура експортного потенціалу промислових підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2017. № 4-5. С. 73-77.

51. Шестакова О.А. Методологічні аспекти формування механізму управління розвитком експортного потенціалу машинобудівного підприємства. Український журнал прикладної економіки. 2017. Том 2. Випуск 1. С. 137–145.

52. Abdimomynova A. Development factors of export potential of the region: Capabilities in minerals and infrastructure sector. Academy of Strategic Management Journal. June 2018. 17(3). p.1-11.

53. Baireneni Navya, Cheela Soumya, KC Gummagolmath and B Jamuna Rani Export potential of agricultural commodities of Telangana. The Pharma Innovation Journal 2022. SP-11(4). P. 694-699
URL:<https://www.manage.gov.in/conres/Domestic%20&%20Export%20Competitiveness.pdf>

54. Dergachova V.V., Ovcharova Sn.K., Martynenko O.V. Export potential of the enterprise in terms of exit on european market. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2019. С. 105-115.

55. Eita, J. H. Eestimating export potential for a small open economy using a gravity model approach: evidence from Namibia. The Journal of Developing Areas, 2016. №50(4), p.273–288. URL: <https://www.jstor.org/stable/26415534>

56. Export Potential Map. SPOT EXPORT OPPORTUNITIES FOR TRADE DEVELOPMENT. URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/products/analyze?fromMarker=i&exporter=804&toMarker=j&market=528&whatMarker=k>

57. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). The state of food and agriculture leveraging food systems for inclusive rural transformation. Rome: FAO.

58. Karimbergenova M., Nurgaliyeva A, Kerimbek G., Bespalyy S., Moldashbayeva L. The development of regional export potential. REPORTS June 2019. 3(325) p.160-167. DOI: 10.32014/2019.2518-1483.87

59. Trade Map: веб-сайт. URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx> (дата звернення: 06.05.2024).

60. Trade statistics for international business development. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx?nvpm=1%7c528%7c%7c%7c%7c0811%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2

61. Ukraine: Gross domestic product (GDP) from 2012 to 2022 (in billion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/296140/ukraine-gross-domestic-product> (дата звернення: 04.01.2023).

62. Yvan Decreux and Julia Spies Export Potential Assessments: A methodology to identify export opportunities for developing countries. Draft version as of December 2016. URL: https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/1089/epa-methodology_141216.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс (Звіт про фінансовий стан) за 2023 рік

АКТИВ

| Назва рядка | Код рядка | На початок звітного періоду, тис. грн | На кінець звітного періоду, тис. грн |
|--|-----------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| I. Необоротні активи Нематеріальні активи | 1000 | 5 | 4 |
| первісна вартість | 1001 | 924 | 924 |
| накопичена амортизація | 1002 | 919 | 920 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 11 711 | 4 143 |
| Основні засоби | 1010 | 59 151 | 61 822 |
| первісна вартість | 1011 | 156 038 | 166 711 |
| знос | 1012 | 96 887 | 104 889 |
| Усього за розділом I | 1095 | 70 867 | 65 969 |
| II. Оборотні активи Запаси | 1100 | 147 271 | 121 557 |
| Виробничі запаси | 1101 | 141 753 | 120 256 |
| Незавершене виробництво | 1102 | 0 | |
| Готова продукція | 1103 | 4 186 | 1 298 |
| Товари | 1104 | 1 332 | 3 |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 287 670 | 81 901 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | 0 | |
| з бюджетом | 1135 | 5 464 | 10 230 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | 0 | |
| з нарахованих доходів | 1140 | 0 | |
| із внутрішніх розрахунків | 1145 | 0 | |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 132 589 | 21 252 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | 9 950 | 9 950 |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 337 046 | 487 130 |
| Готівка | 1166 | 0 | |
| Рахунки в банках | 1167 | 337 046 | 487 130 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 20 | 38 |
| Інші оборотні активи | 1190 | 376 | 188 |
| Усього за розділом II | 1195 | 920 386 | 732 246 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | 0 | |
| Баланс | 1300 | 991 253 | 798 215 |

Пасив

| Назва рядка | Код рядка | На початок звітного періоду, тис. грн | На кінець звітного періоду, тис. грн |
|---|-----------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 154 000 | 154 000 |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу | 1401 | 0 | |
| Капітал у дооцінках | 1405 | 0 | |
| Додатковий капітал | 1410 | 28 795 | 28 795 |
| Емісійний дохід | 1411 | 0 | |
| Накопичені курсові різниці | 1412 | 0 | |
| Резервний капітал | 1415 | 2 177 | 2 177 |

| | | | |
|--|------|---------|---------|
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 88 160 | 92 467 |
| Неоплачений капітал | 1425 | 0 | |
| Вилучений капітал | 1430 | 0 | |
| Інші резерви | 1435 | 0 | |
| Усього за розділом I | 1495 | 273 132 | 277 439 |
| 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 | 389 510 | 422 079 |
| Усього за розділом II | 1595 | 389 510 | 422 079 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків | 1600 | 235 828 | 23 383 |
| Векселі видані | 1605 | 0 | |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | 0 | |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 35 365 | 3 109 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 332 | 321 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | 332 | 321 |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 0 | 4 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 0 | 4 |
| за одержаними авансами | 1635 | 0 | |
| за розрахунками з учасниками | 1640 | 73 | 73 |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 57 013 | 71 803 |
| Усього за розділом III | 1695 | 328 611 | 98 697 |
| Баланс | 1900 | 991 253 | 798 215 |

J0900207 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

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 | 337 562 | 752 853 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | 310 947 | 703 942 |
| Валовий: прибуток | 2090 | 26 615 | 48 911 |
| Інші операційні доходи | 2120 | 192 897 | 322 288 |
| Адміністративні витрати | 2130 | 10 974 | 12 022 |
| Витрати на збут | 2150 | 25 553 | 56 976 |
| Інші операційні витрати | 2180 | 144 533 | 255 260 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток | 2190 | 38 452 | 46 941 |
| Дохід від участі в капіталі | 2200 | 0 | |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 0 | |
| Інші доходи | 2240 | 654 | |
| Дохід від благодійної допомоги | 2241 | 0 | |
| Фінансові витрати | 2250 | 33 046 | 28 997 |
| Фінансовий результат до оподаткування: прибуток | 2290 | 5 406 | 18 598 |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | -1 099 | -3 348 |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | 0 | |
| Чистий фінансовий результат: прибуток | 2350 | 4 307 | 15 250 |

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 | 4 307 | 15 250 |

Елементи операційних витрат

| Назва рядка | Код рядка | За звітний період, тис. грн | За аналогічний період попереднього року, тис. грн |
|----------------------------------|-----------|-----------------------------|---|
| Матеріальні затрати | 2500 | 295 603 | 698 672 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 8 265 | 8 718 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 1 808 | 1 848 |
| Амортизація | 2515 | 8 785 | 17 200 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 174 419 | 298 042 |
| Разом | 2550 | 488 880 | 1 024 480 |

Розрахунок показників прибутковості акцій

| Назва рядка | Код рядка | За звітний період, грн | За аналогічний період попереднього року, грн |
|--------------------------------|-----------|------------------------|--|
| Дивіденди на одну просту акцію | 2650 | 0 | |

Баланс (Звіт про фінансовий стан) за 2022 рік

Актив

| Назва рядка | Код рядка | На початок звітного періоду, тис. грн | На кінець звітного періоду, тис. грн |
|--|-----------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| I. Необоротні активи Нематеріальні активи | 1000 | 7 | 5 |
| первісна вартість | 1001 | 924 | 924 |
| накопичена амортизація | 1002 | 917 | 919 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 6 142 | 11 711 |
| Основні засоби | 1010 | 31 667 | 59 151 |
| первісна вартість | 1011 | 112 062 | 156 038 |
| знос | 1012 | 80 395 | 96 887 |
| Усього за розділом I | 1095 | 37 816 | 70 867 |
| II. Оборотні активи Запаси | 1100 | 286 835 | 147 166 |
| Виробничі запаси | 1101 | 2 929 | 141 648 |
| Незавершене виробництво | 1102 | 0 | |
| Готова продукція | 1103 | 0 | 4 186 |
| Товари | 1104 | 283 906 | 1 332 |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 133 292 | 287 670 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | 0 | |
| з бюджетом | 1135 | 4 833 | 5 464 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | 0 | |
| з нарахованих доходів | 1140 | 0 | |
| із внутрішніх розрахунків | 1145 | 0 | |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 85 516 | 132 589 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | 0 | 9 950 |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 190 858 | 337 046 |
| Готівка | 1166 | 2 | |
| Рахунки в банках | 1167 | 190 856 | 337 046 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 0 | 20 |
| Інші оборотні активи | 1190 | 144 | 376 |
| Усього за розділом II | 1195 | 701 478 | 920 281 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | 0 | |
| Баланс | 1300 | 739 294 | 991 148 |

Пасив

| Назва рядка | Код рядка | На початок звітного періоду, тис. грн | На кінець звітного періоду, тис. грн |
|---|-----------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 154 000 | 154 000 |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу | 1401 | 0 | |
| Капітал у дооцінках | 1405 | 0 | |
| Додатковий капітал | 1410 | 28 795 | 28 795 |
| Емісійний дохід | 1411 | 0 | |
| Накопичені курсові різниці | 1412 | 0 | |
| Резервний капітал | 1415 | 2 176 | 2 177 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 72 910 | 88 160 |
| Неоплачений капітал | 1425 | 0 | |

| | | | |
|--|------|---------|---------|
| Вилучений капітал | 1430 | 0 | |
| Інші резерви | 1435 | 0 | |
| Усього за розділом I | 1495 | 257 881 | 273 132 |
| 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 | 309 226 | 389 510 |
| Усього за розділом II | 1595 | 309 226 | 389 510 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків | 1600 | 69 970 | 235 828 |
| Векселі видані | 1605 | 0 | |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | 0 | |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 2 133 | 35 260 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 1 246 | 332 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | 1 232 | 332 |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 0 | |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 5 | |
| за одержаними авансами | 1635 | 0 | |
| за розрахунками з учасниками | 1640 | 73 | 73 |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 98 760 | 57 013 |
| Усього за розділом III | 1695 | 172 187 | 328 506 |
| Баланс | 1900 | 739 294 | 991 148 |

J0900207 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

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 | 752 853 | 929 045 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | 703 942 | 840 890 |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами | 2070 | 0 | |
| Валовий: прибуток | 2090 | 48 911 | 88 155 |
| Інші операційні доходи | 2120 | 322 288 | 59 771 |
| Адміністративні витрати | 2130 | 12 022 | 6 819 |
| Витрати на збут | 2150 | 56 976 | 57 910 |
| Інші операційні витрати | 2180 | 255 260 | 52 105 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток | 2190 | 46 941 | 31 092 |
| Дохід від участі в капіталі | 2200 | 0 | |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 0 | |
| Інші доходи | 2240 | 654 | 17 |
| Дохід від благодійної допомоги | 2241 | 0 | |
| Фінансові витрати | 2250 | 28 997 | 7 968 |
| Фінансовий результат до оподаткування: прибуток | 2290 | 18 598 | 23 141 |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | -3 348 | -4 165 |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | 0 | |
| Чистий фінансовий результат: прибуток | 2350 | 15 250 | 18 976 |

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 | 15 250 | 18 976 |

Елементи операційних витрат

| Назва рядка | Код рядка | За звітний період, тис. грн | За аналогічний період попереднього року, тис. грн |
|----------------------------------|-----------|-----------------------------|---|
| Матеріальні затрати | 2500 | 698 672 | 59 893 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 8 718 | 6 547 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 1 848 | 1 455 |
| Амортизація | 2515 | 17 200 | 11 949 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 298 042 | 92 889 |
| Разом | 2550 | 1 024 480 | 172 733 |

Розрахунок показників прибутковості акцій

| Назва рядка | Код рядка | За звітний період, грн | За аналогічний період попереднього року, грн |
|--------------------------------|-----------|------------------------|--|
| Дивіденди на одну просту акцію | 2650 | 0 | |

Баланс (Звіт про фінансовий стан) за 2021 рік

Актив

| Назва рядка | Код рядка | На початок звітного періоду, тис. грн | На кінець звітного періоду, тис. грн |
|--|-----------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| I. Необоротні активи Нематеріальні активи | 1000 | 44 | 7 |
| первісна вартість | 1001 | 917 | 924 |
| накопичена амортизація | 1002 | 873 | 917 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 4 143 | 6 142 |
| Основні засоби | 1010 | 39 504 | 31 667 |
| первісна вартість | 1011 | 111 113 | 112 062 |
| знос | 1012 | 71 609 | 80 395 |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | 90 | |
| Усього за розділом I | 1095 | 43 781 | 37 816 |
| II. Оборотні активи Запаси | 1100 | 308 705 | 286 844 |
| Виробничі запаси | 1101 | 654 | 2 929 |
| Товари | 1104 | 308 051 | 283 915 |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 115 085 | 132 668 |
| з бюджетом | 1135 | 1 147 | 4 833 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 1 | 85 509 |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 46 550 | 189 957 |
| Готівка | 1166 | 2 | |
| Рахунки в банках | 1167 | 46 550 | 189 955 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 22 | |
| Інші оборотні активи | 1190 | | 148 |
| Усього за розділом II | 1195 | 471 510 | 699 959 |
| Баланс | 1300 | 515 291 | 737 775 |

Пасив

| Назва рядка | Код рядка | На початок звітного періоду, тис. грн | На кінець звітного періоду, тис. грн |
|--|-----------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 154 000 | 154 000 |
| Додатковий капітал | 1410 | 28 795 | 28 795 |
| Накопичені курсові різниці | 1412 | 1 684 | |
| Резервний капітал | 1415 | 2 176 | 2 176 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 53 934 | 72 910 |
| Усього за розділом I | 1495 | 238 905 | 257 881 |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | 418 | |
| Інші довгострокові зобов'язання | 1515 | 238 177 | 307 760 |
| Усього за розділом II | 1595 | 238 595 | 307 760 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків | 1600 | | 69 970 |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 28 527 | 2 149 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 785 | 1 246 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | 674 | 1 232 |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 45 | |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 166 | 5 |
| за розрахунками з учасниками | 1640 | 73 | 73 |

| | | | |
|---------------------------|------|---------|---------|
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 8 195 | 98 691 |
| Усього за розділом III | 1695 | 37 791 | 172 134 |
| Баланс | 1900 | 515 291 | 737 775 |

J0900207 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

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 | 929 045 | 553 635 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | 840 900 | 476 863 |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами | 2070 | 0 | |
| Валовий: прибуток | 2090 | 88 145 | 76 772 |
| Інші операційні доходи | 2120 | 58 368 | 72 724 |
| Адміністративні витрати | 2130 | 6 819 | 4 117 |
| Витрати на збут | 2150 | 57 916 | 53 067 |
| Інші операційні витрати | 2180 | 50 690 | 76 062 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток | 2190 | 31 088 | 16 250 |
| Дохід від участі в капіталі | 2200 | 0 | |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 0 | |
| Інші доходи | 2240 | 17 | 0 |
| Дохід від благодійної допомоги | 2241 | 0 | |
| Фінансові витрати | 2250 | 7 964 | 5 541 |
| Фінансовий результат до оподаткування: прибуток | 2290 | 23 141 | 10 709 |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | -4 165 | -1 927 |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | 0 | |
| Чистий фінансовий результат: прибуток | 2350 | 18 976 | 8 782 |

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 | 18 976 | 8 782 |

Елементи операційних витрат

| Назва рядка | Код рядка | За звітний період, тис. грн | За аналогічний період попереднього року, тис. грн |
|----------------------------------|-----------|-----------------------------|---|
| Матеріальні затрати | 2500 | 264 625 | 8 544 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 6 547 | 3 986 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 1 455 | 921 |
| Амортизація | 2515 | 11 949 | 12 980 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 91 481 | 106 815 |
| Разом | 2550 | 376 057 | 133 246 |

Розрахунок показників прибутковості акцій

| Назва рядка | Код рядка | За звітний період, грн | За аналогічний період попереднього року, грн |
|--------------------------------|-----------|------------------------|--|
| Дивіденди на одну просту акцію | 2650 | 0 | |