

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

**Факультет менеджменту та маркетингу**

**Кафедра економіки і підприємництва**

До захисту допущено:

Завідувач кафедри

Петро КРУШ

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Дипломна робота  
на здобуття ступеня бакалавра**

**за освітньо-професійною програмою «Економіка підприємства»  
спеціальності 051 «Економіка»**

**на тему: «Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності  
зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика “Зорянка”»**

Виконав (-ла):

студент (-ка) IV курсу, групи УЕ-61

Абабкова Евеліна Сергіївна \_\_\_\_\_

Керівник:

доцент, к.е.н., доцент

Кривда Олена Віталіївна \_\_\_\_\_

Консультант з економіко-математичного розділу:

доцент, к.е.н.

Кузьмінська Наталія Леонідівна \_\_\_\_\_

Рецензент:

к.е.н., доцент

Черненко Наталя Олександрівна \_\_\_\_\_

Засвідчую, що у цій дипломній роботі  
немає запозичень з праць інших авторів  
без відповідних посилань.

Студент (-ка) \_\_\_\_\_

Київ – 2020 року

**Національний технічний університет України**  
**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**  
**Факультет менеджменту та маркетингу**  
**Кафедра економіки і підприємництва**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність – 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Петро КРУШ

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 р.

**ЗАВДАННЯ**

**на дипломну роботу студентці**

**Абабкова Евеліна Сергіївна**

1. Тема роботи «Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика “Зорянка”», керівник роботи Кривда Олена Віталіївна, к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва, затверджені наказом по університету від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. № \_\_\_\_\_

2. Термін подання студентом роботи \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи: Форма №1 «Баланс», Форма №2 «Звіт про фінансові результати», статистична звітність за 2015-2019 роки, законодавчі та нормативні акти України.

4. Зміст роботи:

Розділ 1. Теоретичні основи зовнішньоекономічної діяльності підприємства

1.1. Сутність і основні положення зовнішньоекономічної діяльності

1.2. Види зовнішньоекономічної діяльності

1.3. Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності

Розділ 2. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка»»

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства

2.2. Товарно-географічна структура експортно-імпортних операцій підприємства

2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

2.4. Кореляційно-регресійний аналіз чистого доходу від експорту

Розділ 3. Напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності  
ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка»»

3.1. Оптимізація географічної структури ЗЕД підприємства

3.2. Оптимізація товарного асортименту продукції, яка експортується

3.3. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів

Перелік ілюстративного матеріалу: презентація дипломної роботи.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 2, пункт 2.4	к.е.н., доц. Кузьмінська Н.Л.		
Нормоконтроль	к.е.н., доц. Кривда О.В.		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Затвердження теми науковим керівником	20.12.2019 р.	
2	1-ий розділ написання д/р	31.01.2020 р.	
3	2-ий розділ написання д/р	13.03.2020 р.	
4	3-й розділ написання д/р	15.05.2020 р.	
5	Попередній захист д/р	25.05.2020 р.	
6	Строк подання дипломної роботи на кафедру	04.06.2020 р.	
7	Захист дипломної роботи	15.06 - 16.06.2020 р.	

Студент

Евеліна АБАБКОВА

Керівник

Олена КРИВДА

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота Абабкової Евеліни Сергіївни на тему «Економічне обґрунтування напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка»», спеціальність – 051 «Економіка», освітньо-професійна програма «Економіка підприємства», КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020, Київ.

Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота виконана в обсязі 139 сторінок друкованого тексту, містить 17 рисунків, 37 таблиці та 10 додатків.

Метою дослідження є вироблення напрямів покращання міжнародної торгівлі вітчизняних підприємств в контексті євроінтеграційного розвитку України.

Для дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» та розробки пропозицій в дипломній роботі були використані методи: діалектичний і абстрактно-логічний, горизонтальний та вертикальний аналіз, табличний, графічний, коефіцієнтний, порівняльний, економіко-математичний аналіз.

На основі проведеного аналізу зовнішньоекономічної діяльності та поточного стану підприємства запропоновано оптимізувати географічну структуру ЗЕД підприємства з рахунок ринку Польщі, розробка товарної політики ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на ринку Польщі, здійснено планування товарного асортименту, а також сегментування ринку.

Об'єкт дослідження – процес формування ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, практичних та методичних підходів до розробки напрямів зростання ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка».

Ключові слова: міжнародна торгівля, зовнішньоекономічна діяльність, експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт, глобалізація.

## ABSTRACT

Thesis of Ababkova Evelina Sergeevna on “Economic rationale of directions for increasing the efficiency of foreign trade activities of PrJSC “Garment Factory “Zorianka””, specialty – 051 “Economics”, educational and professional program “Economics of Enterprise”, NTUU “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”, 2020, Kyiv.

The thesis consists of an introduction, 3 chapters, conclusions, list of literature sources and applications. The work consists of 139 pages of printed text, contains 17 figures, 37 tables and 10 applications.

The purpose of the work is to develop the directions for improving domestic enterprises’ international trade in the context of European integration development of Ukraine.

For research profitability PrJSC “Garment Factory “Zorianka”” and development of proposals the following methods were used: dialectical, abstract and logical, horizontal and vertical analysis, tabular, graphical, coefficient, comparative, economic and mathematical analysis.

On the basis of the analysis of the analysis of foreign trade activity and the current state of the enterprise the geographic structure optimization of foreign trade activity of the enterprise through the Polish market is offered, developing the product policy of PrJSC “Garment Factory “Zorianka”” on the Polish market is carried out, planning of product range and market segmentation is conducted.

Obligation of the process - the process of formulating the efficient economy of the economy.

The subject of the presentation - is the consistency of theoretical, practical and methodical approaches to the development of methods of efficiency and protection PrJSC “Garment Factory “Zorianka””.

Key words: international trade, foreign trade activity, export, import, re-export, re-import, globalization.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	11
1.1. Сутність і основні положення зовнішньоекономічної діяльності .....	11
1.2. Види зовнішньоекономічної діяльності .....	22
1.3. Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності	31
Висновки до розділу 1 .....	41
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ШВЕЙНА ФАБРИКА «ЗОРЯНКА».....	43
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства...	43
2.2. Товарно-географічна структура експортно-імпортних операцій підприємства .....	55
2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	62
2.4. Кореляційно-регресійний аналіз чистого доходу від експорту .....	68
Висновки до розділу 2.....	73
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ШВЕЙНА ФАБРИКА «ЗОРЯНКА» .....	76
3.1. Оптимізація географічної структури ЗЕД підприємства.....	76
3.2. Оптимізація товарного асортименту продукції, яка експортується .....	83
3.3. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів.....	91
Висновки до розділу 3 .....	97
ВИСНОВКИ .....	100
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	103
ДОДАТКИ .....	109

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Міжнародна торгівля сьогодні все тісніше переплітається з іншими сферами відтворювального процесу, виступає відображенням, наслідком та стимулом цих взаємозв'язків, а її спонукаючи мотиви зачіпають самі основи організації сучасного глобалізованого виробництва. Як на етапах раннього капіталізму внутрішня торгівля була рушійною силою стимулювання капіталістичного виробництва, так і сьогодні міжнародна торгівля є локомотивом глобалізації виробництва та розподілу соціального продукту.

Докорінні зміни у сфері виробництва, обігу та фінансів переконливо свідчать про поширення й поглиблення глобалізації економічної діяльності в сучасному світі на мікро- та макроекономічному рівнях. В умовах посилення інтеграційних процесів та глобалізації розвиток зовнішньоторговельної політики є одним з найважливіших чинників конкурентоспроможності національної економіки. У період системної трансформації економіки України відбуваються істотні зміни у зовнішньоторговельній діяльності, тому аналіз тенденцій та змін у сфері зовнішньої торгівлі важливий для прийняття ефективних управлінських рішень та внесення обґрунтованих змін в економічну політику держави.

Останніми роками значні зміни у розвитку світової економіки та міжнародної фінансової системи викликані глобалізаційними процесами. Однією з провідних тенденцій розвитку сучасного світового господарства є інтернаціоналізація та глобалізація світових відносин. «Інтернаціоналізація» і «глобалізація» дуже близькі, але все ж таки не ідентичні поняття. Інтернаціоналізація міжнародних економічних відносин пов'язана з процесом подальшого зростання суспільного характеру виробництва і спеціалізацією суспільних відносин.

Інтернаціоналізацію міжнародних економічних відносин можна зримо відчутти на будь-якому сучасному підприємстві. Технічне обладнання,

сировинні матеріали, деталі і т.д. можуть бути поставлені з самих різних країн. Процес інтернаціоналізації міжнародних економічних відносин в сучасних умовах розвивається дуже швидко. Істотну роль тут відіграє бурхливий розвиток науково-технічного прогресу. Завдяки сучасним засобам транспорту, географічні відстані між країнами і континентами стрімко скорочуються. Телекомунікаційні системи дозволяють в лічені хвилини встановити ділові контакти між фірмами, які перебувають в самих різних точках планети.

Все глибша спеціалізація національного виробництва спонукає кожну країну шукати нові ніші на світових ринках і збільшувати експортну квоту. Національні компанії все охочіше йдуть на залучення до своєї діяльності іноземного капіталу і в той же час створюють дочірні підприємства і філії за кордоном. Інтенсивно зростає кількість міжнародних компаній і спільних підприємств. Останніми роками зовнішня торгівля є пріоритетною складовою економічної політики будь-якої країни.

Актуальність дослідження обумовлена переорієнтацією вітчизняних підприємств на європейські ринки збуту, втратою частини російського ринку збуту, що зумовило необхідність проведення досліджень можливостей виходу українських підприємств на нові ринки збуту.

**Зв'язок роботи з науково-дослідними темами.** Дипломну роботу виконано відповідно до планів науково-дослідних робіт кафедри економіки та підприємництва НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» за темою: «Сучасні проблеми економіки та управління підприємствами і шляхи їх вирішення (№ ДРН 0116U004579)», у межах якої особисто автором обґрунтовано теоретико-методичні аспекти зовнішньоекономічної діяльності та запропоновано практичні заходи щодо підвищення прибутковості від зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка»».

**Метою дослідження** є розробка напрямів покращення міжнародної торгівлі вітчизняних підприємств в контексті євроінтеграційного розвитку України.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність виконання наступних завдань дослідження:

- розглянути сутність і основні положення зовнішньоекономічної діяльності;
- дослідити види зовнішньоекономічної діяльності;
- проаналізувати механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- навести організаційно-економічну характеристику діяльності підприємства;
- проаналізувати товарно-географічну структуру експортно-імпортних операцій підприємства;
- надати оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- навести напрями оптимізації географічної структури ЗЕД підприємства;
- запропонувати шляхи оптимізації товарного асортименту продукції, яка експортується;
- надати оцінку економічної ефективності запропонованих заходів.

**Об'єкт дослідження** – процес формування ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

**Предмет дослідження** – сукупність теоретичних, практичних та методичних підходів до розробки напрямів зростання ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка».

**Методи дослідження:**

– теоретичні методи, за допомогою яких було розкрито сутність, значення та особливості міжнародної торгівлі та зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств;

– методи економічного аналізу, за допомогою яких було здійснено аналіз зовнішньоторговельної діяльності досліджуваного підприємства та її ефективності;

– діалектичний і абстрактно-логічний (з метою узагальнення й формулювання висновків).

**Практичне значення** результатів полягає у розробці напрямів та перспектив подальшого розвитку міжнародної торгівлі та зовнішньоекономічних зв'язків вітчизняних виробників в контексті розвитку євроінтеграційних процесів в Україні. (Акт впровадження № 4723)

**Інформаційна база** дослідження представлена матеріалами нормативно-правової бази, навчальних посібників та підручників, наукових статей, Інтернет-джерел, звітності підприємства.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

### **1.1. Сутність і основні положення зовнішньоекономічної діяльності**

Інтеграційні процеси у міжнародній торгівлі та вибір країнами стратегічних партнерів і формування з ними регіональних торговельних угод стають визначальними у забезпеченні економічного росту економік і підвищенні добробуту суспільств. Для розвинутих індустріальних країн Західної Європи у 1980-х рр. та трансформаційних країн Центральної та Східної Європи, що почали з ними інтегруватись наприкінці 20-століття, зовнішня торгівля стала визначальним фактором економічного зростання, що призвело до зміни парадигми їхньої спеціалізації – відбувся якісний перехід торговельної структури від міжсекторних торгових потоків, що пояснювались принципом порівняльної переваги, до інтенсифікації внутрішньосекторних торговельних потоків диференційованих капіталомістких і наукомістких товарів, який базується на виробничій і бізнесовій агломерації, та посилення якісних позицій виробничо-торговельної спеціалізації спільного ринку ЄС.

В сучасних умовах економічний успіх в світовому господарстві немислимий без активної участі країн в міжнародних торговельних зв'язках. Практика показує, що ще жодній країні не вдалося створити здорову у всіх аспектах економіку, ізолювавшись від глобальної економічної системи. Саме міжнародна торгівля є основною формою зв'язку між товаровиробниками різних країн, формуючи їх економічну взаємозалежність [41, с. 12].

Державна політика в сфері зовнішньоторговельної діяльності у світовій практиці націлена на розробку системи типових заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, здійснюваних державними установами, наділеними відповідними повноваженнями з метою підтримки зовнішньоекономічної рівноваги, стимулювання прогресивних зрушень у структурі експорту та імпорту країни, заохочення припливу іноземного капіталу.

Міжнародна торгівля сьогодні все тісніше переплітається з іншими сферами відтворювального процесу, виступає відображенням, наслідком та стимулом цих взаємозв'язків, а її спонукаючи мотиви зачіпають самі основи організації сучасного глобалізованого виробництва. Як на етапах раннього капіталізму внутрішня торгівля була рушійною силою стимулювання капіталістичного виробництва, так і сьогодні міжнародна торгівля є локомотивом глобалізації виробництва та розподілу соціального продукту.

Докорінні зміни у сфері виробництва, обігу та фінансів переконливо свідчать про поширення й поглиблення глобалізації економічної діяльності в сучасному світі на мікро- та макроекономічному рівнях. В умовах посилення інтеграційних процесів та глобалізації розвиток зовнішньоторговельної політики є одним з найважливіших чинників конкурентоспроможності національної економіки. У період системної трансформації економіки України відбуваються істотні зміни у зовнішньоторговельній діяльності, тому аналіз тенденцій та змін у сфері зовнішньої торгівлі важливий для прийняття ефективних управлінських рішень та внесення обґрунтованих змін в економічну політику держави [47, с. 4].

Міжнародна торгівля дозволяє країнам розширити свої ринки як товарів, так і послуг, які в іншому випадку можуть бути недоступними на внутрішньому ринку. Внаслідок розвитку міжнародної торгівлі на ринку зростає конкуренція, а отже, на товари та послуги встановлюються більш конкурентоспроможні ціни, що для споживачів є позитивним, адже зростають пропозиції придбати товар чи послугу за нижчими цінами.

Міжнародна торгівля – це обмін товарами та послугами між країнами. Загалом сутність міжнародної торгівлі розкрита у наукових працях багатьох дослідників, і деякі з них наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Наукові підходи до визначення сутності міжнародної торгівлі

Автор, джерело	Характеристика
Бабець Є.К. [2, с. 37]	«Зовнішня торгівля - це торгівля однієї країни з іншими, яка складається з оплачуваного вивозу (експорту) та ввозу (імпорту) товарів і послуг. У сукупності зовнішня торгівля різних країн утворює міжнародну торгівлю»
Войнова Є.І. [5, с. 19]	«Міжнародна торгівля – це... перетин об'єктом митного кордону як мінімум двох держав, що виражається у експортно-імпортних операціях»
Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Притула Н.В. [23, с. 11]	«Міжнародна торгівля – це торгівля між резидентами різних країн, якими можуть виступати фізичні та юридичні особи, фірми, ТНК, некомерційні організації тощо»
Михайленко О.Г. [27, с. 49]	Міжнародна торгівля – це «форма міжнародних економічних відносин, яка є фактором й механізмом соціально-економічного розвитку та обміну, що опосередковує виробництво та споживання; задовольняє, першочергово, екологічні потреби споживачів у ... товарах, вироблених та перероблених без шкоди навколишньому середовищу, не призводить до негативних соціальних наслідків, дозволяє розв'язувати сучасні проблеми суспільства з використанням інструментів міжнародної торговельної політики; враховує питання економічного, соціального та екологічного розвитку країн»
Свириденко Р.І. [46, с. 3]	Міжнародна торгівля – це «певна форма зв'язку між товаровиробниками та споживачами різних країн, що виникає на основі розвитку міжнародного поділу факторів виробництва»
Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. [56, с. 10]	«З операційної точки зору міжнародна торгівля - це процес безпосереднього обміну товарами та послугами між господарюючими суб'єктами різних держав, державами та міжнародними організаціями... З державно-політичної точки зору міжнародну торгівлю можна розглядати як особливий тип суспільних відносин, які виникають у світовій системі господарства в процесі і з приводу обміну товарами та послугами між державами, що мають власні зовнішні і зовнішньоторговельні політики... За державно-політичного підходу до трактування сутності міжнародної торгівлі її предметом є організація торговельного обміну, виходячи з національних інтересів і глобальних тенденцій розвитку світового господарства в цілому, а об'єктом - торговельний обмін як сукупність операцій з експорту та імпорту»
Чепінога В.Г. [57]	«Міжнародна торгівля складається з експорту та імпорту товарів і послуг»

*Джерело: розроблено автором*

Аналізуючи вищенаведені визначення, зазначимо, що спільною їх рисою є трактування сутності міжнародної торгівлі як здійснення торговельних відносин між декількома країнами з приводу покупки чи продажу товарів (послуг). На нашу думку, міжнародна торгівля – це торгівля товарами та

послугами, що здійснюється на міждержавному рівні; учасниками цієї торгівлі є як окремі країни, так і компанії, міжнародні організації тощо.

Торгівля в усьому світі надає споживачам та країнам можливість придбання товарів та послуг, недоступних у їх власних країнах, або які були б дорожчими на внутрішньому ринку. Важливість міжнародної торгівлі була визнана на ранніх етапах політичними економістами, як Адам Сміт та Девід Рікардо. Міжнародна торгівля сприяє розвитку світової економіки, а попит і пропозиція, а отже, і ціни, впливають на глобальні події. Наприклад, політичні зміни в Азії можуть призвести до збільшення вартості робочої сили, тим самим збільшивши виробничі витрати для американської компанії, що базується в Малайзії, що в результаті призведе до збільшення ціни продукції, яка буде реалізована в інших країнах. З іншого боку, зниження вартості робочої сили може призвести до того, що споживач матиме можливість придбати продукцію за нижчою ціною [59, с. 12].

Глобальна торгівля дозволяє багатим країнам більш ефективно використовувати свої ресурси – працю, технологію чи капітал. Оскільки країни наділені різними активами та природними ресурсами (землею, робочою силою, капіталом та технологіями), деякі країни можуть виробляти один і той самий товар більш ефективно, а тому продавати його дешевше, ніж інші країни. Якщо країна не може ефективно виробляти певний товар, вона може отримати його, торгуючи з іншою країною, яка здійснює виробництво саме цього товару «спеціалізація в міжнародній торгівлі» [62].

Міжнародна торгівля між різними країнами є важливим фактором підвищення рівня життя, забезпечення зайнятості та надання споживачам можливості користуватися більшою різноманітністю товарів. Міжнародна торгівля відбулася з тих пір, як перші ранні цивілізації почали торгувати, але в останні роки міжнародна торгівля набуває все більшого значення, оскільки більша частка ВВП припадає на експорт та імпорт. З посиленням важливості торгівлі також зростає стурбованість можливими негативними наслідками

торгівлі – зокрема, незбалансованими вигодами з деякими втратами, незважаючи на загальний чистий прибуток [60, с. 86].

Важливість міжнародної торгівлі для країн полягає в наступному:

#### 1. Використання наявних ресурсів для виробництва.

Деякі країни природним чином багаті на сировину – нафту (Катар), метали, рибу (Ісландія), діаманти (Конго), сільськогосподарська сировина та ресурси (Нова Зеландія). Без торгівлі ці країни не отримали б користі від багатих природних ресурсів.

Теоретичну модель для цього розробили Елі Хекшер та Бертіль Олін – модель Хекшера-Оліна (модель Н-О), згідно якої «модель міжнародної торгівлі пов'язана зі структурою економіки країн, які вступають у зовнішньоторговельні відносини, а також із внутрішнім розподілом прибутків. Однак за сучасних умов не можна ігнорувати процеси, які відбуваються у міжнародному переміщенні факторів виробництва і зумовлюють послаблення значимості індивідуальних відмінностей країн, заснованих на ресурсному потенціалі. Міжнародний рух капіталу змінює зовнішню торгівлю, приводить до однакової забезпеченості факторами виробництва у різних країнах і ліквідує різницю у нормах прибутку» [54, с. 6].

#### 2. Порівняльна перевага.

Теорія порівняльної переваги стверджує, що країни повинні спеціалізуватися на тих товарах, які мають порівняно меншу альтернативну вартість. Навіть якщо одна країна може виробляти два товари з меншими абсолютними витратами, це не означає, що вона повинна виробляти всі ці товари. Індія, з меншими витратами на робочу силу, може мати порівняльну перевагу в трудомісткому виробництві (наприклад, кол-центри, виробництво одягу), тому для неї було б ефективно експортувати ці товари та послуги. Великобританія може мати порівняльну перевагу в освіті та виробництві відеоігор. Торгівля дозволяє країнам спеціалізуватися. Теорія порівняльної переваги має обмеження, але вона пояснює принаймні деякі аспекти міжнародної торгівлі.

Теорія порівняльних переваг – це модель економіки, що показує вигоду від торгівлі для двох аналізованих країн, жодна з яких не володіє абсолютними перевагами. Ця теорія була сформульована Давидом Рікардо на початку XIX століття. Вона стала продовженням праці Адама Сміта, який розглядає абсолютні переваги. Під абсолютними перевагами розумілася здатність суб'єкта економіки або цілої економічної системи створювати більшу кількість блага при інших рівних умовах. Ця перевага може бути викликана сприятливими природно-кліматичними умовами, відносною дешевизною сировини, її доступністю, а також наявністю особливих навичок і знань [41, с. 13].

### 3. Більший вибір для споживачів

Нова теорія торгівлі робить менший акцент на порівняльній перевазі та відносних вхідних витратах. Нова теорія торгівлі говорить, що в реальному світі рушійним фактором торгівлі є надання споживачам більшого вибору диференційованої продукції. Країни імпортують з Німеччини автомобілі BMW не тому, що вони найдешевші, а через якість та імідж марки. Що стосується музики та кіно, торгівля дає можливість задовольнити різні споживчі смаки. Коли «Бітлз» у 60-х роках XX ст. їздив на гастролі до США, він експортував британську музику – відносні витрати на працю були неважливими.

Деякий одяг (наприклад, ціна одягу від Primark – ціна дуже важлива, і одяг, швидше за все, імпортують з країн з низькою робочою вартістю, таких як Бангладеш. Однак країна також імпортує етикетки Gucci (Італія), Chanel (Франція). В цьому випадку споживачі отримують в якості переваги вибір товару, а не найнижчу ціну. Економісти стверджують, що міжнародна торгівля часто відповідає моделі монополістичної конкуренції. У цій моделі важливим аспектом є диференціація брэнда. Значна частина споживачів бажає купувати товари з потужними брэндами та репутацією, наприклад, продукцію Coca-Cola, Nike, Addidas, McDonalds тощо [37, с. 78].

### 4. Спеціалізація та ефект масштабу – більша ефективність.

Виділяють зовнішню і внутрішню економію на масштабі. Зовнішня економія досягається при скороченні середніх витрат на одиницю продукції в результаті розширення всієї галузі в цілому. Виникнення зовнішньої економії ніяк не впливає на структуру ринку, яка характеризується великою кількістю дрібних фірм, тому ринкові умови наближаються до умов досконалої конкуренції.

Внутрішня економія досягається в результаті скорочення середніх витрат на одиницю продукції як наслідок зростання ринкової частки окремої фірми. Умовах внутрішньої економії відбувається зміна структури ринку – переважають великі фірми, кожна з яких претендує на лідируючу позицію, що веде до розвитку ринку недосконалої конкуренції. У науці внутрішній економії приділяється значно більше уваги, ніж зовнішній. Можна виділити дві причини цього:

- 1) внутрішню економію легше виявити;
- 2) теоретичні моделі, створені на основі внутрішньої економії, виглядають більш просто і їх легше досліджувати.

Економія на масштабі породжує можливість скорочення постійних витрат на одиницю продукції в лінійній виробничій функції, оскільки чим більше обсяг виробництва, тим вони менше [41, с. 14].

## 5. Торгівля у сфері послуг.

Найважливіша закономірність ХХ ст. – трансформація та індустріалізація економіки, що змінила багатівікове панування аграрної системи господарства на постіндустріальну економіку послуг. В основі цього об'єктивного процесу лежить поступальний рух продуктивних сил, результати якого конкретизуються в постійному зростанні продуктивності праці та інших факторів виробництва. Не менш важлива причина розвитку сфери послуг – глибинні перетворення в системі суспільних потреб. Ускладнення техніки, технологій, структури виробництва, зростання життєвого рівня населення і його соціальної активності, а також вдосконалення самої людини внаслідок підвищення освітнього і культурного рівня і т.д. послідовно розширювали спектр потреб

виробництва і населення далеко за межі їх видів, що задовольняються речовим виробництвом [33, с. 182].

Однією з особливостей розвитку економіки динамічних країн світу є зростання ролі сектора послуг, що вимагає збільшення частки трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, що спрямовуються в цю сферу, а також зростання технічної оснащеності праці в галузях з виробництва послуг. Ускладнення виробництва в різних секторах економіки, прискорення науково-технічного прогресу вимагають розширення інформаційних, фінансових, транспортних, страхових послуг. Дослідження показує, що саме сфера послуг і її прискорений розвиток багато в чому сприяла тенденціям глобалізації світового господарства.

Одночасно міжнародна торгівля послугами стала сферою торгово-політичних інтересів окремих національних економік і посилення конкуренції в світі. Цьому сприяв розвиток послуг у формі проектно-конструкторських розробок, підготовки техніко-економічних обґрунтувань, дослідження ринків, розробки програмного забезпечення, різного роду консалтингових послуг і т.д. Виробничі послуги стали самостійним сегментом світових ринків, їх реалізація господарюючими суб'єктами здійснюється, як правило, на контрактній основі, і, отже, споживач послуг виробничого характеру отримав широкі можливості вибрати постачальника послуг, що сприяє підвищенню ефективності міжнародного поділу праці.

Послуга являє собою специфічний продукт праці, який не набуває речової форми, і споживча вартість якого, на відміну від речового продукту праці, полягає в корисному ефекті живої праці. Це, наприклад, послуги транспортних компаній, будівельних фірм, підприємств зв'язку, інформаційних агентств тощо, які виробляють певний продукт в нематеріальній формі, який може бути об'єктом купівлі-продажу, предметом споживання і т.д. Таким чином, послуга як специфічний продукт праці виступає не у формі матеріального товару, а самої праці, що виконує певні функції в сучасному суспільстві [25, с. 271].

## 6. Світове зростання та економічний розвиток.

Міжнародна торгівля є важливим фактором сприяння економічному зростанню. Це зростання призвело до зменшення абсолютного рівня бідності, особливо у південно-східній Азії, де спостерігаються високі темпи зростання з 1980-х рр. Однією з провідних тенденцій розвитку сучасного світового господарства є інтернаціоналізація та глобалізація світових відносин. «Інтернаціоналізація» і «глобалізація» дуже близькі, але все ж таки не ідентичні поняття. Інтернаціоналізація міжнародних економічних відносин пов'язана з процесом подальшого зростання суспільного характеру виробництва і спеціалізацією суспільних відносин.

Інтернаціоналізацію міжнародних економічних відносин можна зримо відчутти на будь-якому сучасному підприємстві. Технічне обладнання, сировинні матеріали, деталі і т.д. можуть бути поставлені з самих різних країн. Підприємство може працювати за ліцензією і патентами США, Японії та інших країн. До роботи можуть залучатися іноземні робітники і менеджери [23, с. 89].

Процес інтернаціоналізації міжнародних економічних відносин в сучасних умовах розвивається дуже швидко. Істотну роль тут відіграє бурхливий розвиток науково-технічного прогресу. Завдяки сучасним засобам транспорту, географічні відстані між країнами і континентами стрімко скорочуються. Телекомунікаційні системи дозволяють в лічені хвилини встановити ділові контакти між фірмами, які перебувають в самих різних точках планети.

Все глибша спеціалізація національного виробництва спонукає кожну країну шукати нові ніші на світових ринках і збільшувати експортну квоту. Національні компанії все охочіше йдуть на залучення до своєї діяльності іноземного капіталу і в той же час створюють дочірні підприємства і філії за кордоном. Інтенсивно зростає число міжнародних компаній і спільних підприємств.

Процес інтернаціоналізації міжнародних економічних відносин в сучасний період набуває нових рис:

– формуються нові міжнародні валютні зони, в кожному до яких входять десятки країн. Сьогодні можна говорити про декілька таких зон, де основною валютою стали або стають американський долар, японська ієна, євро;

– сучасна економічна інтеграція означає не лише вільне переміщення товарів і послуг, капіталів, робочої сили. Національні держави все частіше делегують частину свого суверенітету наднаціональним органам. Одним із прикладів цього може служити Європейський Союз (ЄС);

– інтернаціоналізація міжнародних економічних відносин сьогодні входить в якісно новий етап – глобалізацію.

Одним з найважливіших результатів процесу глобалізації та інтернаціоналізації міжнародних економічних відносин стала зростаюча взаємозалежність не лише між окремими країнами, а й між цілими регіонами світу [12, с. 457].

Проте розвиток міжнародної вільної торгівлі має і негативні наслідки:

#### 1. Обмеження розвитку нових галузей.

Побоювання полягає в тому, що вільна торгівля може змусити країни спеціалізуватися на первинних продуктах – товарах, які мають нестабільні ціни та еластичність попиту для споживачів з низьким рівнем доходу. Для розвитку економіки країн, можливо, буде потрібно обмежити імпорт та диверсифікувати економіку. Це не є аргументом проти самої міжнародної торгівлі, але країни, що розвиваються, виправдано встановлюють тарифи на імпорт, якщо прагнуть розвивати нові галузі та диверсифікувати свою економіку. Зокрема, існує обґрунтування встановлення тарифів в галузі, де країна має приховану порівняльну перевагу. Це означає, що якщо країни зможуть розвинути інфраструктуру та економію масштабу, вони матимуть порівняльну перевагу.

#### 2. Торгівля може призвести до культурної гомогенізації.

Міжнародна торгівля надає перевагу багатонаціональним брендам, і це може негативно вплинути на місцеву продукцію та традиції. Деякі дослідники стверджують, що якщо місцеві продукти мають високу якість, вони повинні мати можливість створити нішу, тоді як глобальні бренди не можуть.

Альтернативний погляд на культурну глобалізацію підкреслює перетворення світового різноманіття на пандемію європеїзованої споживчої культури. Деякі критики стверджують, що домінування американської культури, що впливає на весь світ, в кінцевому рахунку призведе до кінця культурного розмаїття. Така культурна глобалізація може привести до людської монокультури.

Цей процес, який розуміється як культурний імперіалізм, пов'язаний з руйнуванням культурної самобутності, домінуванням гомогенізованої та європеїзованої споживчої культури. Великі американські компанії, такі як Макдональдс і Соса-Сола, зіграли важливу роль в поширенні американської культури по всьому світу. Такі терміни, як Соса-колонізація, були придумані для позначення засилля американських товарів в зарубіжних країнах, тому деякі критики розглядають глобалізацію як загрозу культурну самобутність цих народів [3, с. 17].

### 3. Ефекти зміщення.

Вільна торгівля може призвести до закриття неконкурентоспроможних вітчизняних виробництв, що призведе до структурного безробіття. Проблема вільної торгівлі полягає в тому, що «переможців» багато, але компанії, які програли в цій боротьбі, не отримують жодної компенсації. Однак економісти вільного ринку можуть протидіяти тому, що певна ступінь творчої деструкції неминуча в економіці, і якщо неконкурентоспроможні фірми закриються, в кінцевому підсумку будуть створені нові робочі місця в різних галузях.

На думку Гордєєвої Т.Ф., яку ми підтримуємо, «сучасна система міжнародної торгівлі є досить неоднорідною за рівнем економічного розвитку її учасників, а відтак розробити і прийняти загальні «правила гри» на світовому ринку, які б задовольняли інтереси всіх суб'єктів міжнародного торговельного обміну досить складно, практично неможливо» [10, с. 55].

## 1.2. Види зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Міжнародна купівля-продаж товарів – це транскордонне передання одним контрагентом, експортером, товарів іншому контрагенту, імпортеру, за умови сплати останнім відповідної узгодженої кількості грошей у певній валюті.

Особливістю експортно-імпортних операцій є те, що товар, щодо якого здійснюється процедура купівлі-продажу, перетинає державний кордон.

У всьому світі імпортом і експортом називають операції комерційного характеру, які передбачають реєстрацію міждержавних угод з торгівлі та подальше їх виконання. Тому ті угоди, якими не передбачається отримання прибутку (дарування або безоплатна передача) не входять у категорію імпортно-експортних операцій та оформляються в іншому порядку.

Розглянемо, які є види експортно-імпортних операцій:

### 1. Експорт:

Реалізація перероблених товарів.

Продаж і передача матеріальних благ в інші держави. Товари при цьому спочатку виготовлялися, добувалися або вирощувалися на території країни-постачальника. До категорії експортних операцій також відноситься продаж товарів, ввезених з-за кордону, але перероблених і змінених згодом [43].

### 2. Імпорт:

Перевезення вантажів з вільних зон або прописних складів.

Завезення в країну товарів, придбаних за кордоном. Купівля товарів може здійснюватися безпосередньо у виробника або через посередника. Цілі придбання таких товарів – особисте користування, потреби компанії, переробка і подальший продаж за кордон.

Закупівля продуктів для переробки під наглядом органів митного контролю. До даного типу імпортних операцій належать товари, які були куплені і привезені в країну для переробки та подальшого виготовлення іншої продукції. Кінцевий товар вивозиться з країни і продається в інші держави. Наприклад, компанія закуповує і привозить оливкову олію, а потім продає за

кордон рибні консерви, виготовлені на основі цієї олії. Компанії, що займаються подібним імпортом, звільняються від сплати митних зборів і мит або від контролю державних органів.

### 3. Реекспорт:

У разі якщо покупець з непередбачених причин відмовляється від закупленого товару або не оплачує його, а відправка вже відбулася, продукцію можуть викупити треті держави. Такі операції відносять до вимушеного реекспорту.

До цієї категорії також входять комерційні операції без попередньої закупівлі товарів з інших країн. Угода і доставка продукції в такому випадку здійснюється без реекспортної країни. Цим найчастіше користуються компанії, які мають широкую мережу поставок і транспортування за кордоном. У більшості випадків одні товари мають різну вартість в різних країнах. Цим і користуються компанії - вони заробляють на тому, що перевозять продукти через власні мережі поставок. До того ж прибуток можна отримати і від страхової премії, посередницьких угод або кредитування.

Реекспортні операції допускають купівлю іноземної продукції через біржі і аукціони. Безпосереднім покупцем при цьому може бути інша країна, а сам товар перевезений через кордон для поставки покупцю.

До категорії реекспортних операцій прийнято відносити також придбання будівельних матеріалів, супутньої продукції і обладнання. Йдеться про ті випадки, коли іноземне підприємство займається будівництвом об'єкта. Тому закупівля будівельних матеріалів не відбувається через державу реекспорту. Іноді дуже важко відразу відрізнити таку операцію від звичайної експортної, але митні органи відносять їх до типу реекспортних операцій.

Поділ категорій експорту та реекспорту відбувається наступним чином: якщо в процесі переробки закупленої продукції вартість робіт перевищила половину від початкової вартості товару, то продукт перейменовується, а операція вважається експортною.

При проведенні реекспортних операцій товари найчастіше не змінюються. У ряді випадків можлива незначна переробка (наприклад, заміна упаковки, спеціальне маркування або додаток додаткового продукту). Назва товарів залишається такою ж.

4. Реімпорт - торговельні операції, при яких раніше виготовлений і проданий товар повертається до країни-виробника. При цьому продукція не піддавалась змінам. Сюди відносяться ситуації, коли товари не були прийняті замовником, забраковані або повернена продукція, яку не продали через аукціони.

Експортно-імпортні операції можуть відбуватися як самими власниками, так і посередниками в угодах. У якості посередників можуть виступати комісіонери, брокери, дилери, оптовики і т.п. Залежно від того, ким вони були проведені, розрізняють прямі і непрямі експортно-імпортні операції [43].

Отже, експортні операції мають наступні види:

- реалізація перероблених товарів;
- продаж і передача матеріальних благ в інші держави. товари при цьому спочатку виготовлялися, добувалися або вирощувалися на території країни-постачальника;
- до категорії експортних операцій також відноситься продаж товарів, ввезених з-за кордону, але перероблених і змінених згодом [43].

Специфіка експортно-імпортних операцій перш за все полягає у їх поетапній організації:

- вивчення компетентними менеджерами компанії по зовнішньоекономічній діяльності зовнішнього ринку та його кон'юнктури;
- забезпечення формування необхідних експортних ресурсів для їх наступної реалізації на зовнішніх ринках;
- пошук, вибір та перевірка (Compliance) контрагента для укладення ЗЕД контракту;

– укладення і виконання контрактів у відповідності до законодавства сторін угоди.

Вивчення досвідченими менеджерами зовнішнього ринку повинно допомогти встановити реальну можливість успішного, прибуткового результату по продажу чи обміну власного товару на відповідну суму коштів чи здійснення бартерної операції. Для цього необхідно вивчити стан ринку його місткість, структуру, комерційні умови реалізації, політику та вагу на ринку основних конкурентів.

Експортні ресурси підприємства визначаються передусім наявністю конкурентоспроможної на зовнішньому ринку продукції. Для того, щоб зробити продукцію конкурентоспроможною, варто, зокрема, проаналізувати ресурсне забезпечення підприємства – сировинне, фінансове, технічне, забезпечення необхідним персоналом. Також взяти до уваги суттєвість оптових поставок у експортно-імпортних операціях та їх оцінка їх доцільності [35, с. 10].

Важливим елементом комерційної роботи з організації зовнішньоторговельних операцій є вибір контрагентів – зарубіжних фірм – покупців (продавців) товарів, послуг, об'єктів інтелектуальної власності, інше. Знайти потрібну фірму можна або за спеціальними фірмовими або галузевими довідниками, каталогами, інтернет джерелами, спеціальними базами даних (пробні версії безкоштовні) таких як «Руслана», СПАРК, бази для контрагентів країн СНД, Youcontrol містить інформацію про правове та економічне становище підприємств, що зареєстровані у відповідності до законодавства України, англійська база Amadeus з інформацією по контрагентах країн Європи, інші такі як Bloomberg, Thomson Reuters, Loanconnector, TP Catalyst, Orbis, Thomson Reuters One Source, ktMine) або за допомогою зовнішньоторговельних організацій (структур).

Визначенню сутності економічної категорії «імпортна діяльність» присвячені праці багатьох дослідників, і з урахуванням того, що в економічній науці операція – це частина цілого процесу чи діяльності, зазначимо, що будь-

яка зовнішньоекономічна операція – це частина такої ж діяльності, тобто імпортна операція – це складова імпоротної діяльності підприємства. Задля проведення комплексного й ґрунтовного дослідження разом із терміном «імпортна діяльність», яке тотожне змістовому наповненню економічної категорії «імпорт», далі потрібно розглянути сутність економічної категорії «імпортна операція», яка є основною складовою імпорту. Отже, сукупність взаємопов'язаних та послідовних імпортних операцій складає імпортну діяльність будь-якого підприємства.

Як стверджує Овдійчук Н.М., «імпорт товарної продукції передбачає завезення на територію країни товарної маси за відповідно оформленою купівельною операцією із іншої країни для продажу і споживання продукції на теренах країни-імпортера» [34, с. 6].

Шершун А.І. трактує термін «імпорт» як «сукупність товарної продукції та продукції сервісного характеру, котрі країна-контрагент за попередньою домовленістю купує у країн, що виступають у ролі іноземних партнерів» [59, с. 13].

Приступа О.О. під імпортом розуміє «процес, що передбачає купівлю продукції товарного та нетоварного характеру, виготовлену на території держави іноземного партнера для вжитку або подальшого продажу у територіальних межах країни-імпортера» [41, с. 13].

Гіл Ч.В. стверджує, що імпорт – це «ввезення на територію імпортуючої країни продукції, яка виготовлена чи підлягає реалізації на території країни-контрагента задля її використання або ж перепродажу. Також автором висунуте твердження про необхідність зараховування до імпорту також операцій із ввезення продукції з «приписних складів» й «вільних зон», а також операції реімпорту і товари, які перетинають кордон задля подальшого їх перероблення під контролем митних служб. До імпорту автор зараховує також і ту продукцію, що завезена «материнськими компаніями» ТНК їх «дочірнім компаніям» при умови, що вони обидві є локалізованими на території різних країн [6, с. 115].

Також змістове наповнення терміну «імпортна операція» досліджують і удосконалюють інші науковці, зокрема, Вівчак М. стверджує, що імпортні операції – це процес купівлі й перевезення товарів іноземного походження через митний кордон країни задля їх реалізації на національному ринку або ж власного споживання самим імпортером. Автор стверджує, що обов'язкова умова будь-якої імпортної операції – це її правове підтвердження шляхом укладання зовнішньоторговельної угоди [4, с. 16].

На думку Бабець Є.К., імпортні операції – це такий тип операцій, в процесі виконання яких суб'єкт із певної країни залучає із виплатою відповідної грошової компенсації продукції з іншої країни з необов'язковим ввезенням даної продукції на територію країни-імпортера, а сама операція передбачає можливість споживання цього товару суб'єктами різних видів діяльності, розміщених за кордоном [2, с. 38].

На нашу думку, імпортними операціями називається процес залучення продукції з-за кордону з виплатою встановленої обумовленої матеріальної винагороди і перетин цієї продукції кордонів країни задля внутрішнього використання її суб'єктами зовнішньоекономічних відносин на території країни-імпортера чи подальшого її перепродажу. Імпортні операції не можуть відбуватись без факту перетину продукції через митний кордон країни-імпортера після здійснення усіх необхідних процедур, визначених законодавчо.

Проведений аналіз літературних джерел дає змогу стверджувати, що сутність імпортної операції – це основна складова терміну «імпортна діяльність», хоча часто авторами здійснюється ототожнення цих понять, що, на нашу думку, не зовсім вірно.

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» під імпортом розглядає купівлю товарів з метою отримання матеріальної винагороди українськими учасниками ЗЕД у зарубіжних суб'єктів ЗЕД без обов'язкового переміщення товарів через митний кордон країн [43]. Проте задля здійснення імпортної діяльності Податковий кодекс України в якості обов'язкової умови визначає перетин «митного кордону України», що засвідчує відповідно

оформлена вантажно-митна декларація, яка є причиною виникнення податкових зобов'язань.

Узагальнивши погляди багатьох науковців щодо трактування сутності поняття «імпортна діяльність», ми визначили, що імпортною діяльністю суб'єкта господарювання є низка взаємопов'язаних операцій, які передбачають купівлю товарів або послуг суб'єктами підприємницької діяльності в контрагента з-за кордону із обов'язковим переміщенням продукції через митний кордон задля надання у володіння даної продукції суб'єкту країни-імпортера.

Проведене дослідження дало нам змогу виділити наступні ключові класифікаційні ознаки і систематизувати основні види імпоротної діяльності наступним чином:

1. За кількістю посередників, які беруть участь в процесі поставки товарів (послуг, капіталу) кінцевому споживачу, імпортна діяльність класифікується на такі види, як на пряма та непряма. Прямий імпорт – це передавання товарів, робіт або послуг в безпосереднє використання споживачеві, а непрямий імпорт передбачає наявність одного чи більше посередників, які беруть участь в процесі реалізації продукції, що імпортується.

2. За цільовим призначенням імпортна діяльність може бути одноцільовою та багатоцільовою. Одноцільова імпортна діяльність сприяє досягненню однієї конкретної мети (реалізація товарів, які не виробляються на території країни-імпортера тощо). Мета багатоцільового імпорту полягає у забезпеченні виконання декількох цілей: зростання рентабельності, обсягів продажу, конкурентоспроможності підприємства й залучення нових покупців, збільшення номенклатурної бази товарів та ін.

3. За об'єктом імпортованого продукту можна виділити імпорт товарів, імпорт послуг, робіт, капіталу, інвестицій, інтелекту, трудових ресурсів та ін.

4. За витратністю поставки імпортна операція може бути безвитратною (умови поставки передбачають витрати на поставку лише з боку продавця (витрати на здійснення поставок включено до первинної ціни продукції, і також

відповідальність за збереження цілісності цього товару в процесі її поставки повністю перекладається на закордонного партнера-продавця)), частково витратною (умови, які передбачають витрати продавця та споживача продукції, що імпортується), повністю витратною (витрати на здійснення поставки та відповідальність за імпортовану продукцію лягають на імпортера продукції).

5. За прибутковістю (пріоритетністю) імпортової діяльності імпортна операція може бути основною чи другорядною; таку класифікацію застосовують до тих підприємств, які імпортують більше одного найменування продукції (товарів, послуг).

6. За регулярністю виділяють нерегулярні імпортні операції (здійснюються через нерегулярні проміжки часу) та регулярні (вони характеризуються відносно стабільним часовим лагом між імпортними операціями) [34, с. 7].

7. За масштабністю виділяється імпорт незначних партій товару (партій товару, який за своєю сукупною вартістю і кількістю не підлягають сплаті мита) та великих партій товару (послуг).

8. За асортиментом виділяють імпорт одного найменування продукції або ж великої кількості найменувань продукції.

9. За характером попиту на товари виділяють імпорт сезонного попиту, домашнього використання та ін.

10. За кінцевою метою імпорту виокремлюється імпорт кінцевого використання у країні-імпортері, імпорт задля продажу в інші країни, а також імпорт з метою реімпорту, який передбачає подальше повернення продукції, що була раніше ввезена в країну-експортера.

11. За передовою характеристикою виділимо імпорт, який орієнтований на якісні характеристики товару, а також імпорт, орієнтований на кількість продажів та ін.

12. За кількістю імпортних операцій можна виділити одноразовий імпорт (який складається з однієї імпортової операції, яка буде здійснюватись одноразово) та багаторазовий імпорт (тобто постійний).

Включеність в міжнародну торгівлю окремої країни представлено у формі зовнішньої торгівлі. Зовнішня і міжнародна торгівля є схожими, але не ідентичними поняттями, які співвідносяться між собою як частина і ціле, як національне й інтернаціональне. На динаміку і структуру зовнішньої торгівлі окремих країн впливають такі чинники:

- рівень розвитку національного виробництва;
- забезпеченість природними ресурсами;
- цілі та пріоритети державної зовнішньоторговельної політики;
- конкурентоспроможність продукції внутрішнього виробництва;
- конвертованість національної валюти;
- структура і обсяг внутрішнього попиту;
- рівень життя населення та інші фактори [37, с. 79].

Зовнішня торгівля для будь-якої країни є особливою областю дослідження, так як вихід країн на зовнішній ринок і участь в світових інтеграційних процесах істотно впливають на добробут нації. Зовнішня торгівля, будучи складовою частиною зовнішньоекономічного комплексу, вважається одним з пріоритетних напрямків, що сприяють становленню та стабілізації економіки країни, а також зростання добробуту нації. Розвиток зовнішньої торгівлі країни безпосередньо залежить від ефективності прийняття управлінських рішень державних органів, які, в свою чергу, спираються на результати аналітичних досліджень, що проводяться на макроекономічному рівні [46, с. 20].

Проблема, спрямована на розробку більш досконалих методів аналізу зовнішньої торгівлі, – одна з тих, вирішення якої сприяло б ефективному її розвитку. Тому першим завданням, яке необхідно вирішити при аналізі зовнішньоторговельних зв'язків держави – це визначити основні напрямки та етапи його проведення. Узагальнивши існуючі в літературі методики, можна встановити, що всі вони в основному включають в себе оцінку:

1) зовнішньоторговельних зв'язків країни в цілому, окремих її складових (експорт, імпорт), їх динаміки, впливу чинників на підсумковий результат (фізичного обсягу поставок, цін зовнішньоторговельних операцій, курсу національної валюти, географічної та асортиментної структури);

2) структури зовнішньоторговельних зв'язків, в тому числі – географічної, асортиментної, структурних зрушень й експортної спеціалізації країни;

3) впливу зовнішньоторговельного обороту, експорту та імпорту на національну економіку;

4) ролі національної зовнішньоторговельної системи в світовій економіці і міжнародній торгівлі.

На нашу думку, до перерахованих етапів слід додати ще один – аналіз ефективності зовнішньої торгівлі на макrorівні. Таким чином, буде сформована цілісна і логічна послідовність проведення аналітичних процедур, що сприятиме більш повному та об'єктивному дослідженню.

### **1.3. Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності**

Для формування і здійснення державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності необхідно визначити його сутність, конкретні напрямки, форми і масштаби державного втручання в цю сферу, які визначаються характером і гостротою світогосподарських проблем держави. Під державним регулюванням зовнішньоторговельної політики зазвичай розуміється діяльність держави, спрямована на розвиток і регулювання торговельних відносин з іншими країнами. Головним завданням зовнішньоторговельної політики є створення сприятливих зовнішньоторговельних умов для розширеного відтворення всередині країни [47, с. 4].

Державна зовнішньоторговельна політика передбачає цілеспрямовані дії держави та її органів щодо визначення режиму регулювання зовнішньоторговельних зв'язків і оптимізації участі країни в міжнародному поділі праці. Вона покликана сприяти вирішенню важливих завдань щодо географічної збалансованості зовнішньоторговельних операцій з окремими державами та регіонами з метою забезпечення економічної безпеки країни. Зокрема, в країні багато що залежить від правильного і оптимального розподілу повноважень у сфері формування та реалізації зовнішньоторговельної політики між центральною і місцевою владою при безумовній єдності і цілісності цієї політики. Держава бере на себе завдання забезпечення правової бази і деяких найважливіших послуг, що є передумовою ефективного функціонування ринкової економіки.

Необхідна правова база передбачає такі заходи, як надання законного статусу приватним підприємствам, визначення прав приватної власності і гарантування дотримання контрактів. Уряд встановлює також законні «правила гри», що регулюють відносини між підприємствами, постачальниками ресурсів і споживачами. На основі законодавства держава виконує функції арбітра в галузі зовнішньоекономічних зв'язків.

Сфера зовнішньоторговельної політики в сучасних умовах розширюється. Вона включає поряд із зовнішньою торгівлею товарами, послугами і об'єктами інтелектуальної власності ширші області міжнародних економічних відносин, зокрема, валютну політику, політику в області руху капіталу і робочої сили, умови обміну технологією і деякі інші напрямки [29, с. 117].

Таким чином, в більш широкому або загальному плані торгова політика визначає умови взаємодії національної економіки країни зі світовим господарством. З цієї точки зору торгова політика країни може розглядатися як складова частина її зовнішньої політики в тій мірі, в якій зовнішня політика визначає загальну лінію взаємин країни з іноземними державами. З іншого боку, зовнішньоторговельна політика країни найтіснішим чином пов'язана з

внутрішньою економічною політикою держави і може розглядатися як продовження у зовнішній економічній політиці.

Зовнішньоторговельна політика здійснюється за допомогою комплексу взаємопов'язаних заходів внутрішньої і зовнішньої економічної політики. У число цих заходів входять економічні, адміністративні, правові, технічні засоби, які використовуються для здійснення зовнішньоторговельної політики. З розвитком багатосторонніх міждержавних організацій, установ і угод та ведення в зв'язку з цим багатосторонніх переговорів зростаючого значення набуває багатостороння економічна дипломатія. Багатостороння економічна або комерційна дипломатія пов'язана, перш за все, з діяльністю міжнародних міждержавних організацій, з проведенням дипломатичних конференцій з проблем міжнародних економічних взаємин, з участю в міжнародних економічних переговорах. Багатостороння економічна дипломатія - це зростаючий і перспективний напрямок в сфері методів здійснення зовнішньоторговельної політики будь-якої країни.

Одним з результатів зовнішньоторговельної політики є більше чи менше залучення економіки країни в світове господарство. При цьому участь країни в світовому господарстві може сприяти її економічному розвитку та створенню більш ефективної та динамічної економіки шляхом поглиблення участі країни в міжнародному поділі праці. Такий курс зовнішньоторговельної політики передбачає поступове відкриття економіки країни, тобто створення таких умов, при яких взаємодія національної та світової економік стає більш вільною. Але, з іншого боку, інтеграція країни у світову економіку відкриває двері для іноземної конкуренції на внутрішньому ринку країни. Така економічна взаємозалежність може носити симетричний (збалансований) характер, що відповідає інтересам країни. Завдання зовнішньоторговельної політики – створити умови для інтеграції країни в світову економіку першим шляхом і захистити від односторонньої економічної залежності [2, с. 39].

Зовнішньоторговельна політика – це діяльність держави у сфері розвитку та регулювання економічних торговельних відносин з іншими країнами.

Основним завданням зовнішньоекономічної політики є формування сприятливих зовнішньоекономічних умов для відтворювального процесу в країні, для вигідної участі країни в міжнародному поділі і кооперування праці в процесі діяльності її господарюючих суб'єктів.

Зовнішньоторговельна політика вирішує також завдання збалансованості зовнішньоторговельних операцій з окремими державами та регіонами, оптимізації господарської взаємодії конкретних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з аналогічними організаціями інших держав, завдання забезпечення економічної безпеки країни.

В умовах глобалізації світового господарства однією з пріоритетних цілей економічної зовнішньоторговельної політики стає органічне входження країни у світове господарство. При цьому необхідно дотримуватися визначального значення національних економічних інтересів. З цією метою необхідні планомірно і послідовно здійснювані прогресивні структурні перетворення господарського комплексу, вихід країни на інформаційні та інноваційні міжнародні ринки, подолання відсталої структури зовнішньої торгівлі та формування сприятливого інвестиційного клімату.

Стратегія зовнішньоторговельної політики розробляється і реалізується як в цілому по країні, так і по її регіонах і відповідно – щодо окремих країн і регіонів. Особливу значущість на рівні регіонів в сучасних умовах має формування взаємовигідних партнерських відносин в рамках прикордонної торгівлі на основі чинного міжнародного права і формованого в країні правового поля.

Концепція зовнішньоторговельної політики включає також тактику її проведення, тобто сукупність методів і засобів для досягнення цілей і збереження одержуваних результатів. Зовнішньоекономічна політика нерозривно пов'язана з внутрішньою політикою. Перша служить логічним продовженням і розвитком другої за межами національної державного кордону. Однак при всьому різноманітті і значущості завдань основним завданням зовнішньої економічної політики, незалежно від обраної державою моделі

господарювання, було і залишається формування сприятливого економічного середовища для розвитку відтворювального процесу в країні [6, с. 316].

Перехід до нового типу господарювання логічно обумовлює формування якісно нових засад взаємодії вітчизняної економіки зі світовою, внутрішнього ринку із зовнішнім. При цьому істотно зростає значення і ускладнюється роль зовнішньоекономічного фактора в розвитку країни, що в свою чергу виражається в істотній трансформації взаємозалежностей країни з зовнішніми ринками, в зміні характеру і механізмів взаємодії із зарубіжними партнерами. Саме це зумовлює вироблення нових принципів і методів реалізації зовнішньоекономічної політики.

Крім вищевикладеного, специфіка розробки концепції економічної зовнішньоторговельної політики в сучасних умовах визначається також необхідністю виявлення раціональних сфер і форм участі в зовнішніх зв'язках, що мають перспективне значення для країни. Надзвичайно значущим є також вибір стратегічно важливих геополітичних, географічних, регіональних пріоритетів для економічного співробітництва (з якими країнами і на яких умовах, при суворому розмежуванні першочергових і вторинних цілей). І особливу значимість набуває такий фактор, як виявлення оптимального ступеня участі в цьому процесі суб'єктів господарювання і координації їх діяльності на державному рівні.

Основними принципами зовнішньоекономічної політики країни є незалежність, відкритість, рівноправність, визнання пріоритету міжнародних договорів [10, с. 56].

Цілі зовнішньоторговельної політики не можуть бути сформульовані однозначно. Головна з них полягає в формуванні ефективної системи захисту національних зовнішньоекономічних інтересів держави, підтримки її суб'єктів господарської діяльності на світових ринках товарів, послуг, прав інтелектуальної власності та інформаційних технологій. Зовнішня економічна політика покликана також забезпечувати рівні можливості і права із закордонними конкурентами вітчизняним суб'єктам господарської діяльності.

Для них повинен бути відкритий доступ на світові ринки товарів, послуг, інтелектуальної власності та інформаційних технологій, капіталів і транспортних комунікацій. При цьому не можна забувати, що вони гостро потребують політичної, інформаційної та фінансової підтримки в процесі послідовної реалізації концепції експортної експансії продукції з високою часткою доданої вартості.

Особливо це відноситься до ринків, які є жорстко контрольованими і практично монополізованими найбільшими транснаціональними корпораціями або їх олігополіями, а так само жорстко захищеними протекціоністськими заходами окремих держав або їх спілок. Отже, з цією метою необхідно домагатися сприятливого торгово-політичного режиму у відносинах із зарубіжними країнами і різними торгово-політичними та економічними угрупованнями, організаціями і союзами. Повинні своєчасно вирішуватися питання про скасування наявних або недопущення потенційно можливих дискримінаційних обмежень, торгово-економічних бар'єрів.

Законодавче регулювання експортних операцій здійснюється державою шляхом використання певних заходів, які залежно від характеру та різновиду застосованих прийомів можуть бути поділені на тарифні та нетарифні.

Сучасний механізм регулювання зовнішньої торгівлі є комплексом взаємодоповнюючих тарифних та нетарифних заходів, які постійно змінюються під впливом розвитку виробничих сил та інтересів виробників і споживачів, механізмів їх міжнародно-правового та національного регулювання.

Процес виконання контрактів включає підготовку товарів до відвантаження, організацію їх транспортування, страхування товарів, фінансові розрахунки. У міжнародних угодах договір купівлі-продажу передбачає укладення сторонами ряду додаткових угод з банками, транспортними і страховими компаніями, також представлених у вигляді стандартних документів. Вимоги до документів, що пред'являються в рамках міжнародних операцій, можуть мати вирішальне значення - класичної експортної операції,

яка передбачає надання продавцем відвантажувальних документів в банк для отримання платежу в рамках документарного акредитива [6, с. 297].

Необхідно пам'ятати про важливість застосування міжнародних стандартних правил ІНКОТЕРМС при заключенні міжнародних контрактів господарюючими суб'єктами у взаємовідносинах із їх іноземними контрагентами. Це значно спрощує укладання й узгодження торгових договорів, сприяє однаковому розумінню і тлумаченню умов постачання товарів, незважаючи на можливі різниці між законодавством України і законодавством країни контрагента зарубіжного суб'єкта господарювання.

При оформленні експортних операцій на товари, що ліцензуються, необхідно отримати відповідний дозвіл (ліцензію) на товар, що вивозиться.

Для пропуску товарів через кордон відправник повинен заповнити вантажну митну декларацію. Організація доставки товарів зарубіжному партнеру передбачає нарівні з вибором виду транспорту укладення договору на транспортування товарів, а також забезпечення підготовки і відправки вантажів. Наймання і оплата (фрахтування) транспортного засобу здійснюються різними способами, виходячи з умов світового ринку морських, залізничних, автомобільних та інших видів перевезень.

Досить поширеними та мають свою специфіку у міжнародній торгівлі посередницькі операції. Дані операції, пов'язані з купівлею-продажу товарів, що здійснюються за дорученням експортера чи імпортера незалежним посередником (не власними менеджерами ЗЕД) на основі спеціальних угод чи окремих доручень.

Експортні операції, як правило, пов'язані з використанням певних стандартних документів і форм, зокрема, рахунки-проформи, замовлення на поставку, комерційного рахунку (інвойсу), документарного акредитива, коносамент, сертифіката походження товару, акта (свідоцтва) про огляд товару, консульського рахунку, пакувального листа і страхового свідоцтва.

Комерсанти, що займаються міжнародною торгівлею, повинні мати уявлення про правильне використання даних документів, а також про потенційні слабкі місця, які таїть в собі кожен із зазначених документів.

Експортні операції в торгівлі переходять в розряд завершених, якщо товар перетнув кордон держави контрагента (виконані всі передбачені митні процедури, включаючи надання даних для обліку). Митне регулювання експортно-імпортних операцій включає внесення операцій в міжнародну базу обліку потоків товару [17, с. 64].

Митний облік лежить в основі державних статистик зовнішньої торгівлі, як окремо для кожної держави, так і для світової торгівлі. Дана статистика публікується міжнародними органами, що входять до складу Організації Об'єднаних Націй. У зв'язку з цим, можна відзначити, що регулювання експортно-імпортних операцій із застосуванням єдиного обліку, уніфікованих форм документів і понять - важливий момент, як на рівні держав, так і для міжнародної статистики.

Митна територія – ділянка, на якій митні органи здійснюють контроль імпортних операцій. При цьому згода державних кордонів і митних територій не є обов'язковою. Існують приклади митних союзів декількох країн (Бенілюкс), вільних зон, вирівнювання митних кордонів за згодою країн (для випадків, коли географічні особливості не дозволяють здійснювати митний контроль в прикордонних зонах). Встановлення меж митних територій здійснюють уряди окремих держав, після чого вони публікуються у відповідних друкованих виданнях. Крім того, урядові органи приймають рішення про надання частини митних територій під вільні зони і приписні склади, які митного контролю не підлягають.

Транзитні операції. Прямі транзитні операції – переміщення товару з однієї держави в іншу, через кордони якоїсь третьої держави. Такі операції також не входять до складу експорту/імпорту. Їх облік ведеться по транспортним засобам, кількості переміщених вантажів по державах відправлення і отримання. Існує також таке поняття, як непрямий транзит, який

передбачає приміщення продукції в митний склад і подальшого вивезення до третьої держави в переробленому вигляді [26].

Розглянемо, як відбуваються розрахунки за експортно-імпортними операціями. Обов'язково потрібно враховувати, що в ціноутворенні експорту беруть участь усі товари, які поставляються материнськими організаціями транснаціональних корпорацій (ТНК) для своїх дочірніх компаній, розташованих за кордоном. Тільки такий метод дозволяє враховувати внутрішньофірмовий обмін, що проводиться в рамках ТНК, що включає в себе міжнародний товарообмін. На підставі отриманих митною службою статистичних даних можна встановити процентну частину ТНК в сфері міжнародної торгівлі.

Розрахунки за операціями здійснюються за цінами, які включають:

- вартість ввезеного обладнання в комплекті з матеріалами і технічними послугами;
- відрахування на отримання ліцензії;
- вартість проданої або купленої продукції на виставках або ярмарках через торгових партнерів;
- вартість продукції, наданої іноземному контрагенту в оренду і перевозиться через кордони митниці (враховується окремо).

Існує 2 рівні тарифного регулювання імпортних операцій:

1) міжнародний рівень – це регулювання зовнішньоторговельних операцій суб'єктів ЗЕД на основі рішень міжнародних організацій. Такими організаціями є: Світова організація торгівлі (СОТ), ЮНСІТРАЛ (Комісія ООН з права міжнародної торгівлі), ЮНКТАД (Комісія ООН з торгівлі та розвитку), Всесвітня митна організація (ВМО), комісія ООН з питань торгівлі у Європі та ін.;

2) національний рівень – коли зовнішньоторговельні операції суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності регулюються національним митним тарифом на рівні своєї країни.

Отже, при розробці змін до митного тарифу слід детально аналізувати зміни, які відбуваються на товарному ринку України, рівень розвитку різних галузей економіки. Інший метод регулювання імпорتنих операцій, який застосовує Україна, у тому числі і відносно країн членів СОТ та СНД, – нетарифні обмеження, що включають заходи, які діляться на дві групи:

1-ша група – заходи, які націлені обмеження певних імпорتنих операцій, їх мета – захист і регулювання розвитку національних галузей економіки;

2-га група – заходи, які націлені на стимулювання експорту.

Нетарифне регулювання здійснюється за допомогою спеціальних нормативно-правових актів та спрямоване на забезпечення активного зовнішньоекономічного балансу.

У Митному кодексі України [26] визначається, що заходами нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності є заходи, які не пов'язані із застосуванням мита до товарів, що переміщуються через митний кордон України, встановлені відповідно до закону заборони та/або обмеження, спрямовані на захист внутрішнього ринку, громадського порядку та безпеки, суспільної моралі, на охорону здоров'я та життя людей і тварин, охорону навколишнього природного середовища, захист прав споживачів товарів, що ввозяться в Україну, а також на охорону національної культурної та історичної спадщини [26].

В Податковому ж кодексі України наводиться вичерпний перелік заходів нетарифного регулювання, що вживаються в Україні, а саме: ліцензування і квотування зовнішньоекономічних операцій; застосування спеціальних заходів щодо імпорту товарів в Україну; процедура реєстрації зовнішньоекономічних контрактів; процедура видачі ліцензій на право імпорту, експорту – спирту, алкогольних напоїв та тютюнових виробів; дозвільна система служби експортного контролю; сертифікація товарів, що ввозяться в Україну; дозвільна система органів державної влади, що здійснюють санітарно-епідеміологічний, ветеринарний, фіто-санітарний, екологічний та інші види контролю; реєстрація лікарських засобів, виробів медичного призначення, імунобіологічних

препаратів, харчових добавок; застосування державного пробірною контролю [38].

Міжнародні комерційні операції, як і операції на вітчизняних ринках, як правило, ґрунтуються на обміні комерційними формами між сторонами.

### **Висновки до розділу 1**

За результатами проведеного дослідження зазначено, що міжнародна торгівля в усьому світі надає споживачам та країнам можливість придбання товарів та послуг, недоступних у їх власних країнах, або які були б дорожчими на внутрішньому ринку. Міжнародна торгівля між різними країнами є важливим фактором підвищення рівня життя, забезпечення зайнятості та надання споживачам можливості користуватися більшою різноманітністю товарів.

Включеність в міжнародну торгівлю окремої країни представлено у формі зовнішньої торгівлі. Зовнішня і міжнародна торгівля є схожими, але не ідентичними поняттями, які співвідносяться між собою як частина і ціле, як національне й інтернаціональне. Особливістю експортно-імпортних операцій є те, що товар, щодо якого здійснюється процедура купівлі-продажу, перетинає державний кордон. Важливим елементом комерційної роботи з організації зовнішньоторговельних операцій є вибір контрагентів - зарубіжних фірм – покупців (продавців) товарів, послуг, об'єктів інтелектуальної власності, інше.

Для формування і здійснення державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності необхідно визначити його сутність, конкретні напрямки, форми і масштаби державного втручання в цю сферу, які визначаються характером і гостротою світогосподарських проблем держави. Зовнішньоторговельна політика здійснюється за допомогою комплексу взаємопов'язаних заходів внутрішньої і зовнішньої економічної політики. У число цих заходів входять економічні, адміністративні, правові, технічні

засоби, які використовуються для здійснення зовнішньоторговельної політики. Зовнішня економічна політика покликана також забезпечувати рівні можливості і права із закордонними конкурентами вітчизняним суб'єктам господарської діяльності.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ШВЕЙНА ФАБРИКА «ЗОРЯНКА»

### 2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства

ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» є одним із найбільших підприємств швейної галузі України, яке спеціалізується на виробництві жіночого й чоловічого, фірмового й робочого верхнього одягу. Підприємство засновано у 1922 р., його загальна виробнича площа складає 8,0 тис. м<sup>2</sup>. Матеріальна база для розвитку виробничої та господарської діяльності послужила стала майстерня з ремонту військового одягу у складі 10 майстрів та 10 швейних машин, у т.ч. – приватні майстри, які стали працювати на фабриці із власним ремісничим устаткуванням. Підприємство виконує пошив верхнього одягу для таких торгових марок, як «Gil Bret», «Betty Barclay», «CAROLL», «KOOKAI», «MARKS& SPENCERS», «PRADA», «Cop.copine», «BEST», «Lener Cordier» [40].

Юридична адреса підприємства: 25015 Україна, м. Кропивницький, вул. Євгена Маланюка, 2.

ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» спеціалізується на виробництві верхнього одягу, виконує замовлення інофірм з давальницької сировини, виготовляє продукцію на внутрішній ринок.

Асортимент продукції наступний:

1) жіночий асортимент: пальто, жакети, плащі, куртки, сукні, спідниці, брюки;

2) чоловічий асортимент: куртки зимові та демісезонні, плащі.

Структура підприємства представлена:

1) експериментальним цехом;

2) розкрійно-підготовчим цехом;

3) трьома швейними цехами, у яких розміщені 10 потоків, і у кожному потоці здійснюється повний цикл виробництва: від запуску крою до прасування готового виробу, маркування та комплектування;

4) механічний цех;

5) допоміжні служби.

Технологічне обладнання підприємства наступне:

1) система САПР та розкрійний комплекс фірми «INVESTRONIKA»;

2) дублюючі установки фірми «KANNEGIESSER»;

3) швейне обладнання фірми «PFAFF», «DURKOPP ADLER AG», «STROBEL»;

4) прасувальне обладнання фірми «VEIT» та «ROTONDI» [44].

З метою аналізу фінансових результатів діяльності підприємства побудуємо таблицю 2.1. З таблиці бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зріс у 2016-2018 рр., проте у 2019 р. його величина зменшилась.

Величина валового прибутку підприємства мала подібну динаміку, проте собівартість реалізованої продукції зростала щороку. Інші операційні доходи підприємства зростали у 2016-2018 рр., проте у 2019 р. їх величина зменшилась. Адміністративні витрати зросли у 2016-2018 рр., витрати на збут – у 2017-2019 рр., а інші операційні витрати – у 2017-2018 рр.

Фінансовий результат від операційної діяльності мав від'ємне значення у 2015 р., що свідчить про збиткову діяльність підприємства. Позитивним є отримання додатного значення у 2016-2019 рр.

Таблиця 2.1 – Динаміка фінансових результатів господарської діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., тис. грн

Показники	Роки					Відхилення							
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	абсолютне				темп приросту, %			
						2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	16459	20859	34870	56564	55861	4400	14011	21694	-703	26,7	67,2	62,2	-1,2
Собівартість реалізованої продукції	14775	17994	18591	43627	46016	3219	597	25036	2389	21,8	3,3	134,7	5,5
Валовий прибуток	1684	2865	6279	12937	9845	1181	3414	6658	-3092	70,1	119,2	106,0	-23,9
Інші операційні доходи	481	877	1684	3368	1172	396	807	1684	-2196	82,3	92,0	100,0	-65,2
Адміністративні витрати	2089	2293	3927	8675	7222	204	1634	4748	-1453	9,8	71,3	120,9	-16,7
Витрати на збут	60	59	142	534	942	-1	83	392	408	-1,7	140,7	276,1	76,4
Інші операційні витрати	1424	1291	2431	4080	2309	-133	1140	1649	-1771	-9,3	88,3	67,8	-43,4
Фінансовий результат від операційної діяльності	-1408	99	1463	3016	544	1507	1364	1553	-2472	-107,0	1377,8	106,2	-82,0
Інші фінансові доходи	2	1	1	0	0	-1	0	-1	0	-50,0	0,0	-100,0	-
Фінансові витрати	107	89	7	7	0	-18	-82	0	-7	-16,8	-92,1	0,0	-100,0
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	-1513	11	1457	3009	544	1524	1446	1552	-2465	-100,7	13145,5	106,5	-81,9
Витрати (дохід) з податку на прибуток	10	0	368	603	222	-10	368	235	-381	-100,0	100,0	63,9	-63,2
Чистий фінансовий результат	-1523	11	1089	2406	322	1534	1078	1317	-2084	-100,7	9800,0	120,9	-86,6

Джерело: складено автором на основі розрахунків

В результаті підприємство отримало чистий прибуток у 2016-2019 рр. (рис. 2.1).

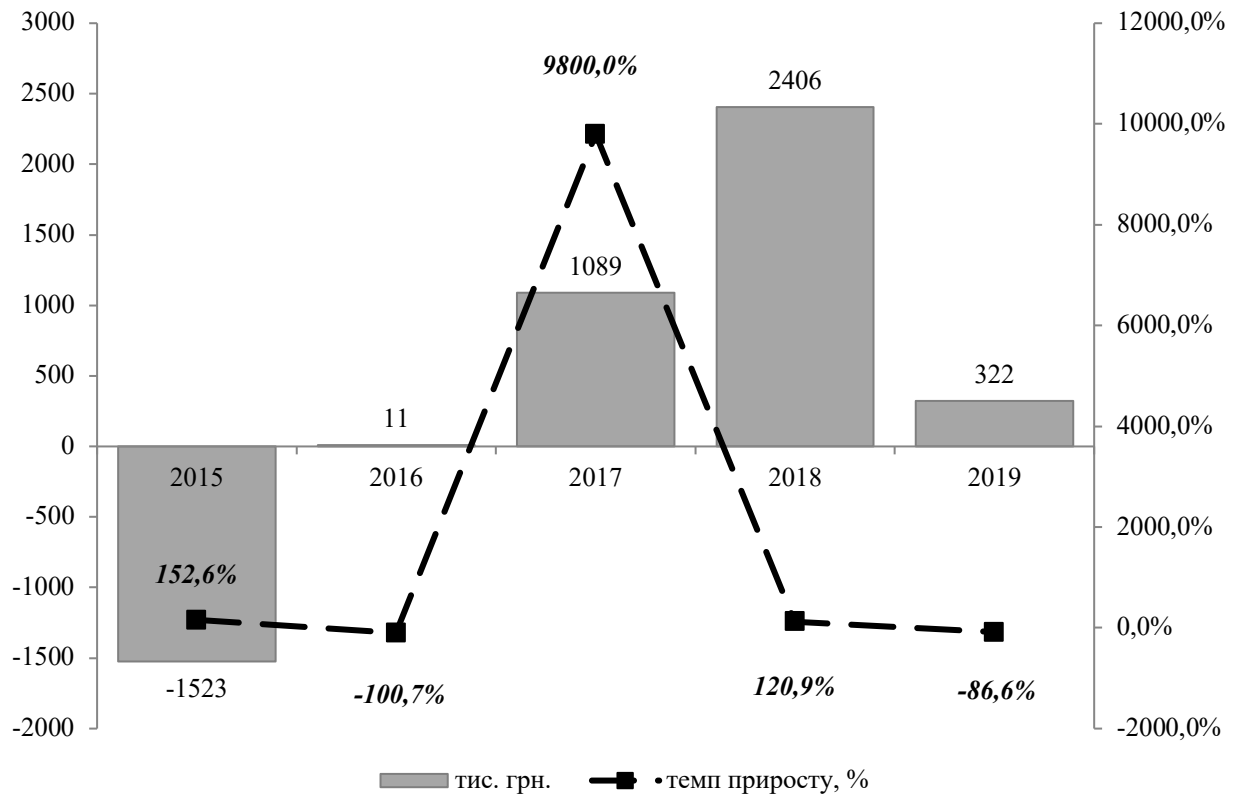


Рисунок 2.1 – Динаміка чистого прибутку ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Досліджуючи майновий стан підприємства, побудуємо таблицю 2.2.

За результатами проведеного дослідження бачимо, що загальна величина активів підприємства зросла у 2016-2019 рр. за рахунок збільшення вартості необоротних активів (у 2016 та 2018-2019 рр.) та оборотних активів (у 2017-2019 р.).

Таблиця 2.2 – Аналіз активів ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., тис. грн

Показники	Роки					Відхилення							
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	абсолютне				темп приросту, %			
						2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
<b>АКТИВИ</b>	<b>9005</b>	<b>8026</b>	<b>9752</b>	<b>12393</b>	<b>16995</b>	-979	1726	2641	4602	-10,9	21,5	27,1	37,1
<b>1. Необоротні активи</b>	<b>3318</b>	<b>6263</b>	<b>5758</b>	<b>5976</b>	<b>6371</b>	2945	-505	218	395	88,8	-8,1	3,8	6,6
Основні засоби	3294	6251	5758	5976	6371	2957	-493	218	395	89,8	-7,9	3,8	6,6
Інші фінансові інвестиції	24	12	0	0	0	-12	-12	0	0	-50,0	-100,0	-	-
<b>2. Оборотні активи</b>	<b>5687</b>	<b>1763</b>	<b>3994</b>	<b>6417</b>	<b>10624</b>	-3924	2231	2423	4207	-69,0	126,5	60,7	65,6
Запаси	183	615	747	1045	1196	432	132	298	151	236,1	21,5	39,9	14,4
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	849	0	1101	1664	5051	-849	1101	563	3387	-100,0	100,0	51,1	203,5
Дебіторська заборгованість за розрахунками:													
з бюджетом	217	412	328	462	477	195	-84	134	15	89,9	-20,4	40,9	3,2
Інша поточна дебіторська заборгованість	4437	291	293	513	3785	-4146	2	220	3272	-93,4	0,7	75,1	637,8
Гроші та їх еквіваленти	1	445	1525	2733	115	444	1080	1208	-2618	44400,0	242,7	79,2	-95,8

Джерело: складено автором на основі розрахунків

В структурі активів підприємства найбільша частка припадала на оборотні активи (у 2015 та 2018 рр.) та необоротні активи (у 2016-2017 та 2019 рр.) (рис. 2.2).

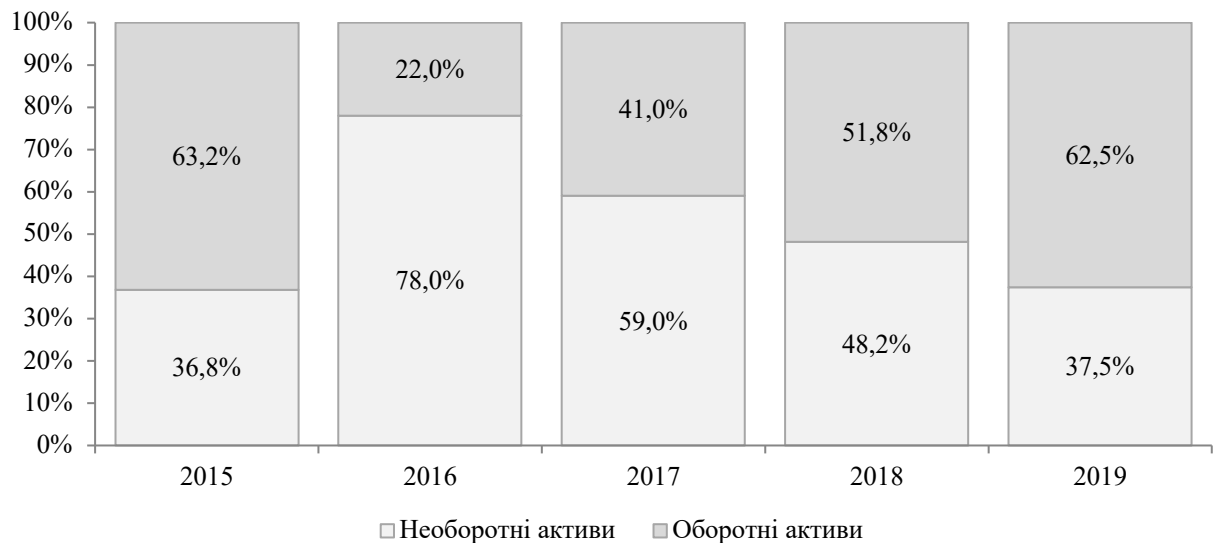


Рисунок 2.2 – Структура активів ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., %

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Величину та динаміку пасивів підприємства проаналізовано в табл. 2.3.

Тобто, величина пасивів підприємства зменшилась у 2016 р. через зменшення величини поточних зобов'язань та забезпечення. Зростання величини пасивів зумовлено:

- у 2017 та 2019 рр. – за рахунок збільшення величини усіх складових;
- у 2018 р. – через збільшення власного капіталу та довгострокових зобов'язань та забезпечень.

Таблиця 2.3 – Аналіз пасивів ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., тис. грн

Показники	Роки					Відхилення							
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	абсолютне				темп приросту, %			
						2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
<b>ПАСИВИ</b>	<b>9005</b>	<b>8026</b>	<b>9752</b>	<b>12393</b>	<b>16995</b>	-979	1726	2641	4602	-10,9	21,5	27,1	37,1
<b>1. Власний капітал</b>	<b>2404</b>	<b>5575</b>	<b>6662</b>	<b>9068</b>	<b>9390</b>	3171	1087	2406	322	131,9	19,5	36,1	3,6
Зареєстрований (пайовий) капітал	3152	3152	3152	3152	3152	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Капітал у дооцінках	0	3160	3158	3158	3158	3160	-2	0	0	100,0	-0,1	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-748	-737	352	2758	3080	11	1089	2406	322	-1,5	-147,8	683,5	11,7
<b>2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>	<b>387</b>	<b>449</b>	<b>551</b>	<b>1178</b>	<b>1531</b>	62	102	627	353	16,0	22,7	113,8	30,0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	387	449	551	1178	1531	62	102	627	353	16,0	22,7	113,8	30,0
<b>3. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>	<b>6214</b>	<b>2002</b>	<b>2539</b>	<b>2147</b>	<b>6074</b>	-4212	537	-392	3927	-67,8	26,8	-15,4	182,9
Короткострокові кредити банків	1000	0	0	0	3000	-1000	0	0	3000	-100,0	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість:													
за товари, роботи, послуги	132	440	326	258	808	308	-114	-68	550	233,3	-25,9	-20,9	213,2
за розрахунками з бюджетом	51	133	267	264	252	82	134	-3	-12	160,8	100,8	-1,1	-4,5
за розрахунками зі страхування	209	412	636	319	394	203	224	-317	75	97,1	54,4	-49,8	23,5
за розрахунками з оплати праці	400	834	1228	1266	1583	434	394	38	317	108,5	47,2	3,1	25,0
за одержаними авансами	30	25	0	0	0	-5	-25	0	0	-16,7	-100,0	-	-
Інші поточні зобов'язання	4392	158	82	40	37	-4234	-76	-42	-3	-96,4	-48,1	-51,2	-7,5

Джерело: складено автором на основі розрахунків

В структурі пасивів найбільша частка належала поточним зобов'язанням і забезпеченням (у 2015 р.) та власному капіталу (у 2016-2019 рр.) (рис. 2.3).

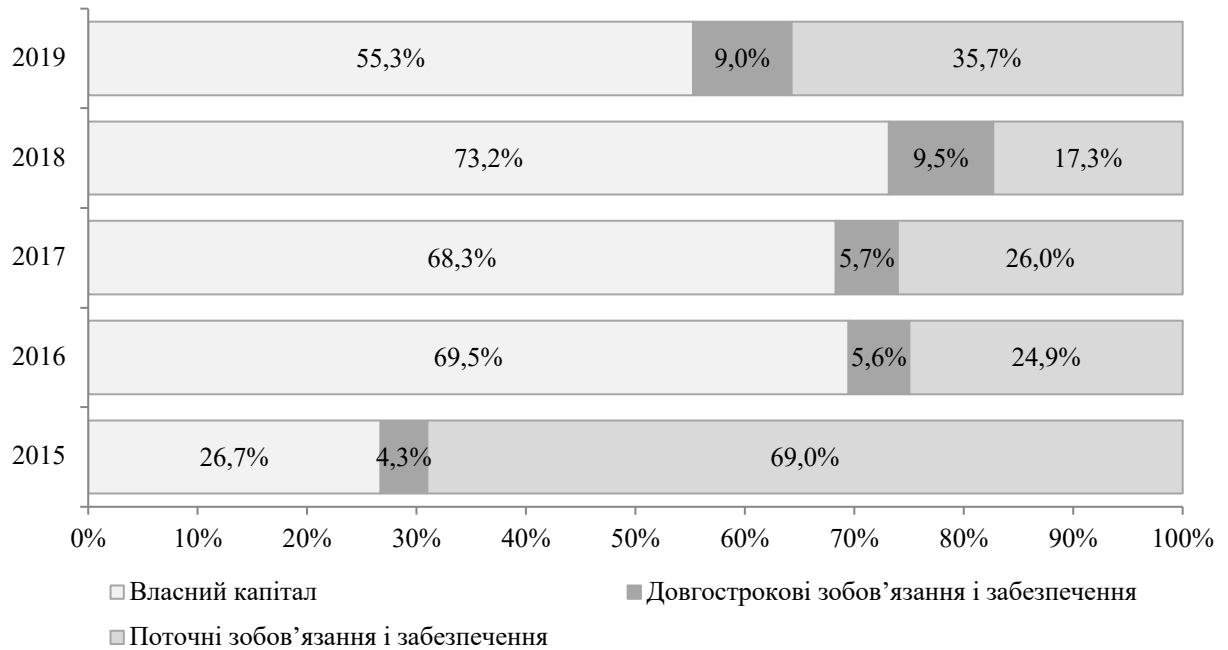


Рисунок 2.3 – Структура пасивів ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., %

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

З метою оцінки фінансового стану підприємства та ефективності управління його фінансовими ресурсами здійсимо аналіз ділової активності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр. (табл. 2.4).

За результатами проведеного аналізу варто відзначити збільшення у 2015-2018 рр. величини коефіцієнту оборотності активів, і це є свідченням збільшення швидкості обігу сукупного капіталу та зростання кількості повних виробничих циклів. Зростання величини коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості у 2015-2018 рр. свідчить про пришвидшення сплати підприємством його кредиторської заборгованості, а зниження у 2019 рр. є свідченням збільшення покупок продукції (товарів, робіт та послуг) в кредит.

Таблиця 2.4 – Аналіз ділової активності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт оборотності активів	1,64	2,45	3,92	5,11	3,80	0,81	1,47	1,19	-1,31
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	14,76	15,65	16,21	24,79	21,72	0,89	0,56	8,58	-3,07
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	3,09	6,72	28,76	25,94	9,35	3,63	22,04	-2,82	-16,59
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	118,04	54,30	12,69	14,07	39,05	-63,74	-41,61	1,38	24,98
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	24,73	23,33	22,51	14,73	16,81	-1,4	-0,82	-7,78	2,08
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	2955,00	86,10	27,30	48,69	41,07	-2868,9	-58,8	21,39	-7,62
Коефіцієнт оборотності основних засобів	1,24	0,42	0,40	0,65	0,63	-0,82	-0,02	0,25	-0,02
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	5,20	5,23	5,70	7,19	6,05	0,03	0,47	1,49	-1,14

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Зменшення показника у 2019 р. говорить про те, що сукупний капітал підприємства використовуються менш ефективно, що негативно впливає на кількість виготовленої продукції та величину прибутку підприємства.

Величина коефіцієнта оборотності основних засобів підприємства зменшилась в 2016-2017 та 2019 рр., адже зменшилась ефективність використання підприємством наявних основних засобів. Також зменшилась у 2019 р. величина коефіцієнта оборотності власного капіталу підприємства, отже, можна зробити висновок, що власний капітал підприємством використовується недостатньо ефективно.

Далі проаналізуємо показники рентабельності підприємства (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Аналіз рентабельності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт рентабельності продукції	-10,31	0,06	5,86	5,51	0,70	10,37	5,8	-0,35	-4,81
Коефіцієнт рентабельності активів	-15,13	0,13	12,25	21,73	2,19	15,26	12,12	9,48	-19,54
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-9,25	0,05	3,12	4,25	0,58	9,3	3,07	1,13	-3,67
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-48,11	0,28	17,80	30,59	3,49	48,39	17,52	12,79	-27,1

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Виходить, що коефіцієнт рентабельності продукції зменшився у 2018-2019 рр., тому можна стверджувати, що знизилась ефективність збутової діяльності досліджуваного підприємства. Величина коефіцієнта рентабельності активів зменшилась у 2019 р., що свідчить про зниження віддачі активів, що використовуються підприємством в процесі виробничої діяльності. В той же період коефіцієнт рентабельності діяльності підприємства мав негативну тенденцію у 2019 р., при цьому також відзначено, що величина коефіцієнту рентабельності власного капіталу підприємства зменшилась у 2019 р., що

негативним чином характеризує ефективність використання капіталу, який був інвестований (вкладений).

В таблиці 2.6 наведемо результати ліквідності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

Таблиця 2.6 – Аналіз ліквідності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,00	0,22	0,60	1,27	0,02	0,22	0,38	0,67	-1,25
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,89	0,57	1,28	2,50	1,55	-0,32	0,71	1,22	-0,95
Коефіцієнт покриття	0,92	0,88	1,57	2,99	1,75	-0,04	0,69	1,42	-1,24
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	-527	-239	1455	4270	4550	288	1694	2815	280

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

За результатами аналізу відзначимо зменшення коефіцієнту абсолютної ліквідності підприємства у 2019 р., що є свідченням зменшення здатності підприємства погашати свої зобов'язання наявними грошовими коштами відразу. Зменшення величини коефіцієнта швидкої ліквідності у 2016 та 2019 р. свідчить про те, що підприємство стало більш залежним від вчасної сплати своїми дебіторами фінансових зобов'язань. Також зазначимо, що величина коефіцієнт покриття у 2015 та 2019 р. зменшилася, що говорить про зниження здатності досліджуваного підприємства до забезпечення власних короткострокові зобов'язання за рахунок наявних оборотних коштів.

Величина чистого оборотного капіталу зросла у 2015-2019, адже зменшилась різниця між величиною оборотних активів та короткострокових зобов'язань підприємства.

В таблиці 2.7 проаналізуємо показники платоспроможності підприємства.

Таблиця 2.7 – Аналіз платоспроможності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	-0,09	-0,14	0,36	0,67	0,43	-0,05	0,5	0,31	-0,24
Коефіцієнт платоспроможності	0,27	0,69	0,68	0,73	0,55	0,42	-0,01	0,05	-0,18
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,22	-0,04	0,22	0,47	0,48	0,18	0,26	0,25	0,01
Коефіцієнт фінансування	2,75	0,44	0,46	0,37	0,81	-2,31	0,02	-0,09	0,44

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Оскільки величина коефіцієнта забезпечення власними оборотними засобами у 2017-2019 рр. більша мінімального порогового значення (0,1), ми зробили висновок, що наявна структура співвідношення величини власних оборотних коштів підприємства до усієї величини його оборотних коштів задовільна.

Коефіцієнт платоспроможності підприємства більший порогового значення (0,5) у 2016-2019 рр., а у 2016 та 2018 рр. відбулось зростання фінансової спроможності досліджуваного підприємства відразу погашати наявну короткотермінову кредиторську заборгованість за рахунок наявних коштів.

Величина коефіцієнта маневреності власного капіталу підприємства у 2017-2019 рр. була більшою порогової величини (0), що є свідченням спроможності підприємства до підтримки рівня власного оборотного капіталу та поповнення оборотних коштів власними джерелами при виникненні такої потреби.

Динаміка коефіцієнту фінансування у 2019 р. демонструє збільшення залежності досліджуваного підприємства від залучених фінансових ресурсів.

Таким чином, можна стверджувати, що фінансовий стан досліджуваної компанії був нестійким у 2015-2016 р., що викликано його збитковою діяльністю та неефективним управлінням фінансовими ресурсами. Проте у

2017-2019 рр. спостерігається залежність підприємства від залучених фінансових коштів та демонструється недостатньо ефективна система управління фінансовою системою підприємства.

## 2.2. Товарно-географічна структура експортно-імпортних операцій підприємства

ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» здійснює зовнішньоекономічну діяльність, експортуючи власну продукцію за кордон. Зазначимо, що величина експорту підприємства зменшилась у 2019 р. (рис. 2.4).

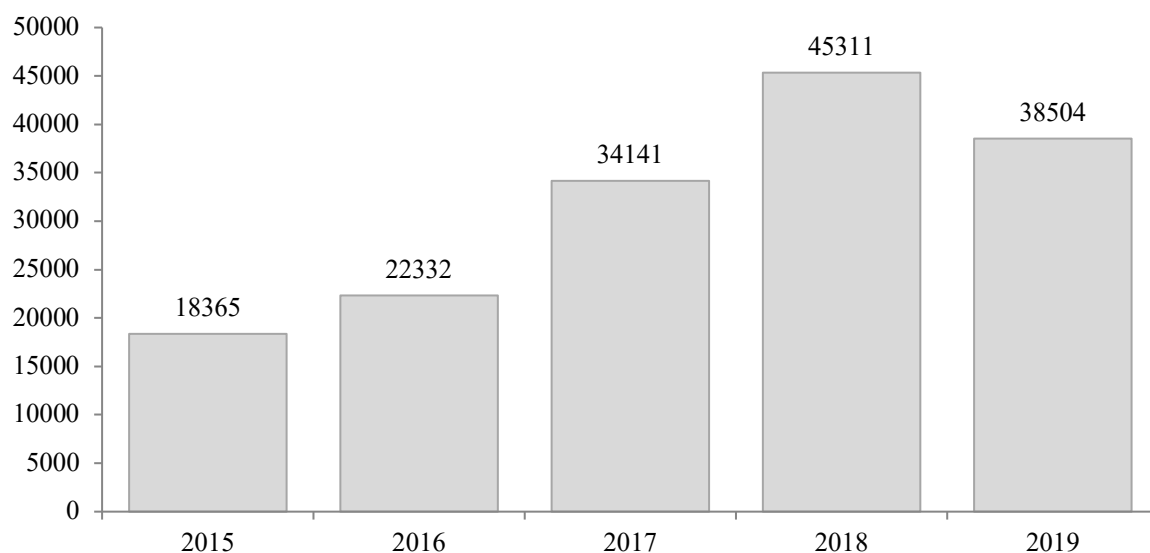


Рисунок 2.4 – Величина експорту продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., тис. грн

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Варто відзначити, що найбільший темп зростання експорту продукції спостерігався у 2017 р., тоді як у 2019 р. величина експорту зменшилась через загальне зниження обсягу виробництва та реалізації продукції (рис. 2.5).

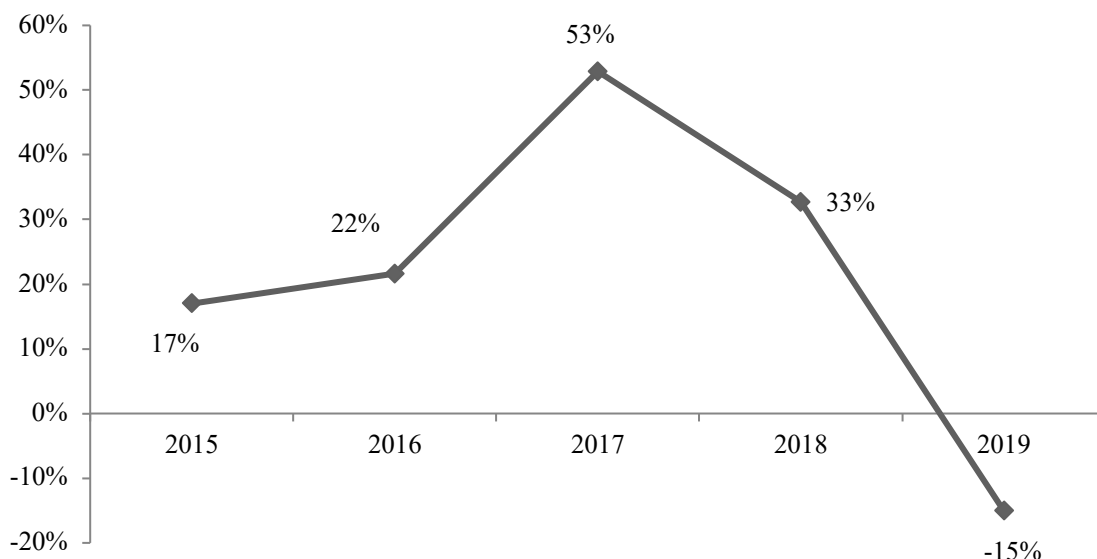


Рисунок 2.4 – Динаміка експорту продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., %

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Перш ніж проаналізувати ефективність міжнародної торгівлі ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка», дослідимо структуру товарів, експортованих підприємством, в залежності від виду продукції.

В таблиці 2.8 наведено обсяг та структура товарів, експортованих підприємством, в розрізі їх видів.

Таблиця 2.8 – Структура експортованої продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки				
	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019
<i>Величина експорту, тис. грн.</i>					
Жіночий верхній одяг	7162	8933	14339	19484	17327
Жіночі сукні та спідниці	5142	6476	9901	13593	11936
Жіночі брюки	2020	1563	2048	2266	1540
Чоловічий одяг	4041	5360	7853	9968	7701
РАЗОМ	18365	22332	34141	45311	38504
<i>Структура експорту, %</i>					
Жіночий верхній одяг	39	40	42	43	45
Жіночі сукні та спідниці	28	29	29	30	31
Жіночі брюки	11	7	6	5	4
Чоловічий одяг	22	24	23	22	20
РАЗОМ	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Динаміку обсягу та структури експортованої продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр. наведено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Динаміка обсягів та частки експортованої продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки			
	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018
<i>Величина експорту, тис. грн.</i>				
Жіночий верхній одяг	1771	5406	5145	-2157
Жіночі сукні та спідниці	1334	3425	3692	-1657
Жіночі брюки	-457	485	218	-726
Чоловічий одяг	1319	2493	2115	-2267
РАЗОМ	3967	11809	11170	-6807
<i>Структура експорту, %</i>				
Жіночий верхній одяг	1	2	1	2
Жіночі сукні та спідниці	1	0	1	1
Жіночі брюки	-4	-1	-1	-1
Чоловічий одяг	2	-1	-1	-2

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Зазначимо, що найбільшу частку в експорті займає жіночий верхній одяг (рис. 2.12).

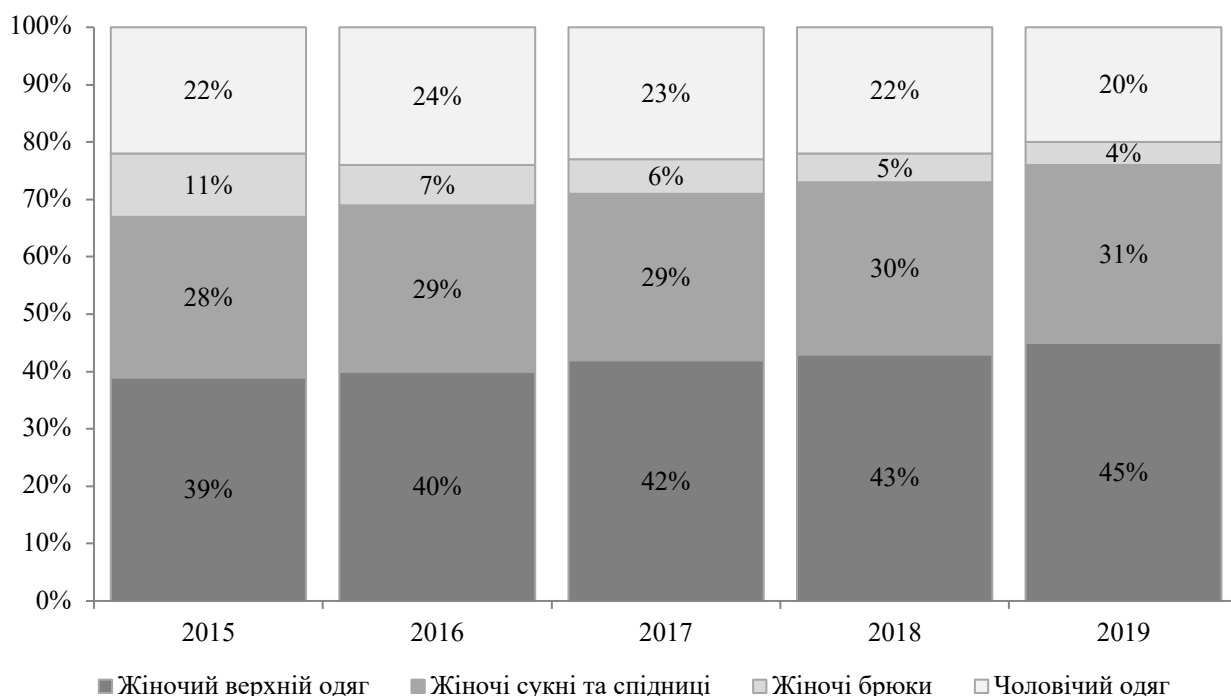


Рисунок 2.12 – Структура експорту ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., %

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Як бачимо, у 2019 р. зросла частка експорту жіночого верхнього одягу, а також жіночих суконь та спідниць. Таким чином, підприємство здійснює міжнародну торгівлю власною продукцією та отримує відповідні прибутки.

Проаналізуємо, які країни є основними споживачами продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка», а також розглянемо обсяг експорту до цих країн в розрізі товарної структури (табл. 2.10) та його структуру (табл. 2.11).

З даних таблиці 2.10 можна побачити, що найбільше продукції експортувалось до Франції. У 2015 р. та 2017-2019 рр. найменше продукції експортувалось до Італії, а у 2016 р. – до Великобританії (рис. 2.13).

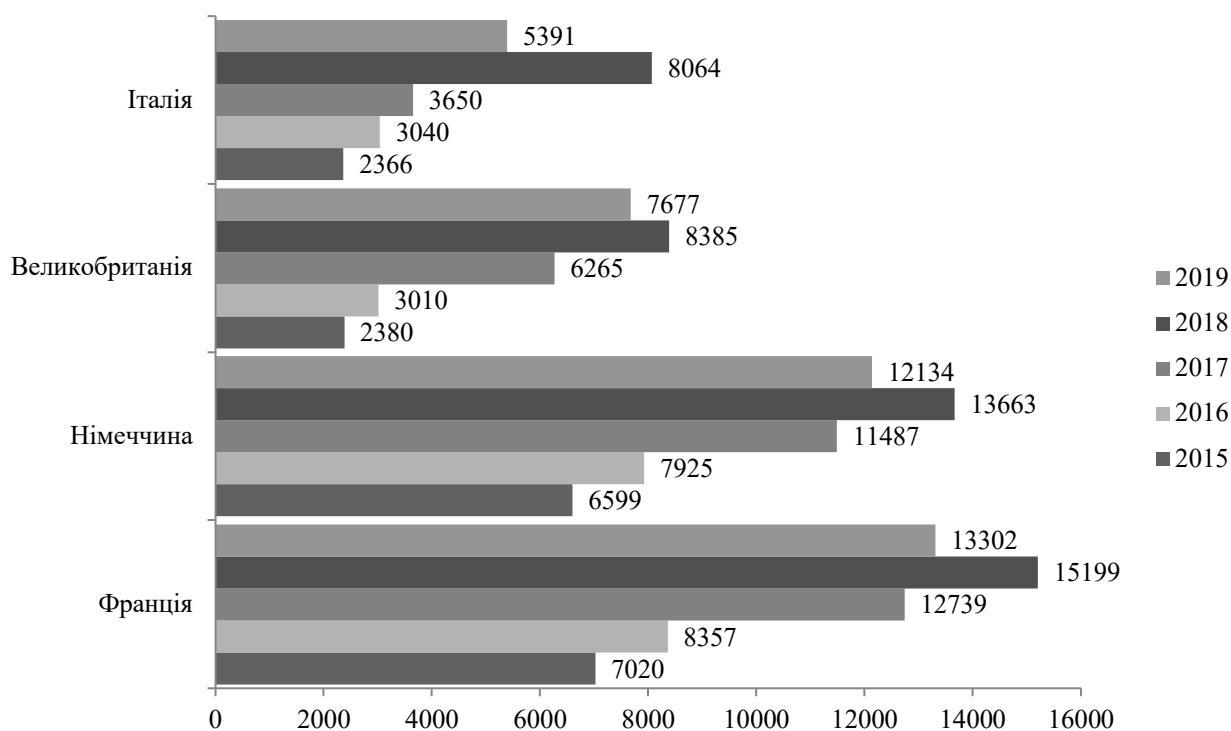


Рисунок 2.13. – Динаміка обсягів та частки експортованої продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., тис. грн

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Така тенденція обумовлена значною кількістю виробників одягу у самій Франції, а також великою кількістю франшиз на пошиття одягу в інших країнах світу.

Таблиця 2.10 – Величина експорту ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., тис. грн

Країни	Роки																								
	31.12.2015					31.12.2016					31.12.2017					31.12.2018					31.12.2019				
	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ
Франція	2867	1936	741	1476	7020	3048	2829	484	1996	8357	4519	4502	714	3004	12739	6774	4426	558	3441	15199	6032	4012	597	2661	13302
Німеччина	2529	1896	722	1452	6599	3055	2596	396	1878	7925	4098	4001	676	2712	11487	5639	4310	502	3212	13663	5419	3856	441	2418	12134
Велико-британія	889	621	301	569	2380	1412	529	352	717	3010	3811	816	426	1212	6265	3227	3096	451	1611	8385	3884	2281	290	1222	7677
Італія	877	689	256	544	2366	1418	522	331	769	3040	1911	582	232	925	3650	3844	1761	755	1704	8064	1992	1787	212	1400	5391
Разом	7162	5142	2020	4041	18365	8933	6476	1563	5360	22332	14339	9901	2048	7853	34141	19484	13593	2266	9968	45311	17327	11936	1540	7701	38504

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Таблиця 2.11– Географічна структура експорту ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., %

Країни	Роки																								
	31.12.2015					31.12.2016					31.12.2017					31.12.2018					31.12.2019				
	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ	Жіночий верхній одяг	Жіночі сукні та спідниці	Жіночі брюки	Чоловічий одяг	РАЗОМ
Франція	40,1	37,7	36,7	36,5	38,2	4,1	43,6	31	37,2	37,4	31,5	45,5	34,9	38,3	37,3	34,8	32,6	24,6	34,5	33,5	34,8	33,6	38,8	34,6	34,5
Німеччина	35,3	36,9	35,7	35,9	35,9	34,2	40,1	25,3	35,1	35,5	28,6	40,4	33	34,5	33,6	28,9	31,7	22,2	32,2	30,2	31,3	32,3	28,6	31,4	31,5
Велико-британія	12,4	12,1	14,9	14,1	13	15,8	8,2	22,5	13,4	13,5	26,6	8,2	20,8	15,4	18,4	16,6	22,8	19,9	16,2	18,5	22,4	19,1	18,8	15,9	19,9
Італія	12,2	13,3	12,7	13,5	12,9	15,9	8,1	21,2	14,3	13,6	13,3	5,9	11,3	11,8	10,7	19,7	12,9	33,3	17,1	17,8	11,5	15	13,8	18,1	14,1

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Дані таблиці 2.11 свідчать про наступне: найбільша частка експорту протягом досліджуваного періоду припадала на Францію (рис. 2.14).

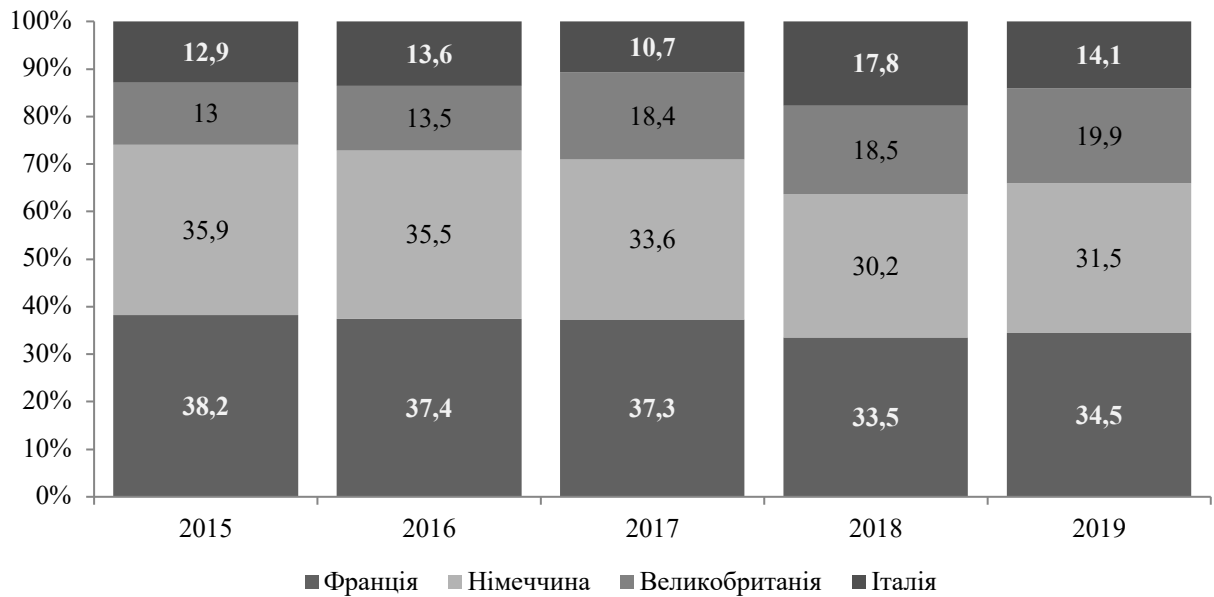


Рисунок 2.14. Географічна структура експорту продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., %

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Варто зазначити, що на внутрішньому ринку підприємство реалізує значно менший обсяг продукції, аніж направляє на експорт (рис. 2.15).

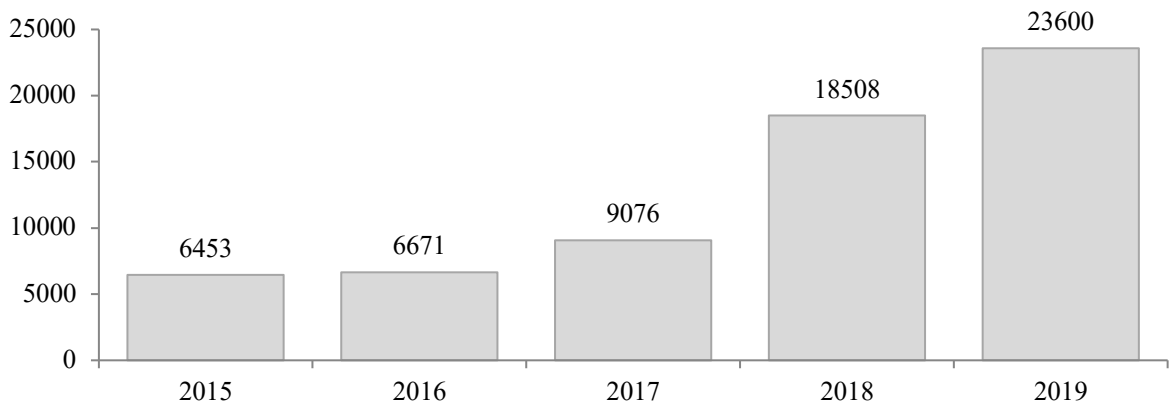


Рисунок 2.14. Обсяг реалізації продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на внутрішньому ринку у 2015-2019 рр., тис. грн

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Таким чином, варто відзначити переважно експортоорієнтовану діяльність досліджуваного підприємства, проте протягом досліджуваного періоду зростають обсяги реалізації продукції на українському ринку.

### 2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

З метою аналізу ефективності зовнішньоекономічних операцій ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» побудуємо таблицю 2.10.

Як бачимо, обсяг експорту зменшився у 2019 р., також зменшився чистий дохід від експорту, чистий експортний прибуток та рентабельність експорту (рис. 2.15, 2.16).

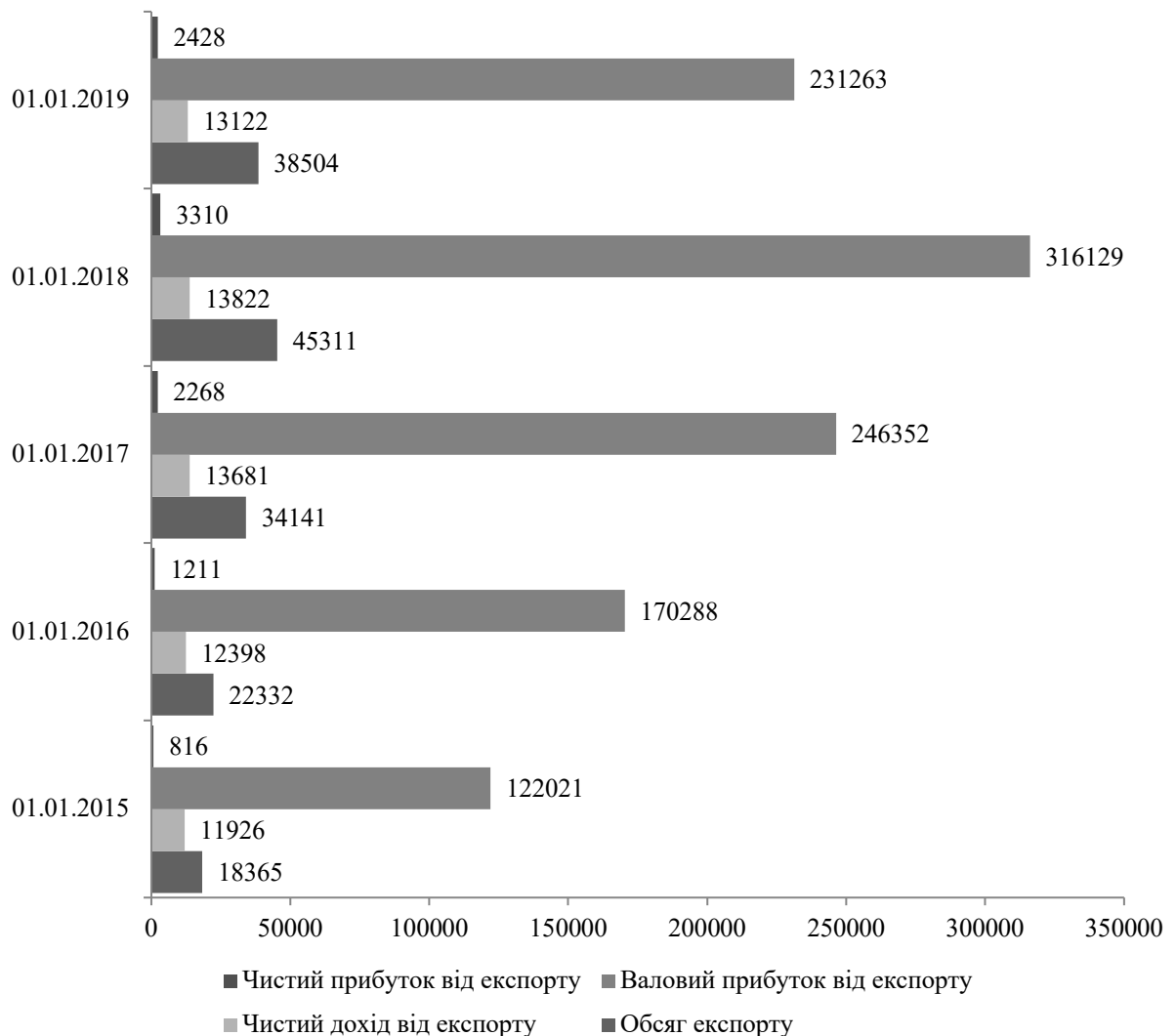


Рисунок 2.15. – Показники прибутку від експорту продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на внутрішньому ринку у 2015-2019 рр., тис. грн

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Таблиця 2.10 – Показники ефективності міжнародної торгівлі ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр., тис. грн.

Показники	Роки					Відхилення							
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	абсолютне				темп приросту, %			
						2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Обсяг експорту	18365	22332	34141	45311	38504	3967	11809	11170	-6807	21,6	52,9	32,7	-15,0
Чистий дохід від експорту	11926	12398	13681	13822	13122	472	1283	141	-700	4,0	10,3	1,0	-5,1
Валовий прибуток від експорту	122021	170288	246352	316129	231263	48267	76065	69777	-84866	39,6	44,7	28,3	-26,8
Чистий прибуток від експорту	816	1211	2268	3310	2428	395	1057	1042	-882	48,4	87,3	45,9	-26,6
Рентабельність експорту	4,44	5,42	6,64	7,31	6,31	0,98	1,22	0,66	-1,00	x	x	x	x

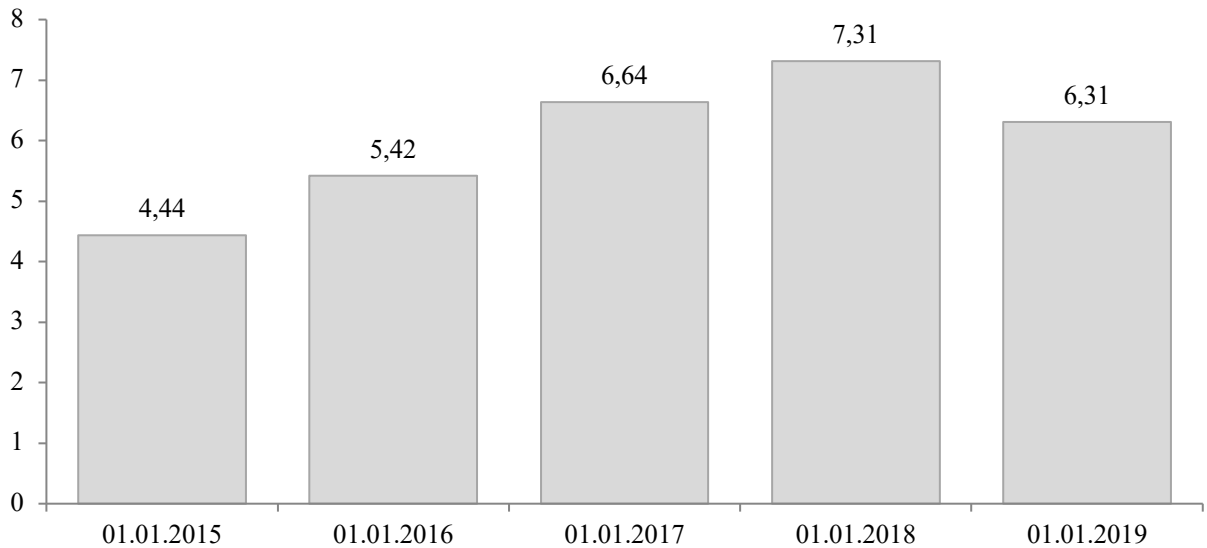


Рисунок. 2.16. – Рентабельність експорту продукції ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на внутрішньому ринку у 2015-2019 рр., тис. грн

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Також варто зазначити, що зростання чистого прибутку підприємства у 2016-2019 рр. було обумовлено саме зростанням прибутку від експорту, адже вартість продукції, реалізованої на внутрішньому ринку, значно нижча, а ніж експорт цієї продукції, тому спостерігаються значні відмінності у загальній ефективності підприємства та ефективності його експортної діяльності, розрахованої окремо від загальних показників діяльності підприємства.

Як свідчать дані таблиці 2.11, загальна вартість укладених контрактів на експорт продукції зменшилася у 2019 р. Зростання кількості поставленої продукції спостерігалось у 2016-2018 рр. Відповідно, відсоток виконання контрактів зріс у 2017 р., проте негативним моментом є його зменшення у 2018 р.

Таблиця 2.11– Показники виконання контрактів ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення							
						абс.				відн., %			
	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Загальна вартість укладених контрактів на поставку продукції, тис. грн.	18918	22976	34741	46998	40120	4058	11765	12257	-6878	21,5	51,2	35,3	-14,6
Поставлено продукції, тис. грн.	18365	22332	34141	45311	38504	3967	11809	11170	-6807	21,6	52,9	32,7	-15,0
Відсоток виконання, %	97,08	97,20	98,27	96,41	95,97	0	1	-2	0	0,1	1,1	-1,9	-0,5
Кількість укладених контрактів, од.	84	91	97	92	84	7	6	-5	-8	8,3	6,6	-5,2	-8,7
Кількість виконаних контрактів, од.	82	88	95	89	81	7	7	-7	-8	8,5	7,8	-7,0	-9,1

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

Зазначимо, що основними причинами невиконання частини контрактів стало:

- інфляція та знецінення гривні;
- політична нестабільність в країні;
- стрімке зростання цін на сировину та матеріали, що зумовило зростання вартості продукції та необхідність коригування цін на поставку (експорт).

Найменша питома вага прострочених контрактів припала на 2017 рік, а найбільша - на 2018 рік (рис. 2.14).

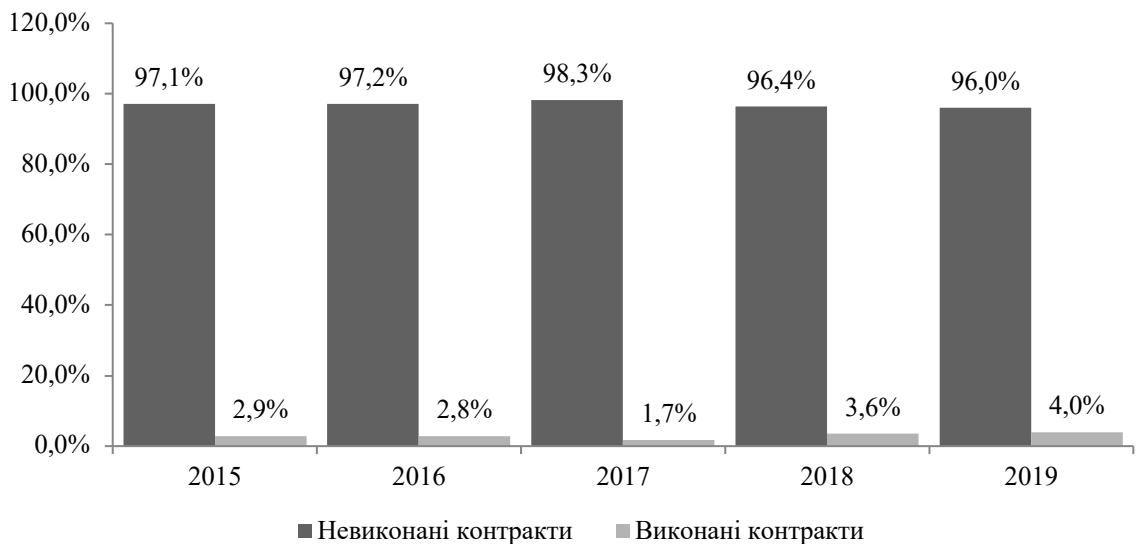


Рисунок 2.14. – Показники виконання контрактів ЗЕД ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2015-2019 рр.

*Джерело: складено автором на основі розрахунків*

За результатами проведеного аналізу варто зазначити, що негативний вплив на ефективність експортної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» був зумовлений наступними факторами:

- 1) складна політична ситуація, яка негативно вплинула на договірні відносини підприємства з основними замовниками, а також викликала певні труднощі щодо перетину митної території;

2) погіршення економічної ситуації в країні, погіршення платіжних можливостей підприємства, його збиткова діяльність та нестійкий фінансовий стан;

3) російсько-українська криза;

4) зростання цін на сировину та матеріали, паливо та енергоносії, що викликало зростання вартості експортованої продукції та необхідність коригування вартості контрактів, що зумовило погіршення показників виконання контрактів.

Також варто навести SWOT-аналіз досліджуваного підприємства (табл. 2.12).

Таблиця 2.12 – SWOT-аналіз ЗЕД ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка»

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
1. Висока якість. 2. Середні ціни. 3. Дотримання європейських вимог до виробництва. 4. Використання екологічної сировини.	1. Недостатні витрати на маркетинг та рекламу. 2. Невисока частка ринку. 3. Відсутність бренду. 4. Недостатня кількість кваліфікованого персоналу.
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
1. Розширення асортименту. 2. Створення власного бренду. 3. Вихід на нові ринки збуту. 4. Порівняно нижчі ціни на європейському ринку збуту. 5. Розширення ринків ЄС для збуту. 6. Зростання прихильності за кордоном до українського одягу.	1. Зростання конкуренції з боку зарубіжних компаній. 2. Зростання вартості сировини та матеріалів. 3. Нестабільний курс національної грошової одиниці. 4. Продовження поширення COVID-19 та зменшення можливостей для експорту.

*Джерело: складено автором*

Отже, бачимо, що підприємство повинне використати наявні можливості та вийти на нові ринки збуту. Таким чином, отримані результати свідчать про необхідність розробки заходів для покращання експортної діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» та підвищення їх ефективності.

## 2.4. Кореляційно-регресійний аналіз чистого доходу від експорту

Кореляційно-регресійний аналіз є класичним методом імовірнісного моделювання, який вивчає взаємозв'язки показників господарської діяльності підприємства, коли залежність між ними не є строго функціональної або спотворена впливом сторонніх, випадкових факторів. В результаті здійснюється пошук і оцінка тісноти зв'язку між двома випадковими ознаками або факторами (кореляційний аналіз), а в подальшому встановлюється конкретний вид залежності між досліджуваними параметрами (регресійний аналіз)

Чим ближче коефіцієнт кореляції за абсолютною величиною до одиниці, тим тісніше зв'язок між зіставляється параметрами. У загальному випадку, при,  $r > 0,75$  можна говорити про наявність досить тісного зв'язку, що дає можливість побудови адекватних кореляційно-регресійних моделей для цілей прогнозування

Припустимо, що зв'язок між результативною і факторними ознаками описується лінійним рівнянням регресії:

$$y = a_{00} + a_{01} x_{10} + a_{02} x_{20} + a_{03} x_{30} + a_{04} x_{40}, \quad (2.1)$$

де  $y$  – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції на експорт (тис. грн),

$x_{10}$  – адміністративні витрати (тис.

грн),

$x_{20}$  – витрати на збут (тис. грн),

$x_{30}$  – інші операційні витрати (тис.

грн),

$x_{40}$  – фінансові витрати (тис. грн),

$a_{00}$  – вільний член рівняння регресії,

$a_{0i}$  – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний

вплив на результуючий показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру ( $i = 1,4$ ).

Вхідні дані для проведення кореляційно-регресійного аналізу представлено у таблиці 2.13

Таблиця 2.13 – Основні фінансові показники діяльності підприємства за 2010 - 2019 рр.

Рік	Чистий дохід від експорту	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати	Фінансові витрати
2010	7300	630	11	280	0
2011	8000	800	10	342	0
2012	8900	1054	35	780	0
2013	10900	1223	24	800	5
2014	11560	1112	21	864	90
2015	11926	1462	43	1032	80
2016	12398	1376	35	767	45
2017	13681	1571	56	954	0
2018	13822	2603	130	997	0
2019	13122	1806	221	542	0

*Джерело: складено автором*

З метою виявлення основних факторів, що впливають на чистий прибуток діяльності підприємства, потрібно провести кореляційний аналіз окремих фінансових показників діяльності підприємства. Для його проведення використано MS Excel (надбудова «Аналіз даних/Кореляція»), результати представлено у таблиці 2.14

Таблиця 2.14 – Результати кореляційного аналізу прибутковості підприємства

Показник	Чистий дохід	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші опер. витрати	Фінансові витрати
Чистий дохід	1				
Адміністративні витрати	0,847828	1			
Витрати на збут	0,599576	0,719693	1		
Інші опер. витрати	0,729191	0,61211	0,088303	1	
Фінансові витрати	0,198717	-0,08222	-0,27083	0,431175	1

*Джерело: складено автором*

Оцінка тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками здійснювалась із використанням шкали Чеддока, характеристика представлена у таблиці 2.15.

Таблиця 2.15 – Характеристика тісноти зв'язку чистого доходу із факторними ознаками

Показник	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші опер. витрати	Фінансові витрати
Чистий дохід	тісний	ледве помітний	тісний	слабкий

*Джерело: складено автором*

За результатами кореляційного аналізу можна зробити висновок (табл. 3), що між чистим доходом і адміністративними витратами та іншими опер витратами спостерігається тісний зв'язок, між чистим доходом і фінансовими витратами слабкий зв'язок.

Результати кореляційного аналізу свідчать про те, що мультиколінеарність наявна ( $r_{ij} \neq 0, i \neq j$ ).

Для встановлення форми зв'язку між досліджуваними ознаками потрібно провести регресійний аналіз. Для його проведення використано MS Excel (надбудова «Аналіз даних/Регресія»), результати представлені у таблиці 2.16.

Таблиця 2.16 – Регресійна статистика

Регресійна статистика	
Множинний R	0,917613087
R-квадрат	0,842013777
Нормований R-квадрат	0,715624799
Стандартная похибка	1252,278062
Спостереження	10

*Джерело: складено автором*

Скорегований коефіцієнт детермінації  $R^2 = 0,917613087$  (таблиця 2.16), тобто зміна результативної ознаки на 91,76 % спричинена зміною факторних.

Таблиця 2.17 – Результати дисперсійного аналізу

Показник	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	4	41789919,18	10447479,79	6,66208232	0,030805
Залишок	5	7841001,723	1568200,345		
Всього	9	49630920,9			

*Джерело: складено автором*

Результати дисперсійного аналізу вказують на надійність отриманої моделі: за критерієм Фішера  $F = 6,662 > F_{табл} = 3,52$ , де  $F_{табл} = F(0,1; m; n - m - 1) = F(0,1; 4; 5)$ , тобто рівняння регресії (його коефіцієнти) значимі (на 90 %), вплив випадкових факторів відсутній.

За результатами регресійного аналізу (таблиця 2.18), оскільки для усіх показників Р-значення менше 0,5, то коефіцієнти можна вважати ненульовими, отже, факторні ознаки впливають на результативну.

Оцінка статистичної значимості параметрів регресії здійснюється за допомогою t-критерія (таблиця 2.6), при значеннях t-статистики, які менші  $t_{табл}(0,9; n - m - 1) = 2,015$ , природа формування параметрів  $a_i$  є випадковою, інакше, слід визнати статистичну значимість параметра. Отже, всі параметри - статистично значимі.

Рівняння множинної регресії має вигляд:

$$y = 5467,992 + 1,444582x_1 + 12,36058x_2 + 3,807528x_3 + 8,955568x_4. \quad (2.1)$$

Таблиця 2.18 – Результати регресійного аналізу

	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P-Значення	Нижні 95%	Верхні 95%	Нижні 90,0%	Верхні 90,0%
Y-перетин	5467,992	1295,679	4,220175	0,008326	2137,343	8798,64	2857,136	8078,847
Адміністративні витрати	1,444582	1,913661	2,754879	0,48434	-3,47464	6,363806	-2,41154	5,300703
Витрати на збут	12,36058	11,86561	2,091715	0,34527	-18,1409	42,8621	-11,5492	36,27035
Інші операційні витрати	3,807528	3,166331	2,202505	0,283002	-4,33179	11,94684	-2,57278	10,18784
Фінансові витрати	8,955568	14,81718	2,604404	0,47195	-29,1332	47,04434	-20,9018	38,8129

*Джерело: складено автором*

Отже, якщо адміністративні витрати зростуть на одиницю, то чистий дохід збільшиться на 1,44 од.; витрати на збут зростуть на одиницю, то чистий дохід збільшиться на 12,36 од.; при зростанні інших операційних витрат на одиницю, чистий дохід збільшиться на 3,807 од.; при зростанні фінансових витрат на одиницю, чистий дохід зменшиться на 8,955 од.

Для аналізу впливу зміни питомої ваги факторної ознаки на результуючу у припущенні, що вплив інших факторних ознак відсутній потрібно визначити коефіцієнти еластичності:

$$\varepsilon_{i2} = a_{i2} x_{i2}^{-1} y_2, \quad (2.2)$$

$$\text{Тоді } \varepsilon_{12} = 0.176, \varepsilon_{22} = 0.065, \varepsilon_{32} = 0.25, \varepsilon_{42} = 0.017. \quad (2.3)$$

Отже, якщо адміністративні витрати зростуть на 1 %, то чистий дохід збільшиться на 0,176 %; якщо витрати на збут зростуть на 1 %, то чистий дохід збільшиться на 0,065 %; якщо інші операційні витрати зростуть на 1 %, то чистий дохід збільшиться на 0,25 %; зростання фінансових витрат майже не вплине на зміну чистого доходу.

## Висновки до розділу 2

За результатами проведеного дослідження зроблено висновок, що ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» є одним із найбільших підприємств швейної галузі України, яке спеціалізується на виробництві жіночого й чоловічого, фірмового й робочого верхнього одягу. ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» спеціалізується на виробництві верхнього одягу, виконує замовлення інофірм з давальницької сировини, виготовляє продукцію на внутрішній ринок. За результатами проведеного аналізу зазначено, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зріс у 2016-2018 рр., проте

у 2019 р. його величина зменшилась. Величина валового прибутку підприємства мала подібну динаміку, проте собівартість реалізованої продукції зростала щороку. В результаті підприємство отримало чистий прибуток 2016-2019 рр. Фінансовий стан досліджуваної компанії був нестійким у 2015-2016 р., що викликано його збитковою діяльністю та неефективним управлінням фінансовими ресурсами. Проте у 2017-2019 рр. спостерігається залежність підприємства від залучених фінансових коштів та демонструється недостатньо ефективна система управління фінансовою системою підприємства.

Зроблено висновок, що найбільший темп зростання експорту продукції спостерігався у 2017 р., тоді як у 2019 р. величина експорту зменшилась через загальне зниження обсягу виробництва та реалізації продукції. Найбільшу частку в експорті займає жіночий верхній одяг. Найбільше продукції екпортувалось до Франції. У 2015 р. та 2017-2019 рр. найменше продукції екпортувалось до Італії, а у 2016 р. – до Великобританії. Така тенденція обумовлена значною кількістю виробників одягу у самій Франції, а також великою кількістю франшиз на пошиття одягу в інших країнах світу. За результатами дослідження було відзначено переважно експортоорієнтовану діяльність досліджуваного підприємства, проте протягом досліджуваного періоду зростають обсяги реалізації продукції на українському ринку.

Зроблено висновок, що зростання чистого прибутку підприємства у 2016-2019 рр. було обумовлено саме зростанням прибутку від експорту, адже вартість продукції, реалізованої на внутрішньому ринку, значно нижча, а ніж експорт цієї продукції, тому спостерігаються значні відмінності у загальній ефективності підприємства та ефективності його експортної діяльності, розрахованої окремо від загальних показників діяльності підприємства. Найменша питома вага прострочених контрактів припала на 2017 рік, а найбільша - на 2018 рік.



**РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ШВЕЙНА  
ФАБРИКА «ЗОРЯНКА»**

**3.1. Оптимізація географічної структури ЗЕД підприємства**

Перш ніж сформулювати напрями удосконалення географічної структури експорту досліджуваного підприємства, дослідимо, який саме ринок є найбільш привабливим. Для цього наведемо модель вибору серед наступних ринків: Німеччина, Австрія, Польща. Такий вибір обумовлено тим, що країни є членами ЄС (останніми роками експорт українських товарів до ЄС зростає, адже відкриваються нові можливості для українських виробників). Також в цих країнах останніми роками значно зріс попит саме на одяг українського виробництва. Також в країнах спостерігається значне зростання вартості виробництва одягу, обумовлене значними витратами на сировину й матеріали, а також робочу силу в країнах виробництва. Далі визначимо основні фактори, що впливають на вибір країни (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Основні фактори, що впливають на вибір країни

Фільтри	Фактори	Країни		
		Німеччина	Австрія	Польща
1	2	3	4	5
<i>1 «Визначення загального потенціалу ринку»</i>	фактори політичного сприяння	відсутність рамкового договору між Німеччиною та Україною	покращання зовнішньоторговельних відносин з Україною	стійкі зовнішньоторговельні відносини
	соціально-економічна ситуація	реcesія, покращання ситуації у 2019 р. не відбулось (у 2018 р. ВВП зменшився на 38,26%) [32]	повільне економічне зростання (зростання ВВП у 2018 р. – 7,60%) [1]	економічне зростання (у 2018 р. величина ВВП зросла на 4,29%) [39]
	географічне положення (віддаленість ринку)	1745 км	1644 км	1193 км

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4	5
<i>2 «Вивчення потенційних ринків»</i>	тенденції розвитку товарного ринку	зростання у 2017 р. на 3,57% величини валової доданої вартості [32]	зростання ВДВ склало 3,89% [3]	6,23% [39]
	культурне сприйняття продукту	позитивне, перехід населення на український одяг	позитивне, існують державні програми сприяння закупівлі української продукції	зростання вартості сировини зумовило перехід на одяг українського виробництва
	розвиненість ринку	високий рівень розвитку	середній рівень розвитку	середній рівень розвитку
	податки і збори	19 та 7% (стандартна та пільгова ставка)	20 та 10 або 12%	23% та 8, 5 або%
<i>3 «Дослідження умов бізнесу»</i>	наявність та напруженість конкуренції	висока	x	середня, ближче до низької
	оптимальні методи виходу на ринок	експорт	x	експорт
	достовірність інформації	високий рівень	x	високий рівень
	перспективи продаж	існує ризик високої конкуренції вітчизняних виробників через вищу якість їх продукції та схильність місцевого населення підтримувати вітчизняного виробника	x	високі, обумовлено незначною кількістю польських виробників на ринку та високими цінами зарубіжних виробників
	цінова політика входження та поведінки	низькі ціни	x	середні ціни з подальшим збільшенням, адже порівняно з іншими виробниками вони будуть конкурентоспроможними
	концепція продукту	«низькі ціни»	x	«висока якість»

Закінчення табл. 3.1

1	2	3	4	5
4 «Дослідження цільових аудиторій»	можливості стереотипіза ції ринків та сегментів	схильність до продукції вітчизняного виробництва, які відповідає вимогам ЄС щодо зменшення шкідливого впливу на оточуюче середовище	x	купівля якісної продукції, проте важливу роль відіграє ціна
	специфіка маркетингов их функції	акцент на якості та безпе́чності	x	ефективна цінова політика
	міжнародний потенціал компанії	низький	x	середній з перспективою зростання

Джерело: складено автором на основі [40]

За результатами отриманих результатів зроблено висновок, що найбільш привабливими ринками для досліджуваного підприємства є ринки Австрії та Польщі, проте ринок Німеччини на першому етапі відхиляти не варто, адже погіршення економічної ситуації відбулось у 2018 р., у 2019 р. негативних змін не відбулось (як і позитивних). На другому етапі варто відзначити в якості найбільш привабливих ринків Німеччину та Польщу через систему оподаткування, розмір ринку. Загальні результати проведеного аналізу призвели до висновку, що найбільш привабливим є ринок Польщі. З урахуванням отриманих даних для виходу досліджуваної компанії на зарубіжний ринок верхнього одягу обрано Польщу.

У рамках аналізу макромаркетингового середовища ринку Польщі необхідно здійснити аналіз 6 груп факторів, а саме: політико-правові, економічні, демографічні, науково-технічні, природні та культурні. Розглянемо кожну із них детальніше.

Політико-правові фактори наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2– Попередня таблиця політико-правових факторів  
макроркетингового середовища

№	Фактор	Класифікація фактору (впливає на попит чи пропозицію)	Загроза або можливість
1	Спрямованість країн ЄС на збільшення частки використання продукції легкої промисловості з України	Попит	Можливість
2	Рідка зміна польського законодавства у сфері легкої промисловості	Попит	Можливість
3	Надання пільг для виробників, які виробляють екологічну продукцію легкої промисловості	Пропозиція	Можливість
4	Звільнення від сплати акцизного податку	Попит/Пропозиція	Можливість

*Джерело: складено автором*

Як бачимо, політико-правові фактори справляють позитивний вплив на українських виробників верхнього одягу на європейських ринках збуту.

Економічні фактори дослідимо у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3– Попередня таблиця економічних факторів  
макроркетингового середовища

№	Фактор	Класифікація фактору (впливає на попит чи пропозицію)	Загроза або можливість
1	Зростання споживання українського одягу на 7-8% щорічно	Попит	Можливість
2	Зростання споживання українського одягу	Попит	Можливість
3	Значна імпортна залежність	Попит	Можливість

*Джерело: складено автором*

Отже, з урахуванням впливу економічних факторів на досліджуване підприємство зроблено висновки про доцільність його виходу на польський ринок верхнього одягу.

У таблиці 3.4 наведено демографічні фактори.

Таблиця 3.4– Попередня таблиця демографічних факторів  
макроркетингового середовища

№	Фактор	Класифікація фактору (впливає на попит чи пропозицію)	Загроза або можливість
1	Зростання кількості домогосподарств на 0,01% щорічно	Попит	Можливість
2	Зниження кількості місцевого населення	Попит	Проблема

*Джерело: складено автором*

Отже, варто зазначити наступне:

1. Кількість домогосподарств у Польщі зростає щорічно близько на 0,01%.

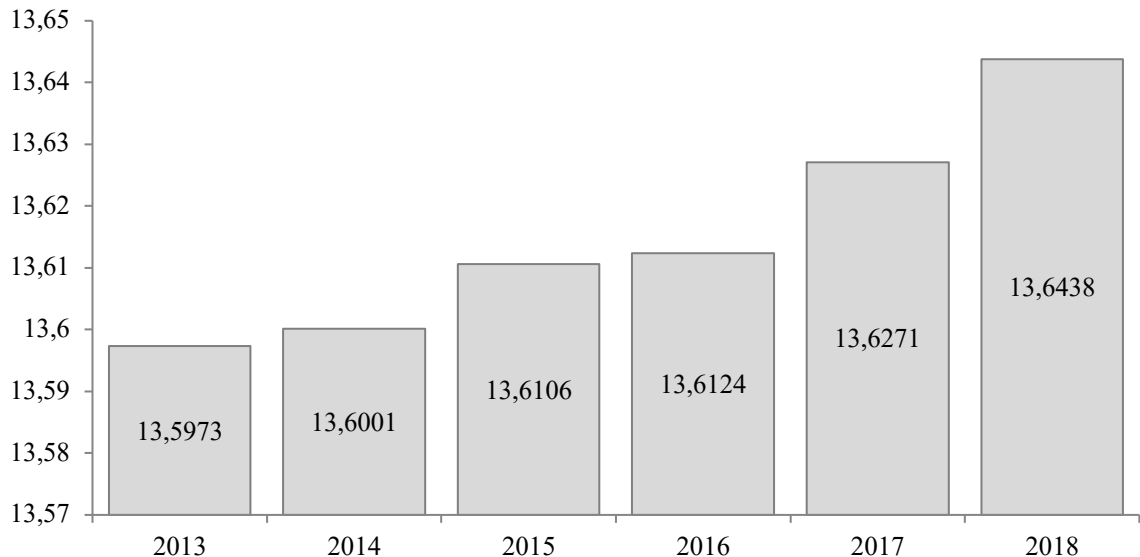


Рис. 3.1. Кількість домогосподарств, млн.

*Джерело: складено автором на основі [66]*

Це розглядається як позитивний фактор, бо він призводить до зростання потенційних споживачів, які матимуть бажання встановити систему опалення.

2. Рівень урбанізації в Польщі становить близько 60% останні 10 років (рис. 3.2).

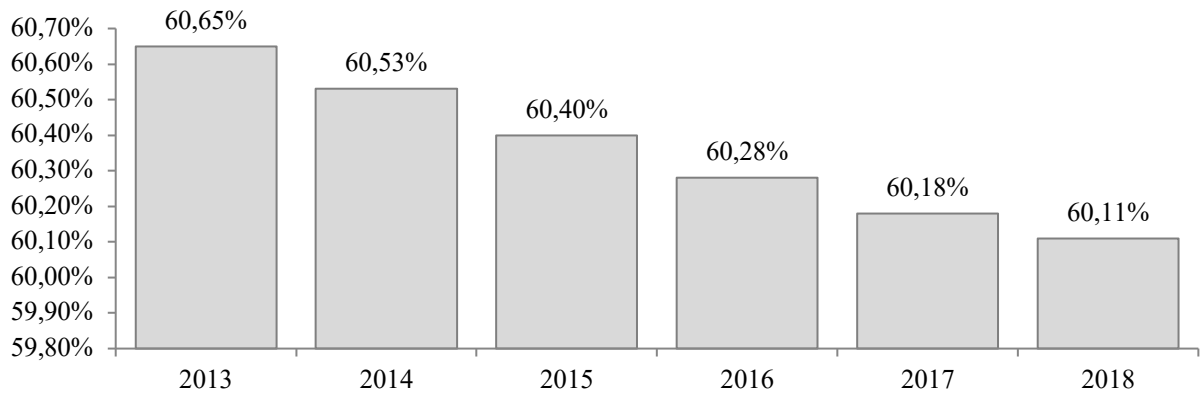


Рисунок 3.2. – Рівень урбанізації в Польщі, %

*Джерело: складено автором на основі [67]*

Рівень міського населення починає зменшуватися на 0,1 п. п. щорічно. Це не швидкі темпи, проте майже половина громадян Польщі живуть у селах, де вони мають можливість опалювати житла власними ресурсами, наприклад, дровами чи сільськогосподарськими залишками.

Науково-технічні фактори наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5– Попередня таблиця науково-технічних факторів макромаркетингового середовища

№	Фактор	Класифікація фактору (впливає на попит чи пропозицію)	Загроза або можливість
1	Високий рівень впровадження інновацій у легку промисловість Польщі	Попит	Проблема
2	Наявність 18 навчальних закладів (університетів) для підготовки технічних кадрів та 4 спеціалізованих закладів	Пропозиція	Можливість
3	Розвиненість інфраструктури легкої промисловості в Польщі	Пропозиція	Можливість

*Джерело: складено автором*

Польща має розвинену транспортну інфраструктуру, що представлена автомобільним, залізничним, повітряним, водним (морським, річковим) і трубопровідним транспортом. Україна з Польщею має пряме залізничне сполучення, що полегшує транспортування і ця мережа розгалужується [51].

Природні фактори наведено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6– Попередня таблиця природних факторів  
макромаркетингового середовища

№	Фактор	Класифікація фактору (впливає на попит чи пропозицію)	Загроза або можливість
1	Значна кількість ресурсів	Попит/Пропозиція	Можливість
2	Висока врожайність сільськогосподарських культур	Попит/Пропозиція	Можливість
3	Географічна близькість України та Польщі	Пропозиція	Можливість

*Джерело: складено автором*

Тобто серед природних факторів було виявлено лише можливості, що є позитивним аспектом.

Культурні фактори наведено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7– Попередня таблиця культурних факторів  
макромаркетингового середовища

№	Фактор	Класифікація фактору (впливає на попит чи пропозицію)	Загроза або можливість
1	Еco-friendly стиль життя польських громадян	Попит	Можливість
2	Вестернізація стилю життя	Попит/Пропозиція	Можливість
3	Неприятне ставлення до українського виробника	Попит	Проблема
4.	Низька цінність українського бренду	Попит	Проблема

*Джерело: складено автором*

Європейський стиль життя характеризується високим рівнем економічного розвитку, раціональним веденням діяльності, дбанням про навколишнє середовище і прагненням зменшення шкідливих наслідків людської діяльності. На даному етапі дослідження необхідно визначити вагомість кожної групи факторів макромаркетингового середовища (сума = 100%) (табл. 3.8).

Таблиця 3.8– Вагомість кожної групи факторів

<b>Фактор</b>	<b>Значимість</b>
Політико-правові	20
Економічні	25
Демографічні	10
Природничі	15
Науково-технічні	15
Культурні	15
<b>Всього</b>	<b>100</b>

*Джерело: складено автором*

Проаналізувавши дані фактори, ми визначили значимість кожного шляхом встановлення прямої залежності: на скільки зміна даного чинника впливає на зміну діяльності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка», тобто при виході на польський ринок досліджуваного підприємства, які фактори макромаркетингового середовища будь найбільше спонукати (економічні та політичні, тому що вони створюють сприятливе середовища) або стримувати. Найменшу вагомість було надано демографічним факторам, тому що вони мають нейтральний вплив. Тому слід розглядати ринок Польщі, як сприятливий і пріоритетний при виході на міжнародні ринки.

### **3.2. Оптимізація товарного асортименту продукції, яка експортується**

Фахівцями підприємства було проаналізовано основні характеристики продукції компаній, які є лідерами польського ринку жіночого верхнього одягу, а також продукції досліджуваного підприємства, і далі наведено порівняння сильних та слабких сторін продукції компаній-конкурентів (табл. 3.9).

Таблиця 3.9– Аналіз сильних і слабких сторін верхнього одягу ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у порівнянні з основними товарами конкурентів на ринку Польщі (1-10 балів)

Показники	ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка»	«Patrizia Aryton»	«Monnari»
<i>I. Якісні показники продукції</i>			
1. Відповідність міжнародним стандартам	1	3	3
2. Якість лекала	3	1	1
3. Якість сировини та тканини	3	1	2
4. Відсутність шкідливих домішок	3	3	3
5. Візуальні характеристики	3	1	1
<i>II. Кількісні показники</i>			
6. Середня ринкова ціна	3	1	2
7. Обсяги відходів	3	3	3
8. Ресурсозатратність	3	2	1
9. Логістичні витрати	2	3	3
<b>Всього</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>19</b>

*Джерело: складено автором за даними [64; 65]*

Зазначимо, що аналізовані характеристики було отримано за допомогою дослідження саме верхнього жіночого одягу конкурентів – ціни, якості, відповідності заявленим характеристикам тощо. Отже, провівши аналіз конкурентів ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на ринку верхнього одягу Польщі, можна сформулювати гіпотезу конкурентної поведінки компанії. Для підприємства доцільно використати стратегію нішера, тому що досліджувана компанія має відмінні характеристики продукції:

- естетичні характеристики (форма та компактність), що дозволяє зменшити витрати сировини при виробництві одягу за рахунок використання високоякісних лекал;

- специфічна технологія виробництва – відсутність шкідливих домішок при фарбуванні матерії;

- можливість використання іншої сировини.

Застосування стратегії нішера означатиме, що ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» буде реалізовувати свою діяльність лише на одному сегменті. Це є задовільною умову для поставленої управлінської проблеми, і дозволить сконцентруватися на задоволенні специфічного споживача. Так як вже наявні виробники верхнього одягу на ринку Польщі не спеціалізуються на задоволенні даного сегмента, тому ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» має можливість застосовувати стратегію лідерства в ніші і в подальшому нарощувати обсяги та розширювати межі ніші. Таким чином компанія зможе нівелювати загрози з боку лідерів у галузі, тому що сегмент є нецікавим для них.

### *Споживачі*

У ході проведення аналізу споживачів ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на ринку верхнього одягу Польщі необхідно розробити гіпотезу охоплення ринку, з цією метою розробимо сегментацію споживачів. Так як польський уряд підтримує вітчизняних виробників та сприяє розвитку національних галузей, тому вийти зарубіжній компанії на ринок складно, тим паче - у стратегічно важливу галузь. Тому для виходу на ринок Польщі підприємству краще зосередити свою увагу спочатку на ринку верхнього одягу для жінок. Проведемо сегментацію ринку Польщі за наступними критеріями: географічний, демографічний, психографічний та поведінковий (табл. 3.10).

Таблиця 3.10– Сегментування ринку жіночого верхнього одягу Польщі

Критерії	Змінна	Значення змінної
1	2	3
Географічний	Клімат	- жителі південно-західних регіонів; - жителі північно-східних регіонів.
	Територіальне розташування	- Вармінсько-Мазурське, Підляське, Люблінське, Підкарпатське, Малопольське, Любуське, Опольське та Лодзьке воєводства; - решта вісім воєводств.
		- індивідуальні домогосподарства (приватні); - житлові кооперативи; - квартири.

Продовження табл. 3.10

1	2	3
Демографічний	Рівень доходу	- до 3000 PLN ( $\approx 766\$$ ); - до 4900 PLN ( $\approx 1251\$$ ); - до 8000 PLN ( $\approx 2043\$$ ); - до 15000 PLN ( $\approx 3831\$$ ); - від 15000 PLN ( $\approx 3831\$$ );.
	Вік особи, що здійснює покупку	- 21-30 років; - 31-40 років; - 41-50 років; - 51-60 років; - 61 рік і більше.
	Гендерна ознака особи, що здійснює покупку	- жінки; - чоловіки.
	Рівень освіти	- середня; - вища неповна; - вища.
	Етап життєвого циклу сім'ї	- молоді одинаки; - молоді сім'ї; - молоді сім'ї з дітьми; - подружжя похилого віку з дітьми; - подружжя похилого віку без дітей; - одинаки похилого віку без дітей.
Психографічний	Ставлення до іноземних товарів	- прагнуть допомогти; - вже користуються «eco-friendly» продукцією; - байдужі.
	Ставлення до іноземного виробника	- позитивні; - негативні; - нейтральні.
Поведінковий	Мотив придбання	- для власного використання; - на подарунок.
	Частота покупок	- 1 раз на місяць; - 1 раз на півроку; - 1 раз на рік і менше
	Спосіб пошуку товару	- у інтернеті; - у магазині; - у друкованій рекламі; - за порадою.

*Джерело: складено автором на основі [22; 58; 63]*

Висновки наступні: у Польщі погода, мінлива та повна аномалій - таких як падіння температури протягом доби на 17-28 градусів. На півдні й заході Польщі клімат помірно морський, з м'якою зимою й вологим літом, на сході – континентальний - тут взимку справжні морози, а влітку сухо та гаряче. Найтепліші регіони Польщі – південь і захід країни (Вроцлав,

Краків), де клімат формує найтепліше повітря з західної частини континенту. Найхолоднішою є північно-східна частина Польщі (Мазурські озера, Сувалки, Бялисток), яка часто перебуває під впливом арктичного повітря з Росії. Жителі холодніших регіонів будуть виявляти більший попит на верхній жіночий одяг (рис. 3.3) [22].

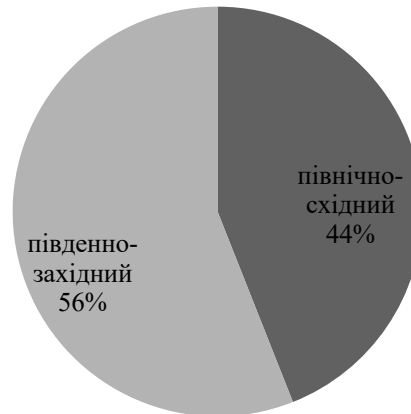


Рисунок 3.3. – Розподіл населення Польщі за регіонами, %

*Джерело: складено на основі [68]*

Для розроблення товарної політики ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на ринку Польщі здійснимо планування товарного асортименту, а також сегментування ринку. Асортимент планується з урахуванням попиту на ринку Польщі та наявного асортименту досліджуваного підприємства: з урахуванням результатів дослідження асортименту конкурентів обрано ті товарні позиції, які зможуть конкурувати на новому для підприємства ринку з урахуванням конкурентних переваг (ціна, якість тощо) (табл. 3.11).

Таблиця 3.11– Продуктово-сегментна матриця жіночого одягу ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на ринку Польщі

Продукт	Одяг для молоді	Одяг для жінок віком 25-40 років	Одяг для жінок віком від 40 років	Разом
Куртки	18	19	16	53
Пальто	11	16	20	47
Напівпальто	19	26	23	68
Парки	15	18	14	47
Разом	63	79	73	215

*Джерело: складено автором*

Отже, ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» буде орієнтуватись на усі вікові групи споживачів, проте найбільший асортимент буде призначено для жінок віком 25-40 років. Основним видом продукції будуть напівпальто, які користуються найбільшим попитом.

Далі в таблиці 3.12 наведено вихідні дані для побудови матриці БКГ для аналізу асортиментного портфеля ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на ринку Польщі.

Таблиця 3.12– Вихідні дані для побудови матриці БКГ для аналізу асортиментного портфеля ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на ринку Польщі

Асортиментні групи	Обсяги продажів (тис. дол. США)	Кількість конкурентів	Обсяги продажів трьох основних конкурентів (тис. дол. США)	Темпи приросту ринку (%)
Куртки	1121,1	6	5984	2,2
Пальто	644,7	7	7122	1,9
Напівпальто	625,2	9	10080	2,8
Парки	105,7	14	8522	3,6

*Джерело: складено автором*

Отже, найбільша конкуренція спостерігатиметься в сегменті продажів напівпальто, і найбільші прибутки основні конкуренти вітчизняної компанії отримають в сегменті продажу цієї продукції, що обумовлено високим попитом на них та вищою ціною.

Далі проведено аналіз реакції підприємства на зміну попиту на міжнародному ринку (табл. 3.13).

Таблиця 3.13– Аналіз реакції підприємства на зміну попиту на міжнародному ринку

Вид продукції	Темпи зростання попиту, %	Ціна у конкурентів	Рівень цін підприємства на міжнародному ринку		Абсолютне відхилення цін підприємства
			на початок року	на кінець року	
Куртки	9,5	311	296	303	7
Пальто	12,5	209	192	198	6
Напівпальто	15,8	154	128	132	4
Парки	3,0	42	32	34	2

*Джерело: складено автором*

Таким чином, ціни вітчизняного підприємства є меншими за ціни конкурентів, проте впродовж 2020-2023 рр. вони зростуть, хоча і ненабагато, що обумовлено зростанням вартості сировини та операційних витрат у країні-виробнику.

В таблиці 3.14 наведено порівняльний аналіз цін на продукцію підприємства конкурентами на міжнародному ринку

Таблиця 3.14– Порівняльний аналіз цін на продукцію підприємства конкурентами на міжнародному ринку, дол. США

Вид продукції	Ціна товару			Абсолютні відхилення	
	підприємства	найбільшого конкурента	середня на ринку	від конкурента	від середньої на ринку
Куртки	303	328	311	-25	-8
Пальто	198	232	209	-34	-11
Напівпальто	132	163	154	-31	-22
Парки	34	49	42	-15	-8

*Джерело: складено автором*

Як було сказано, ціни вітчизняного виробника будуть нижчими у порівнянні як з найбільшим конкурентом, так і за середні ціни на таку продукцію. Аналіз стимулюючих знижок на міжнародному ринку наведено нижче (3.15).

Таблиця 3.15 – Аналіз стимулюючих знижок на міжнародному ринку

Знижка	Характеристика	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
За оптові покупки	Надається великим оптовим покупцям у розмірі 3-5%	Стимулює виробника до збільшення обсягів виробництва, прискорює виробничий процес	Значні знижки, зумовлені великими обсягами закупівель
Постійним клієнтам	Постійним покупцям - залежно від обсягів покупки та тривалості співпраці - від 1 до 3%	Збільшує споживчу лояльність та клієнтську базу	Практично відсутні

Продовження табл. 3.15

1	2	3	4
У святкові дні	Залучає більше споживачів до роздрібних продажів та оптових клієнтів	Значне зростання обсягів продажу	Оптові клієнти спеціально очікують святкових днів, і підприємство втрачає частину прибутку, яку змогло б отримати від роздрібних продажів
За повну передоплату	Знижка у 2-4% за повну передоплату партії товару - оптовим покупцям	Скорочується термін обігу коштів (дебіторської заборгованості)	Недоліки можуть спостерігатись при оплаті злотими, адже рівень інфляції низький

*Джерело: складено автором*

На нашу думку, вітчизняному виробнику необхідно використовувати усі перераховані види знижок, аби привернути увагу покупця, а після укріплення на ринку можна буде переглянути їх перелік або зменшити величину.

Далі здійснимо порівняльний аналіз політики і методів ціноутворення на міжнародному ринку (табл. 3.16).

Таблиця 3.16– Порівняльний аналіз політики і методів ціноутворення на міжнародному ринку

Елемент	Характеристика		Висновки
	підприємство	конкурент	
1	2	3	4
Загальна цінова стратегія	витрати+прибуток	залежно від попиту	Вітчизняне підприємство на етапі виходу на новий ринок змушене привабити покупців, тому використовує дану стратегію. Згодом її варто змінити
Знижки	усі перераховані види знижок	знижки у свята, а також оптовикам	...

Продовження табл. 3.16

1	2	3	4
Рівень цін	низькі	середні та високі	Вітчизняне підприємство за рахунок привабливої ціни змушене привабити покупців, тоді як конкуренти мають змогу встановлювати вищі ціни за рахунок бренду
Швидкість реакції на зміни попиту	висока	висока	Задля ефективної маркетингової політики необхідно вчасно реагувати на зміну цін
Програма реакції на зниження цін конкурентами	Часткове зниження	Відсутня	Вітчизняне підприємство повинне оперувати цінами - найбільшою конкурентною перевагою
Ініціативне зниження цін	В перший рік відсутнє, можливе згодом	Присутнє, для розпродажів	Такий інструмент можуть собі компанії, які мають стійкий фінансовий стан

*Джерело: складено автором*

Отже, найбільша конкурентна перевага ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» (ціна товарів) має нею залишатись, адже саме вона найбільше приваблює споживачів. Згодом підприємство, закріпившись на новому ринку, зможе змінити цінову стратегію та підвищувати ціни залежно від попиту та інших факторів.

Таким чином, можна стверджувати, що ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» доцільно виходити на ринок верхнього жіночого одягу Польщі, і це дозволить їй реалізувати сильні сторони та набути досвід експортної діяльності. Польський ринок є привабливим для досліджуваної компанії, і вона має значні перспективи у найближчому майбутньому не лише вийти на цей ринок, але й збільшити свою присутність завдяки основним конкурентним перевагам власної продукції.

### **3.3. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів**

Стратегічний план стимулювання збуту верхнього жіночого одягу досліджуваної компанії на польському ринку подано в таблиці 3.17.

Таблиця 3.17– Стратегічний план маркетингового стимулювання збуту верхнього жіночого одягу ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на польському ринку

Цілі, пов'язані з учасниками каналів збуту	- забезпечення збуту та розподілу одягу по спеціалізованих магазинах, адже найбільше споживачів купують одяг саме там; - збільшення зацікавленості дистриб'юторів (знижки, подарунки); - демонстрація переваг одягу (виставки, презентації).	
Цілі, пов'язані зі споживачами	- забезпечення пробної або повторної покупки; - підвищення іміджу компанії.	
1	2	
<b>Вибір засобів стимулювання збуту</b>		
Пробні зразки	Пропозиція демонстрації та можливості пробного користування може здійснюватись на спеціалізованих виставках (примірки)	Здійснювати семплінг одягу у спеціалізованих магазинах
Грошові компенсації (знижки)	Цінові знижки, реалізовані після здійснення покупки	При умові покупки оптовим покупцем великої кількості одягу надається знижка у 5-15%
Подарунки (премії)	Додаткові послуги, які пропонуються безкоштовно як доповнення до замовлення (підгонка під фігуру, заміна фурнітури)	Після реалізації певної кількості одягу дистриб'ютори отримують сувеніри
Демонстрація в місцях продажу	Оформлення вітрин торгових точок (спеціалізованих магазинів)	Виготовлення плакатів, кульок, пакетів з назвою компанії та її обладнання
Промоакції	Проведення акцій з метою збільшення обороту, частки ринку, прибутку, обізнаності та впізнаваності одягу споживачами і стимулювання продажів. Збільшення споживання продукції, переключення споживачів з конкуруючого товару	За умови покупки можна отримати подарунок (додаткові безкоштовні послуги, збільшення знижок на наступні покупки тощо)
<b>Загальний план стимулювання збуту</b>		
Рівень стимулювання	Необхідно максимально стимулювати спеціалізовані магазини. Якщо вони будуть максимально зацікавлені у продукції, то її будуть брати на реалізацію і дистриб'ютори	
Спрямованість	Програма стимулювання збуту спрямована на зацікавлення оптових та роздрібних підприємств на закупівлю (консигнацію) більшої кількості продукції	
Тривалість стимулювання	На період насичення спеціалізованих магазинів продукцією, плюс додатково декілька місяців (інтенсивність стимулювання повинна бути знижена)	
Способи розповсюдження інформації	Цільова розсилка, публікації у спеціалізованих виданнях, POS-матеріали	

Продовження табл. 3.17

1	2
Засоби формування попиту	Ефективна робота з консультантами та експертами, інформування споживачів про переваги продукції компанії через засоби маркетингових комунікацій, промоакції
Координація плану з іншими елементами просування	Усі позиції верхнього жіночого одягу бути в наявності на складі. Потрібно наситити максимальну кількість спеціалізованих магазинів продукцією компанії
Оцінка успіхів та невдач	Стежити за рівнем продажів, часткою ринку, прибутком. Аналізувати їх зростання чи зниження

*Джерело: складено автором*

Збутова політика передбачатиме використання послуг дистриб'юторів, що дозволить підприємству охопити увесь ринок та збільшити обсяги продажів. Дилерська мережа ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» складається з самого підприємства-виробника, оптових і роздрібних посередників, що функціонують як одне ціле. Незалежні дистриб'ютори будуть укласти офіційну угоду з ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» для об'єднання своїх зусиль, щоб домогтися збільшення обсягів продажів, з одного боку, та економії коштів, з іншого боку, чого кожен учасник угоди не зміг би досягти окремо. ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка», в свою чергу, зобов'язується поставляти товар певної якості і в певні терміни, обумовлює якість монтажу і супутнього сервісу.

Варто зазначити, що оскільки підприємство переважно орієнтоване на експорт, на вітчизняному ринку воно реалізовує близько 35% продукції. Проте останнім часом спостерігається зниження попиту на верхній жіночий одяг через значне зростання конкуренції на ринку. У зв'язку з цим керівництвом підприємства розглядається можливість переорієнтації виробничої та збутової діяльності повністю на експорт. Зазначимо, що для такої переорієнтації необхідно мати інформацію про доцільність та ефективність продажів продукції за кордон.

Також зазначимо, що при такій переорієнтації підприємство не потребує збільшення виробничих потужностей, адже обсяги виробництва залишатимуться незмінними, проте частина продукції, яка реалізовувалась на

внутрішньому ринку, буде експортована. У майбутньому, зважаючи на отримані прибутки та перспективи польського ринку верхнього жіночого одягу, буде прийняте рішення про збільшення обсягів виробництва та експорту, а також про придбання нового обладнання та збільшення кількості працівників. Отже, поки польський ринок для підприємства є новим, збільшення виробничих потужностей здійснюватись не буде.

Таким чином, підприємство на вітчизняному ринку реалізувало 45% жіночого верхнього одягу (у 2019 р.) від усього обсягу продукції. Частина цієї продукції підприємство і надалі буде реалізовувати в Україні, щоб не втратити вітчизняний ринок збуту, а частину експортуватиме до Польщі.

Таким чином, експорт жіночого одягу до Польщі становитиме 1800 тис. грн. Варто відзначити, що в разі переорієнтації підприємства на польський ринок структура витрат зміниться, що обумовлено відповідними витратами. Оскільки підприємство вже здійснює експорт до інших країн, воно володіє усіма необхідними дозвільними документами та сертифікатами, що підтверджують якість продукції на дотримання європейських вимог до складу та безпечності продукції до споживачів.

Поставку продукції підприємство здійснюватиме тричі на рік – весняна колекція, осіння та зимова. літом поставок не буде, адже експортуватиметься лише верхній жіночий одяг. При цьому вартість зимової колекції буде значно вищою через використання хутра, утеплювачів, матеріалу для теплої підкладки тощо. Планується здійснювати експорт наступним чином:

- лютий – весняна колекція (500 тис. грн);
- серпень – осіння колекція (500 тис. грн);
- жовтень – зимова колекція (800 тис. грн).

Розрахуємо вартість митних платежів (табл. 3.18).

Таблиця 3.18 – Вартість митних платежів при експорті

Витрати	1 партія	2 партія	3 партія
Код товару	6202 19 00 00	6202 19 00 00	6202 19 00 00
Країна походження	Україна	Україна	Україна
Валюта контракту	євро	євро	євро
Вартість контракту, тис. грн.	500	500	800
Курс НБУ, євро/ гривня (на 29.05.2020)	29,6234	29,7419*	29,8604*
Вартість контракту, тис. євро	16,879	16,811	26,791
Транспортні витрати (м. Кропивницький – м. Львів, Львівська митниця), тис. грн.	MAN 8.163 4,096	MAN 8.163 4,096	Mercedes - Benz 1843 6,810
Витрати на оплату праці водія, вантажно-розвантажувальні роботи, тис. грн.	4,7 1,2	4,7 1,2	4,7 1,9
Разом	9,996	9,996	13,410

\* прогноз

Зазначимо, що при експорті підприємство не сплачує ні митних платежів, ні обкладається ПДВ. Оскільки додаткових працівників не потрібно приймати на роботу, адже обсяги виробництва залишаться незмінними, а також підприємство не потребує нового обладнання, відповідно, основна стаття витрат – це транспортні витрати.

За рахунок значно вищої ціни на продукцію на польському ринку чистий дохід від реалізації цієї продукції зросте на 30-45% (залежно від виду товару). Середнє відхилення складає 37,5%. Інші статті витрат залишаться незмінними, проте зросте собівартість виробленої продукції (яка буде експортуватись до Польщі через високі вимоги до якості матеріалів для одягу. Це стосується зимового одягу – використання гіпоалергенних утеплювачів, більш дорожчої фурнітури. Загалом в загальному обсязі собівартості зростання витрат на виробництво одягу, що буде експортуватись до Польщі, складе в середньому 12%.

З метою оцінки ефективності розробленої стратегії виходу ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на польський ринок в таблиці 3.19 наведемо 2 варіанти: без виходу на новий ринок та з урахуванням реалізації розробленої конкурентної стратегії, яка передбачає вихід на польський ринок верхнього жіночого одягу. Обсяг виробництва продукції залишимо таким, який був до впровадження стратегії (дані 2019 року).

Таблиця 3.19 – Оцінка ефективності конкурентної стратегії виходу ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на польський ринок верхнього жіночого одягу

Показники	Варіанти		Відхилення	
	до виходу на новий ринок	при виході на новий ринок	абсолютні	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	55861	56519	658	1,2
Собівартість реалізованої продукції	46016	46233	217	0,5
Валовий прибуток	9845	10286	441	4,5
Інші операційні доходи	1172	1172	0	0,0
Адміністративні витрати	7222	7222	0	0,0
Витрати на збут	942	975	33	3,5
Інші операційні витрати	2309	2309	0	0,0
Фінансовий результат від операційної діяльності	544	952	408	75,0
Інші фінансові доходи	0	0	0	0
Фінансові витрати	0	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування	544	952	408	75,0
Витрати з податку на прибуток	222	388	166	75,0
Чистий прибуток	322	564	242	75,0

*Джерело: складено автором за даними бухгалтерської звітності підприємства та їх прогнозування*

З таблиці бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зростатиме на 1,2%, величина валового прибутку – на 4,5%, при цьому фінансовий результат від операційної діяльності, а також до оподаткування матиме додатне значення, що призведе до зростання величини чистого прибутку на 242 тис. грн.

Відзначимо, що в перший рік виходу підприємства на польський ринок обсяги експорту будуть невеликими, проте з урахуванням позитивних

тенденцій підприємство зможе збільшити величину експорту, проте варто буде збільшувати штат працівників та придбати нове обладнання для збільшення обсягів виробництва.

Далі проаналізуємо показники рентабельності підприємства (табл. 3.19).

Таблиця 3.19 – Аналіз рентабельності ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» у 2019-2021 рр.

Показники	Роки		Абсолютні відхилення
	до виходу на новий ринок	при виході на новий ринок	2020/ 2019
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,58	1,00	0,42
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,7	1,22	0,52

*Джерело: складено автором за даними бухгалтерської звітності підприємства та їх прогнозування*

Зростання коефіцієнту рентабельності діяльності – свідчення зростання ефективності усієї господарської діяльності компанії. Зростання коефіцієнту рентабельності продукції компанії свідчить про перспективу зростання ефективності реалізації її продукції.

Таким чином, зроблено висновок, що запропонована конкурентна стратегія компанії на ринку верхнього жіночого одягу є економічно ефективною та пропонованою до впровадження. Отже, розроблена стратегія виходу ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на польський ринок верхнього жіночого одягу є ефективною та рекомендованою до впровадження.

### Висновки до розділу 3

За результатами проведеного дослідження зроблено висновок, що найбільш привабливими ринками для досліджуваного підприємства є ринки Австрії та Польщі. Загальні результати проведеного аналізу призвели до висновку, що найбільш привабливим є ринок Польщі. З урахуванням отриманих даних для виходу досліджуваної компанії на зарубіжний ринок

верхнього одягу обрано Польщу. Європейський стиль життя характеризується високим рівнем економічного розвитку, раціональним веденням діяльності, дбанням про навколишнє середовище і прагненням зменшення шкідливих наслідків людської діяльності. Польща має розвинену транспортну інфраструктуру, що представлена автомобільним, залізничним, повітряним, водним (морським, річковим) і трубопровідним транспортом. Україна з Польщею має пряме залізничне сполучення, що полегшує транспортування і ця мережа розгалужується.

Провівши аналіз конкурентів ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» на ринку верхнього одягу Польщі, можна сформулювати гіпотезу конкурентної поведінки компанії. Для підприємства доцільно використати стратегію нішера, тому що досліджувана компанія має відмінні характеристики продукції: естетичні характеристики (форма та компактність), що дозволяє зменшити витрати сировини при виробництві одягу за рахунок використання високоякісних лекал; специфічна технологія виробництва – відсутність шкідливих домішок при фарбуванні матерії; можливість використання іншої сировини.

ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» буде орієнтуватись на усі вікові групи споживачів, проте найбільший асортимент буде призначено для жінок віком 25-40 років. Основним видом продукції будуть напівпальто, які користуються найбільшим попитом. Найбільша конкуренція спостерігатиметься в сегменті продажів напівпальто, і найбільші прибутки основні конкуренти вітчизняної компанії отримують в сегменті продажу цієї продукції, що обумовлено високим попитом на них та вищою ціною.

Зазначено, що позитивні зміни щодо обсягу реалізованої продукції та величини чистого прибутку відбудуться за рахунок зростання вартості реалізованої продукції на новому ринку, навіть з урахуванням транспортних та інших витрат. Чистий дохід від реалізації продукції підприємства зростатиме, при цьому фінансовий результат від операційної діяльності, а

також до оподаткування матиме додатне значення, а його величина зросте, що призведе до зростання величини чистого прибутку.

## ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження зроблено висновок, що в умовах посилення інтеграційних процесів та глобалізації розвиток зовнішньоторговельної політики є одним з найважливіших чинників конкурентоспроможності національної економіки. Торгівля в усьому світі надає споживачам та країнам можливість придбання товарів та послуг, недоступних у їх власних країнах, або які були б дорожчими на внутрішньому ринку. Одночасно міжнародна торгівля послугами стала сферою торгово-політичних інтересів окремих національних економік і посилення конкуренції в світі.

Зазначено, що міжнародна купівля-продаж товарів – це транскордонне передання одним контрагентом, експортером, товарів іншому контрагенту, імпортеру, за умови сплати останнім відповідної узгодженої кількості грошей у певній валюті. Вивчення досвідченими менеджерами зовнішнього ринку повинно допомогти встановити реальну можливість успішного, прибуткового результату по продажу чи обміну власного товару на відповідну суму коштів чи здійснення бартерної операції. Зовнішня торгівля для будь-якої країни є особливою областю дослідження, так як вихід країн на зовнішній ринок і участь в світових інтеграційних процесах істотно впливають на добробут нації.

Зроблено висновок, що в більш широкому або загальному плані торгова політика визначає умови взаємодії національної економіки країни зі світовим господарством. Основним завданням зовнішньоекономічної політики є формування сприятливих зовнішньоекономічних умов для відтворювального процесу в країні, для вигідної участі країни в міжнародному поділі і кооперування праці в процесі діяльності її господарюючих суб'єктів. Стратегія зовнішньоторговельної політики розробляється і реалізується як в цілому по країні, так і по її регіонах і відповідно - щодо окремих країн і регіонів.

Зазначено, що ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» є одним із найбільших підприємств швейної галузі України, яке спеціалізується на виробництві жіночого й чоловічого, фірмового й робочого верхнього одягу. Проведений аналіз фінансових результатів діяльності підприємства показав, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зріс у 2016-2018 рр., проте у 2019 р. його величина зменшилась. Величина валового прибутку підприємства мала подібну динаміку, проте собівартість реалізованої продукції зростала щороку. В результаті підприємство отримало чистий прибуток у 2016-2019 рр. Також зазначено, що фінансовий стан досліджуваної компанії був нестійким у 2015-2016 р., що викликано його збитковою діяльністю та неефективним управлінням фінансовими ресурсами. Проте у 2017-2019 рр. спостерігається залежність підприємства від залучених фінансових коштів та демонструється недостатньо ефективна система управління фінансовою системою підприємства.

Зроблено висновок, що ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка» здійснює зовнішньоекономічну діяльність, екпортуючи власну продукцію за кордон. Найбільшу частку в експорті займає жіночий верхній одяг, а у 2019 р. зросла частка експорту жіночого верхнього одягу, а також жіночих суконь та спідниць. Найбільше продукції екпортувалось до Франції. У 2015 р. та 2017-2019 рр. найменше продукції екпортувалось до Італії, а у 2016 р. – до Великобританії.

Зазначено, що зростання чистого прибутку підприємства у 2016-2019 рр. було обумовлено саме зростанням прибутку від експорту, адже вартість продукції, реалізованої на внутрішньому ринку, значно нижча, а ніж експорт цієї продукції, тому спостерігаються значні відмінності у загальній ефективності підприємства та ефективності його експортної діяльності, розрахованої окремо від загальних показників діяльності підприємства. Зроблено висновок, що між чистим доходом і адміністративними витратами та іншими опер витратами спостерігається тісний зв'язок, між чистим доходом і фінансовими витратами слабкий зв'язок.

Зазначено, що найбільш привабливими ринками для досліджуваного підприємства є ринки Австрії та Польщі, проте загальні результати проведеного аналізу призвели до висновку, що найбільш привабливим є ринок Польщі. З урахуванням отриманих даних для виходу досліджуваної компанії на зарубіжний ринок верхнього одягу обрано Польщу. Отже, з урахуванням впливу економічних факторів на досліджуване підприємство зроблено висновки про доцільність його виходу на польський ринок верхнього одягу.

Асортимент планується з урахуванням попиту на ринку Польщі та наявного асортименту досліджуваного підприємства: з урахуванням результатів дослідження асортименту конкурентів обрано ті товарні позиції, які зможуть конкурувати на новому для підприємства ринку з урахуванням конкурентних переваг (ціна, якість тощо). Ціни вітчизняного підприємства є меншими за ціни конкурентів, проте впродовж 2020-2023 рр. вони зростуть, хоча і ненабагато, що обумовлено зростанням вартості сировини та операційних витрат у країні-виробнику.

Зроблено висновок, що при експорті підприємство не сплачує ні митних платежів, ні обкладається ПДВ. Оскільки додаткових працівників не потрібно приймати на роботу, адже обсяги виробництва залишаться незмінними, а також підприємство не потребує нового обладнання, відповідно, основна стаття витрат – це транспортні витрати. За результатами проведених розрахунків зазначено, що чистий дохід від реалізації продукції підприємства зростатиме на 1,2%, величина валового прибутку – на 4,5%, при цьому фінансовий результат від операційної діяльності, а також до оподаткування матиме додатне значення, що призведе до зростання величини чистого прибутку на 242 тис. грн. Зростання коефіцієнту рентабельності діяльності – свідчення зростання ефективності усієї господарської діяльності компанії. Зростання коефіцієнту рентабельності продукції компанії свідчить про перспективу зростання ефективності реалізації її продукції.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Австрія. КНОЕМА URL : <https://knoema.ru/atlas>
2. Бабець Є.К., Шалацький В.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю з позицій функцій менеджменту. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 26. С. 36-41.
3. Бондаренко Л.М. Формування та розвиток зовнішньоекономічного потенціалу регіону. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2013. № 2(77). С. 11-23.
4. Вівчак М. Перспективи розвитку торговельних відносин України та ЄС. *Науковий вісник РДГУ*. 2017. Вип. 7(44). С. 12-23.
5. Войнова Є.І. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. Колектив авторів; Одеса: «Одеський національний університет імені І.І. Мечникова», 2015. 305 с.
6. Гіл Ч.В. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку. К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2011. 856 с.
7. Глобальний конкурентний простір: монографія. О. Г. Білорус та ін. К. : КНЕУ, 2007. 680 с.
8. Глобальные трансформации и стратегии развития: монография. О. Г. Белорус, Д. Г. Лукьяненко. Киев: Ориане, 2000. 424 с.
9. Глобальные трансформации: политика, экономика, культура. Хелд Д. и др. Пер. с англ. В. В. Сапова и др. М.: Праксис, 2004. 576 с.
10. Гордеева Т.Ф. Справедлива торгівля як фактор подолання асиметрії у міжнародних торговельних відносинах. *Міжнародна економічна політика*. 2012. Ч. 1. С. 54-60.
11. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
12. Гребельник О.П. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 696 с.

13. Гурьев С., Сонин К. Экономика «ресурсного проклятия». *Вопросы экономики*. 2008. № 4 С. 42-47.
14. Дахно І.І. Міжнародна економіка. К: МАУП, 2002. 216 с.
15. Державна служба статистики України URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
16. Загарій В.П. Монетарні важелі досягнення фінансової безпеки: досвід розвинених країн. *Бізнес Інформ* : між. наук. економ. журнал. 2014. №4. С. 400-405.
17. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика сучасного менеджменту: монографія. під заг. ред. д.е.н., професора Л. В. Батченко. Донецьк: ДонДУУ, 2010. 244 с.
18. Индекс глобализации KOF URL :<https://www.kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>.
19. Исламов Г.Д. Организационные основы государственного регулирования внешнеторговой деятельности. *Экономика XXI века*. 2007. № 11. С.19-25.
20. Калина М.С. Євроінтеграційна політика України в контексті розширення Європейського Союзу URL : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/pol-prav/05kmsrjs.pdf>.
21. Кандиба А.М. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посіб. К.: Аграрна наука, 2011. 262 с.
22. Клімат, час, природа. Polish Tourism Organisation URL : <https://www.polscha.travel/uk/pro-polshchu/pro-polshchu/kl%D1%96mat-chas-priroda>.
23. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Притула Н. В. Міжнародна торгівля: навч.посібник. 5-те вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
24. Культурная глобализация Cultural globalization URL : [https://ru.qwe.wiki/wiki/Cultural\\_globalization#Homogenization](https://ru.qwe.wiki/wiki/Cultural_globalization#Homogenization).

25. Мешко Н.П. Інноваційний розвиток країн світової економіки в умовах глобалізації: монографія.; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. Донецьк: Юго-Восток, 2008. 344 с.
26. Митний Кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.
27. Михайленко О. Г. в досягненні цілей сталого розвитку: дис. канд. ек. наук: 08.00.02. Дніпро, 2018. 293 с.
28. Міжнародна торгівля: конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» економічних спеціальностей, денної та заочної форм навчання. Укладачі: Величко К.Ю., Печенка О.І. Х. : ХДУХТ, 2018. 194 с.
29. Міжнародна торговельна діяльність: підручник. В.В. Рокоча, В.Г. Алькема, В.І. Терехов,. К.: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2018. 698 с.
30. Нижник В.М. Економічна безпека України в системі євроатлантичних інтеграційних процесів: навч. посіб. Хмельницький : ХНУ, 2008. 440 с.
31. Нікіфоров Л.М. Зовнішньоекономічні зносини України та Німеччини: проблеми та перспективи. *Економічна думка*. 2012. № 12. С. 7-12.
32. Німеччина. КНОЕМА URL : <https://knoema.ru/atlas>
33. Новий світовий економічний порядок та глобальні виклики для України: моногр. [В. Козюк, А. Крисоватий, Є. Савельєв та ін.]; за наук. ред. проф. А. Крисоватого і Є. Савельєва. Тернопіль: ТНЕУ, 2014. 504 с.
34. Овдійчук Н.М. Державне регулювання міжнародної торгівлі: зарубіжний досвід. *Стратегічні пріоритети*. 2019. № 5. С. 4-9.
35. Онищенко О.А. Реалізація зовнішньоторговельної політики України. *Регіональна економіка*. 2013. № 5. С. 8-12.
36. Павленко І.І., Варяниченко О.В., Навроцька Н.А. Міжнародна торгівля та інвестиції. . К.: Центр учбової літератури, 2012. 256 с.

37. Папаїка О.О. Зовнішньоекономічні зв'язки. *Регіональна економіка*. 2019. № 12. С. 77-79.
38. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 № 2755 VI URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755\\_17](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755_17).
39. Польща. КНОЕМА URL : <https://knoema.ru/atlas>
40. ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка». Офіційний сайт URL : <https://zoryanka.org.ua/>.
41. Приступа О.О. Новий етап зовнішньоекономічних зв'язків України . *Наукові записки РДГУ*. 2018. № 1. С.11-14.
42. Приходович О.А. Україна та ЄС: економічне та політичне співробітництво. *Економічні науки*. 2017. № 12. С. 52-60.
43. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.
44. Про ПрАТ «Швейна фабрика «Зорянка». Офіційний сайт URL : <https://zoryanka.org.ua/about/>.
45. Розанов Р.Д. Зовнішньоекономічна діяльність держави. *Економічні науки*. 2010. № 12. С 25-31.
46. Романович Р.І. Зовнішньоекономічні зв'язки України з країнами ЄС. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 29. С. 14-22.
47. Свириденко Р.І. Сучасний стан та перспективи розвитку зовнішньоторговельної політики України. *Економічний форум*. 2013. № 9. С. 2-6.
48. Стаднік А.І. Пріоритетність національних інтересів у світлі стратегії національної безпеки України. *Стратегічна панорама*. 2013. № 3. С. 11-18.
49. Стрій Л.О. Маркетинг ХХІ століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку: монографія. За наук. ред. проф. А.К. Голубєва. Одеса: ВМВ, 2010. 320 с.
50. Теория сравнительных преимуществ URL : [https://spravochnick.ru/ekonomika/teoriya\\_sravnitelnyh\\_preimuschestv/](https://spravochnick.ru/ekonomika/teoriya_sravnitelnyh_preimuschestv/).

51. Транспорт Польщі URL : <https://mtu.gov.ua/news/30126.html>..
52. Угода про асоціацію України з ЄС URL : [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011).
53. Харченко С.М. Стратегічні напрями розвитку зовнішньоторговельної політики України. *Макроекономіка*. 2014. № 2. С. 14-17.
54. Хоменчук А.І. Сучасний вектор зовнішньоторговельної політики України. *Економічні науки*. 2019. - № 11. С. 5-8.
55. Хомутенко Я.В. Удосконалення експортної політики України та оцінка ефекту зони вільної торгівлі з ЄС на основі гравітаційної моделі. *Вісник ЖДТУ*. 2016. № 2(68). С. 206-212.
56. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2001. 487 с.
57. Чепінога В.Г. Економічна теорія: підручник. К.: Юрін-ком Інтер, 2011. 656 с. URL : [https://pidruchniki.com/1584072039794/politekonomiya/ekonomichna\\_teoriya](https://pidruchniki.com/1584072039794/politekonomiya/ekonomichna_teoriya).
58. Чому поляки та українці почали гірше ставитися один до одного? Наш вибір. Газета для українців у Польщі URL : <https://naszwybir.pl/chomu-polyaku-ta-ukrayintsi-pochaly-girshe-stavytysya-odyn-do-odnogo/>.
59. Шершун А.І. Особливості розвитку міжнародного економічного співробітництва країн у XIX XX ст. *Молодий вчений*. 2019. № 7. С. 9-14.
60. Шкурупій О.В., Гончаренко В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб К.: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
61. Щаленюк О.Є. Державне регулювання діяльності малих підприємств: український та зарубіжний досвід. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2014. № 12 (36). С. 60-64.
62. Эффект масштаба: внутриотраслевая и межотраслевая торговля URL : <https://laws.studio/mirovaya-ekonomika-knigi/effekt-masshtaba-vnutriotraslevaya.html>.

63. Average Salary in Poland 2019. SalaryExplorer URL : <http://www.salaryexplorer.com/salary-survey.php?loc=173&loctype=1#disabled>.

64. Monnari URL : <https://emonnari.pl/>.

65. Patrizia Aryton URL :<https://patrizia.aryton.pl/>.

66. Poland Country Factfile. Euromonitor International/ Strategic Market Research, Data & Analysis URL :<https://www.euromonitor.com/>.

67. Poland: Urbanization from 2007 to 2018. Statista URL : <https://www.statista.com/>.

68. Polish business and scientists team up against air pollution, climate change and harmful lifestyles. Europa.EU. UN Environment Programme Environment for Development. 2018. URL :<https://europa.eu/capacity4dev/unep/blog/polish-business-and-scientists-team-against-air-pollution-climate-change-and-harmful-lifestyles>.

# ДОДАТКИ

## Додаток А

Дата(рік, місяць, число)	2016   01   01		
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "Кіровоградська швейна фабрика "Зорянка"	за ЄДРПОУ	05502700
Територія		за КОАТУУ	3510136600
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво іншого верхнього одягу	за КВЕД	14.13
Середня кількість працівників	431		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	25015 Кіровоградська область м.Кіровоград вул.Євгена Маланюка,2, т.0522-229713		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)			
за міжнародними стандартами фінансової звітності V			

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2015 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	3685	3294	4323
первісна вартість	1011	13312	13310	13451
знос	1012	9627	10016	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	36	24	48

Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>3721</b>	<b>3318</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	235	183	243
Виробничі запаси	1101	235	183	243
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	164	849	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	462	217	605
у тому числі з податку на прибуток	1136	69	69	69
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4517	4437	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2028	1	5573
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	2028	1	5573
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>7406</b>	<b>5687</b>	<b>11203</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>11127</b>	<b>9005</b>	<b>15574</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	775	-748	1378
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>3927</b>	<b>2404</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	20
Довгострокові забезпечення	1520	366	387	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	366	387	439
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>366</b>	<b>387</b>	<b>459</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				

Короткострокові кредити банків	1600	0	1000	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	110	132	45
за розрахунками з бюджетом	1620	253	51	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	342	209	399
за розрахунками з оплати праці	1630	733	400	727
за одержаними авансами	1635	0	30	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	5396	4392	9288
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>6834</b>	<b>6214</b>	<b>10585</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>11127</b>	<b>9005</b>	<b>15574</b>

**Примітки****Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

## Додаток Б

Дата(рік, місяць,  
число)

2016 | 01 | 01

Підприємство

Публічне акціонерне товариство "Кіровоградська  
швейна фабрика "Зорянка"  
(найменування)за  
ЄДРПОУ

05502700

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2015 рік

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	16459	18328
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 14775 )	( 17014 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1684	1314
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	481	762
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 2089 )	( 2162 )
Витрати на збут	2150	( 60 )	( 79 )
Інші операційні витрати	2180	( 1424 )	( 362 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних	2182	0	0

активів і сільськогосподарської продукції			
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( 1408 )	( 527 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	2	2
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 107 )	( 72 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( 1513 )	( 597 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-10	-6
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( 1523 )	( 603 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-1523	-603

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1615	2047
Витрати на оплату праці	2505	10259	11441
Відрахування на соціальні заходи	2510	3808	4285
Амортизація	2515	391	704

Інші операційні витрати	2520	775	788
Разом	2550	16848	19265

#### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-1.1597492	-0.4591784
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-1.1597492	-0.4591784
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

#### Примітки

**Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна

**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

**Додаток В**

Дата(рік, місяць, число)	2017   01   01		
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "Кіровоградська швейна фабрика "Зорянка"	за ЄДРПОУ	05502700
Територія		за КОАТУУ	3510136600
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво іншого верхнього одягу	за КВЕД	14.13
Середня кількість працівників	375		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	25015 Кіровоградська область м.Кіровоград вул.Євгена Маланюка,2, т.0522-229713		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)			
за міжнародними стандартами фінансової звітності V			

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2016 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	3294	6251	4323
первісна вартість	1011	13310	86357	13451
знос	1012	10016	80106	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	24	12	48

Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>3318</b>	<b>6263</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	183	615	243
Виробничі запаси	1101	183	614	243
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	1	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	849	0	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	217	412	605
у тому числі з податку на прибуток	1136	69	69	69
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4437	291	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1	445	5573
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	1	445	5573
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>5687</b>	<b>1763</b>	<b>11203</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>9005</b>	<b>8026</b>	<b>15574</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	3160	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-748	-737	1378
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>2404</b>	<b>5575</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	20
Довгострокові забезпечення	1520	387	449	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	387	449	439
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>387</b>	<b>449</b>	<b>459</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				

Короткострокові кредити банків	1600	1000	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	132	440	45
за розрахунками з бюджетом	1620	51	133	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	209	412	399
за розрахунками з оплати праці	1630	400	834	727
за одержаними авансами	1635	30	25	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	4392	158	9288
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>6214</b>	<b>2002</b>	<b>10585</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>9005</b>	<b>8026</b>	<b>15574</b>

**Примітки****Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

## Додаток Г

Дата(рік, місяць,  
число)

2017 | 01 | 01

Підприємство

Публічне акціонерне товариство "Кіровоградська  
швейна фабрика "Зорянка"  
(найменування)за  
ЄДРПОУ

05502700

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2016 рік

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	20859	16459
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 17994 )	( 14775 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	2865	1684
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	877	481
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 2293 )	( 2089 )
Витрати на збут	2150	( 59 )	( 60 )
Інші операційні витрати	2180	( 1291 )	( 1424 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних	2182	0	0

активів і сільськогосподарської продукції			
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	99	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( 0 )	( 1408 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1	2
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 89 )	( 107 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	11	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( 0 )	( 1513 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	-10
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	11	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( 0 )	( 1523 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	3160	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	3160	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	3160	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	3171	-1523

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	3687	1615
Витрати на оплату праці	2505	11512	10259
Відрахування на соціальні заходи	2510	4188	3808
Амортизація	2515	365	391

Інші операційні витрати	2520	483	775
Разом	2550	20235	16848

#### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.0083764	-1.1597492
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.0083764	-1.1597492
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

#### Примітки

**Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна

**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

## Додаток Д

Дата(рік, місяць, число)	2018   01   01		
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "Швейна фабрика "Зорянка"	за ЄДРПОУ	05502700
Територія		за КОАТУУ	3510136600
Організаційно-правова форма господарювання	Публічне акціонерне товариство	за КОПФГ	112
Вид економічної діяльності	Виробництво іншого верхнього одягу	за КВЕД	14.13
Середня кількість працівників	395		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака	25015 Кіровоградська область м. Кропивницький вул.Євгена Маланюка,2, т.0522-229713		
Адреса			

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

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

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	6251	5758	4323
первісна вартість	1011	86357	86765	13451
знос	1012	80106	81007	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0

інші фінансові інвестиції	1035	12	0	48
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>6263</b>	<b>5758</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	615	747	243
Виробничі запаси	1101	614	746	243
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	1	1	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	0	1101	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	412	328	605
у тому числі з податку на прибуток	1136	69	0	69
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	291	293	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	445	1525	5573
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	445	1525	5573
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>1763</b>	<b>3994</b>	<b>11203</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Баланс</b>	1300	8026	9752	15574
---------------	------	------	------	-------

<b>Пасив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітного періоду</b>	<b>На кінець звітного періоду</b>	<b>На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності</b>
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	3160	3158	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-737	352	1378
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>5575</b>	<b>6662</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	20
Довгострокові забезпечення	1520	449	551	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	449	551	439
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>449</b>	<b>551</b>	<b>459</b>

<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	440	326	45
за розрахунками з бюджетом	1620	133	267	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	412	636	399
за розрахунками з оплати праці	1630	834	1228	727
за одержаними авансами	1635	25	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	158	82	9288
<b>Усього за розділом III</b>	1695	2002	2539	10585
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0	0
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	8026	9752	15574

**Примітки**

**Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна

**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

## Додаток Ж

Дата(рік, місяць,  
число)

2018 | 01 | 01

Підприємство

Публічне акціонерне товариство "Швейна фабрика  
"Зорянка"за  
ЄДРПОУ

05502700

(найменування)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2017 рік

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	34870	20859
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 28591 )	( 17994 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	6279	2865
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	1684	877
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	( 0 )	( 0 )
Адміністративні витрати	2130	( 3927 )	( 2293 )
Витрати на збут	2150	( 142 )	( 59 )
Інші операційні витрати	2180	( 2431 )	( 1291 )
Витрат від зміни вартості активів, які	2181	0	0

оцінюються за справедливою вартістю			
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1463	99
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1	1
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(7)	(89)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1457	11
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-368	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1089	11
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	3160
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	3160
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	3160
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1089	3171

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	6685	3687
Витрати на оплату праці	2505	17538	11512
Відрахування на соціальні	2510	6358	4188

заходи			
Амортизація	2515	905	365
Інші операційні витрати	2520	821	483
Разом	2550	32307	20235

#### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.8292625	0.0083764
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.8292625	0.0083764
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

#### Примітки

**Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна

**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

## Додаток 3

Дата(рік, місяць, число)	2019   01   01		
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "Швейна фабрика "Зорянка"	за ЄДРПОУ	05502700
Територія		за КОАТУУ	3510136600
Організаційно-правова форма господарювання	Публічне акціонерне товариство	за КОПФГ	112
Вид економічної діяльності	Виробництво іншого верхнього одягу	за КВЕД	14.13
Середня кількість працівників	405		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака	25015 Кіровоградська область м. Кропивницький вул.Євгена Маланюка,2, т.0522-229713		
Адреса			

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

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2018 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	5758	5976	4323
первісна вартість	1011	86765	87975	13451
знос	1012	81007	81999	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0

інші фінансові інвестиції	1035	0	0	48
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>5758</b>	<b>5976</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	747	1045	243
Виробничі запаси	1101	746	998	243
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	1	47	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1101	1664	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	328	462	605
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	69
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	293	513	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1525	2733	5573
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	1525	2733	5573
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>3994</b>	<b>6417</b>	<b>11203</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Баланс</b>	1300	9752	12393	15574
---------------	------	------	-------	-------

<b>Пасив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітного періоду</b>	<b>На кінець звітного періоду</b>	<b>На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності</b>
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3152	3152	3152
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	3158	3158	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	352	2758	1378
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>6662</b>	<b>9068</b>	<b>4530</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	20
Довгострокові забезпечення	1520	551	1178	439
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	551	1178	439
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>551</b>	<b>1178</b>	<b>459</b>

<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	326	258	45
за розрахунками з бюджетом	1620	267	264	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	636	319	399
за розрахунками з оплати праці	1630	1228	1266	727
за одержаними авансами	1635	0	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	82	40	9288
<b>Усього за розділом III</b>	1695	2539	2147	10585
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0	0
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	9752	12393	15574

**Примітки**

**Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна

**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

## Додаток К

Дата(рік, місяць,  
число)

2019 | 01 | 01

Підприємство

Публічне акціонерне товариство "Швейна фабрика  
"Зорянка"за  
ЄДРПОУ

05502700

(найменування)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2018 рік

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	56564	34870
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 43627 )	( 28591 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	12937	6279
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	3368	1684
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 8675 )	( 3927 )
Витрати на збут	2150	( 534 )	( 142 )
Інші операційні витрати	2180	( 4080 )	( 2431 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних	2182	0	0

активів і сільськогосподарської продукції			
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	3016	1463
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	1
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 7 )	( 7 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	3009	1457
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( 0 )	( 0 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-603	-368
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2406	1089
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( 0 )	( 0 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2406	1089

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	16558	6685
Витрати на оплату праці	2505	26544	17538
Відрахування на соціальні заходи	2510	5700	6358
Амортизація	2515	1008	905

Інші операційні витрати	2520	1956	821
Разом	2550	51766	32307

#### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1313215	1313215
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	1.8321448	0.8292625
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	1.8321448	0.8292625
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

#### Примітки

**Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна

**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

## Додаток Л

Дата(рік, місяць, число)	2020   01   01		
Підприємство	Приватне акціонерне товариство "Швейна фабрика "Зорянка"	за ЄДРПОУ	05502700
Територія		за КОАТУУ	3510136600
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво іншого верхнього одягу	за КВЕД	14.13
Середня кількість працівників	406		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака	25015 Кіровоградська область місто Кропивницький вулиця Євгена Маланюка,2, т.0522-229713		
Адреса			

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

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2019 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000			
первісна вартість	1001			
накопичена амортизація	1002			
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010	5976	6371	4323
первісна вартість	1011	87975	89251	13451
знос	1012	81999	82880	9128
Інвестиційна нерухомість:	1015			
первісна вартість	1016			
знос	1017			
Довгострокові біологічні активи:	1020			
первісна вартість	1021			
накопичена амортизація	1022			
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030			

інші фінансові інвестиції	1035			48
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040			
Відстрочені податкові активи	1045			
Гудвіл	1050			
Відстрочені аквізиційні витрати	1060			
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065			
Інші необоротні активи	1090			
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>5976</b>	<b>6371</b>	<b>4371</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	1045	1196	243
Виробничі запаси	1101	998	440	243
Незавершене виробництво	1102			
Готова продукція	1103	47	756	
Товари	1104			
Поточні біологічні активи	1110			
Депозити перестраховання	1115			
Векселі одержані	1120			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1664	5051	285
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130			
з бюджетом	1135	462	477	605
у тому числі з податку на прибуток	1136			69
з нарахованих доходів	1140			
із внутрішніх розрахунків	1145			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	513	3785	4497
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	2733	115	5573
Готівка	1166			
Рахунки в банках	1167	2733	115	5573
Витрати майбутніх періодів	1170			
Частка перестраховика у страхових резервах	1180			
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182			
резервах незароблених премій	1183			
інших страхових резервах	1184			
Інші оборотні активи	1190			
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>6417</b>	<b>10624</b>	<b>11203</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>			



<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600		3000	
Векселі видані	1605			
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610			
за товари, роботи, послуги	1615	258	808	45
за розрахунками з бюджетом	1620	264	252	126
за у тому числі з податку на прибуток	1621			
за розрахунками зі страхування	1625	319	394	399
за розрахунками з оплати праці	1630	1266	1583	727
за одержаними авансами	1635			
за розрахунками з учасниками	1640			
із внутрішніх розрахунків	1645			
за страховою діяльністю	1650			
Поточні забезпечення	1660			
Доходи майбутніх періодів	1665			
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670			
Інші поточні зобов'язання	1690	40	37	9288
<b>Усього за розділом III</b>	1695	2147	6074	10585
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700			
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800			
<b>Баланс</b>	1900	12393	16995	15574

**Примітки**

**Керівник** Пустовіт Віра Олексіївна

**Головний бухгалтер** Ручка Тетяна Георгіївна

## Додаток М

Дата(рік, місяць,  
число)

2020 | 01 | 01

Підприємство

Приватне акціонерне товариство "Швейна фабрика  
"Зорянка"за  
ЄДРПОУ

05502700

(найменування)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2019 рік

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	55861	56564
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховання	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 46016 )	( 43627 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий: прибуток	2090	9845	12937
Валовий: збиток	2095	( )	( )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	1172	3368
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	( 7222 )	( 8675 )
Витрати на збут	2150	( 942 )	( 534 )
Інші операційні витрати	2180	( 2309 )	( 4080 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрат від первісного визнання біологічних	2182		

активів і сільськогосподарської продукції			
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	544	3016
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( )	( )
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	( )	( 7 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( )	( )
Інші витрати	2270	( )	( )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	544	3009
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( )	( )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-222	-603
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	322	2406
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( )	( )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	322	2406

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	13687	16558
Витрати на оплату праці	2505	32284	26544
Відрахування на соціальні заходи	2510	7161	5700
Амортизація	2515	881	1008

Інші операційні витрати	2520	2238	1956
Разом	2550	56251	51766

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	1313215	1313215
---------------------------------------	------	---------	---------