

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки, підприємництва та туризму

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

ДЕМЯНЧУК ВЛАДИСЛАВ СТАНІСЛАВОВИЧ

УДК 33.330:331

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**«ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА
ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ»**

051 «Економіка»

подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання
на відповідне джерело.

_____ В.С. Демянчук

Керівник роботи
Валінкевич Н.В.
д.е.н., професор

Житомир – 2024

Висновок кафедри

за результатами попереднього захисту _____

Протокол засідання кафедри економіки, підприємництва та туризму

№ 20 від «17» червня 2024 р.

Завідувач кафедри _____

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

«__» _____ 20__ р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти **ДЕМ'ЯНЧУК ВЛАДИСЛАВ СТАНІСЛАВОВИЧ**

(прізвище, ім'я, по батькові)

захистив кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за шкалою ECTS _____

за національною шкалою _____

Секретар ЕК

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Тетяна ДАВИДОВИЧ

(прізвище, ім'я, по батькові)

АНОТАЦІЯ

Демянчук В.С. «Диверсифікація діяльності підприємств на зовнішньому ринку».- Кваліфікаційна робота на правах рукопису. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 051 «Економіка». - Поліський національний університет, Житомир, 2024 р.

В кваліфікаційній роботі проведено аналіз теоретико-методичного інструментарію диверсифікації підприємств при виході на зовнішній ринок. Особливу увагу приділено розумінню сутності поняття «міжнародна конкурентоспроможність підприємства» та конкурентні переваги. Розглянуто види міжнародних конкурентних стратегій, та акцентовано увагу на бар'єрах виходу на ринок. В процесі дослідження виділено чотири групи показників оцінки конкурентоспроможності підприємства та його продукції. Проаналізовано ринок молочної продукції завдяки чому встановлено сегмент, на який можуть вийти вітчизняні товаровиробники. На основі проведеного дослідження рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств виявлено ряд їх конкурентних переваг.

Ключові слова: диверсифікація, конкурентоспроможність, міжнародна конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентні стратегії, бар'єри входження в галузь.

ABSTRACT

V.S. Demyanchuk "Diversification of the activities of enterprises on the foreign market". - Qualification work on manuscript rights. Qualification work for obtaining the Bachelor's degree in specialty 051 «Economics». – Polissia National University, Zhytomyr, 2024.

In the qualification work, an analysis of theoretical and methodological tools in the field of managing the competitiveness of milk processing enterprises was carried out. Particular attention is paid to understanding the essence of the concept of "international competitiveness of the enterprise" and competitive advantages. Types of international competitive strategies are considered, and attention is focused on barriers to entering the market. In the course of the research, four groups of indicators for assessing the competitiveness of the enterprise and its products were selected. The market of dairy products was analyzed, thanks to which a segment was established that domestic producers can enter. On the basis of the conducted research on the level of competitiveness of domestic milk processing enterprises.

Key words: competitiveness, international competitiveness, competitive advantages, competitive strategies, barriers to entry into the industry.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК	8
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ СП «ВІТМАРК-УКРАЇНА» ТОВ	14
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства- суб'єкта ЗЕД	14
2.2. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства	18
2.3. Оцінка сучасного стану та напрямів диверсифікації діяльності підприємства на зовнішньому ринку	21
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ СП «ВІТМАРК-УКРАЇНА» ТОВ	266
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	355
СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.....	377
ДОДАТКИ.....	400

ВСТУП

Актуальність теми. Найбільш перспективним є розвиток компанії на основі інновацій, зокрема диверсифікація є одним із підходів, який може підвищити конкурентоспроможність компанії на зовнішніх ринках. Тому розвиток і впровадження диверсифікації є одним із факторів, що впливає на здатність підприємства протистояти поширенню кризових процесів і дає змогу забезпечити більш-менш стабільну діяльність навіть у разі зниження загальної ділової активності. Стратегія диверсифікації стає одним із стратегічних напрямків розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Стратегія диверсифікації охоплює всі сфери діяльності компанії і дозволяє діяти таким чином, щоб закріпити свої позиції в різних галузях і забезпечити прибутки на міжнародних ринках. Актуальність теми дослідження полягає в тому, що використання стратегії диверсифікації дає багато переваг, однак слід зазначити, що диверсифікація, як і будь-який економічний процес, має ряд обмежень, які необхідно враховувати при виборі саме цієї стратегії для розвитку компанії на зовнішньому ринку.

Теоретичні основи диверсифікації та аспекти функціонування диверсифікованих компаній досліджували багато вітчизняних науковців, зокрема В.Г. Андрійчук, О.С. Вітковський, Т.О. Зінчук, О.В. Зоренко, М.Д. Корінько, О.О. Комліченко, С.М. Попова, Н.І. Степаненко, М.Й. Хорунжий, А.А. Чухно, О.О. Шарко та інші. Проте, незважаючи на певне збільшення наукових робіт із зазначеної тематики останнім часом, питання диверсифікації діяльності компаній на зовнішньому ринку ще не до кінця вивчено.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка науково-методичних підходів та формування практичних рекомендацій щодо механізму диверсифікації діяльності підприємств на зовнішньому ринку.

Відповідно до мети сформовано наступні завдання:

- вивчити теоретичні основи диверсифікації підприємств при виході на зовнішній ринок;

- надати організаційно-економічну характеристику діяльності підприємства-суб'єкта ЗЕД;

- здійснити оцінку зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства;

- представити оцінку сучасного стану та напрямів диверсифікації діяльності підприємства на зовнішньому ринку;

- обґрунтувати напрями розвитку диверсифікації діяльності підприємства на зовнішньому ринку.

Об'єктом дослідження є процес диверсифікації діяльності на зовнішньому ринку підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних підходів щодо диверсифікації діяльності на зовнішньому ринку підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

Методи дослідження. Зокрема, у дослідженні використовувалися такі методи загальнонаукового пізнання економічних процесів: дедукція, індукція, синтез, аналіз, синергетичний підхід, а також методи теоретичного узагальнення та порівняння; статистичний аналіз; системний підхід.

Інформаційна база дослідження включала законодавчі та нормативні акти з питань економіки та ЗЕД, наукову літературу з проблем теорії та практики диверсифікації, а також дані фінансової та управлінської звітності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

Публікації. Основні результати дослідження викладені в двох працях загальним обсягом 0,36 ум. друк. арк.:

1. Дем'янчук В.С., Ковальчук А.В. Види міжнародних стратегій конкурентних переваг. Наукові читання – 2024: зб. наукових праць працівників, докторантів, аспірантів та молодих вчених ННІ менеджменту, бізнесу і права Поліського національного університету. Житомир: Поліський національний університет, 2024. С. 121-123

2. Дем'янчук В.С., Ковальчук А.В. Рівні міжнародної конкуренції в сучасному просторі та шляхи досягнення. Механізм управління розвитком

територій: зб. наукових праць у 2 ч. Ч 2. Житомир: Поліський національний університет, 2023. С. 162-164.

Практичне значення мають такі розробки: методика формування стратегії диверсифікації підприємства діяльності на зовнішньому ринку, обґрунтування економічної ефективності проекту диверсифікації розвитку на підприємстві.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел, 4 додатки. Робота викладена на 38 сторінках комп'ютерного тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Інтеграція України у світовий ринковий простір потребує ефективного управління маркетинговою діяльністю вітчизняних компаній. Впровадження інструментів міжнародного маркетингу в практику управління бізнесом принципово змінює підходи до розуміння мети діяльності, завдань, методів реалізації та засобів їх досягнення. Змінюється сама філософія управління маркетинговою діяльністю вітчизняної компанії. Для надання компаніям і організаціям, що виробляють конкурентоспроможну продукцію, права виходу на міжнародний ринок, необхідні нові підходи до управління міжнародною діяльністю, а саме диверсифікація виробництва, яка дозволяє: збільшити продажі та збільшити прибуток; зменшити залежність від історії продажів окремого товару; підвищити ступінь утилізації відходів діючого виробництва [15, с.60].

Тільки ті компанії, які застосовують стратегію міжнародної диверсифікації як технологію досягнення успіху в економічній діяльності та активно впроваджують у свою міжнародну практику маркетингові прийоми, інструменти та стратегії, що відповідають змінам у маркетинговому середовищі, можуть успішно функціонувати як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Тому дослідження різноманітних аспектів управління зовнішньоекономічною діяльністю, особливо на корпоративному рівні як головній і головній ланці зовнішньоекономічного комплексу країни, представляє сьогодні великий практичний інтерес [3, с.175].

У сучасних економічних умовах ефективність маркетингової діяльності підприємства повинна бути зосереджена на наступальних стратегіях, здатних вивести підприємства на новий рівень управління та

підтримувати на належному рівні їх фінансову стійкість і платоспроможність, тобто забезпечити ефективне функціонування в єдиному конкурентному середовищі.

Серед існуючих стратегічних альтернатив такі перспективи можуть бути забезпечені шляхом диверсифікації їх діяльності як стратегії різнобічного розвитку, що в свою чергу забезпечує надійний вихід на зовнішні ринки збуту [2, с.16].

Ефективність диверсифікації безпосередньо залежить від своєчасного орієнтування на затребувані та конкурентоспроможні види товарів, робіт і послуг. Диверсифікація (лат. *diversificatio* - зміна, різноманітність; від лат. *different* і *facere* – робити) мають різні тлумачення (Додаток А.1).

Найбільш правильним, на наш погляд, є визначення диверсифікації як процесу розвитку діяльності підприємства, пов'язаного зі збільшенням асортименту видів і проникненням нових сфер діяльності, освоєнням нових виробництв, розширенням виробництва товарного асортименту, що включає не тільки диверсифікацію товарних груп, але й розширення підприємницької діяльності на нові сфери, не пов'язані з основною діяльністю компанії.

Рішення щодо застосування диверсифікації діяльності компанії на зовнішньому ринку, тобто розширення діяльності компанії на нові міжнародні ринки збуту, включають розгляд наступних питань: чи дає новий напрямок (галузь) кращі можливості отримання прибутку порівняно з можливостями в галузі, в якій компанія вже працює, і чи може компанія конкурувати з існуючими компаніями на ринку.

Є багато причин, які змушують компанії та їх керівників приймати рішення щодо диверсифікації. Основні причини прийняття рішення про диверсифікацію діяльності підприємства: часткове використання ресурсів, зниження прибутку від основного виробництва, зниження попиту на продукцію, створення нових робочих місць, постійне зростання

конкуренції та НТП (науково-технічний прогрес).

У ході дослідження було визначено низку факторів, що визначають вибір стратегії диверсифікації, та виділено найбільш важливі для діяльності вітчизняних компаній в сучасних умовах господарювання (Додаток А.2).

Після вибору компанії, яка найкраще відповідає конкурентним перевагам і потенціалу компанії на зовнішньому ринку, логічно постає питання про форми присутності на цьому ринку і, отже, стратегії виходу на цей ринок. Міжнародна ділова практика виділяє три основні стратегії виходу на зовнішній ринок: експорт, спільне підприємництво, прямі інвестиції [9, с. 105].

При експортній стратегії виробництво залишається на національній території, що має свої недоліки та переваги. Спільні підприємства та прямі інвестиції потребують організації виробництва за кордоном. При цьому деякі форми спільного підприємництва реалізуються на основі договірних угод без додаткових інвестицій, а спільна власність і прямі інвестиції передбачають інвестиції, тобто довгострокові капітальні вкладення в підприємства, соціально-економічні програми, підприємницькі та інноваційні проекти. Це визначає виділення контрактних та інвестиційних форм у стратегії виходу на зовнішній ринок.

Глобальними напрямками маркетингових стратегій є сегментація, диверсифікація та інтернаціоналізація діяльності компанії.

За Ф. Котлером, виділяють три типи процесів диверсифікації [25, с.19]:

1. Концентричний (вертикальний) - компанія виробляє товари, які пов'язані з наявними товарами компанії як в технологічному, так і в маркетинговому відношенні. Наприклад, концерн General Motors, який характеризується найвищою вертикальною диверсифікацією - його власна продукція становить близько 65% загальної вартості автомобіля.

Переваги концентричної диверсифікації: забезпечення постачання

технічними і матеріальними ресурсами; тісний контакт з кінцевими споживачами; контроль всього ланцюжка виробництва - від сировини до готового продукту; стабільність ділових відносин всередині компанії.

Недоліки концентричної диверсифікації: постійне вдосконалення виробництва вимагає значних витрат, що стає основною причиною того, що вартість ресурсів є вищою за середньоринкову; негативні зміни зовнішнього середовища безпосередньо впливають на взаємозалежність підрозділів і погіршують становище компанії; Зменшення впливу конкуренції через обмеженість ринку збуту.

Сьогодні спостерігається тенденція до зниження рівня концентричної диверсифікації: компанії самостійно виробляють меншу кількість комплектуючих і комплектуючих – купують їх на ринку [25, с.20].

2. Горизонтальна диверсифікація – розширення власного асортименту за рахунок продуктів, які не мають відношення до виробництва, але викликають інтерес у існуючих клієнтів. Горизонтальна диверсифікація полягає у відкритті нових ринків і бізнес-сфер, які відповідають потребам існуючих клієнтів.

Переваги горизонтальної інтеграції полягають у різноманітному аналізі та задоволенні потреб споживачів, що призводить до синергетичного ефекту – сукупність видів діяльності дає більший ефект, ніж окремі види діяльності. Дія стратегії горизонтальної диверсифікації виражається в тому, що види бізнесу, в яких працює компанія, підсилюють один одного [28, с.114].

Ринок збуту, який всебічно охоплює компанія, раптово стає меншим, і тоді орієнтація діяльності повинна бути кардинально змінена.

3. Конгломератна диверсифікація - поповнення асортименту підприємства продукцією, не пов'язаною ні з застосовуваними технологіями, ні з ринками, на яких працює підприємство, ні з існуючими потребами споживачів. Такий вид диверсифікації вимагає найбільших

фінансових витрат і може використовуватися тільки великими прибутковими компаніями. Компанія розширюється, виробляючи технологічно незалежні товари, які продаються на нових ринках. Це одна з найскладніших стратегій розвитку. Дуже часто ця стратегія реалізується через поглинання компаній, а не через створення нових компаній для роботи на невідомому ринку [30, с. 115].

Недоліки конгломератної диверсифікації: Труднощі в регулюванні різних видів бізнесу та підрозділів; складність аналізу стратегічних проблем; проблемність оцінки стратегічних планів [11, с.8].

Окрім переваг, диверсифікація також несе з собою певні проблеми. Основна причина – можливе збільшення адміністративних витрат і зниження адміністративної ефективності. Це є наслідком ускладнення організаційної структури створеного холдингу та появи «відцентрових сил», породжених менеджерами компанії, нестабільного зовнішнього середовища, що створює додаткові труднощі диверсифікації для українських компаній.

На нашу думку, диверсифікацію слід використовувати для використання стратегічного потенціалу та досягнення збалансованого економічного та технологічного результату. Якщо диверсифікація компанії буде успішно реалізована при виході на зовнішні ринки, ми матимемо такі стратегічні переваги [2; 14]:

1) реалізація синергетичного потенціалу, закладеного у прибутковість, яка за рахунок розміру збільшує можливість підвищення ефективності використання ресурсів компанії, що підвищує ринкову владу та конкурентоспроможність компанії, але може не бути синергії, якщо ринки, на яких працює компанія, не пов'язані;

2) стабілізація доходів і зниження фінансових ризиків (за рахунок збільшення обсягу доходів);

3) технологічні впровадження (НДДКР, взаємопроникнення технологій тощо).

Таким чином, використання вітчизняними компаніями диверсифікації як виходу на зовнішні ринки пов'язане з необхідністю пошуку та використання ефективних засобів визначення складових комплексу маркетингу, видів міжнародного маркетингу та організації персоналу для здійснення маркетингової діяльності в умовах глобалізації. На внутрішньому ринку, коли знижується попит і наявність конкурентних товарів, міжнародний маркетинг дозволяє компаніям стабілізувати продажі товарів, а також є одним із засобів захисту від іноземних конкуруючих товарів.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ СП «ВІТМАРК-УКРАЇНА» ТОВ

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства-суб'єкта ЗЕД

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ - українська холдингова компанія, лідер українського ринку з продажу фруктових та овочевих соків і пюре для дитячого харчування. Компанія є лідером в категорії соків і нектарів. Штаб-квартира знаходиться в Одесі. Керівником та засновником компанії є Віталій Вінницький [18].

Організаційно-правова характеристика товариства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ представлено в Додатку Б.1.

Так, контрагент СП «Вітмарк-Україна» ТОВ зареєстрований 9 серпня 2001 року за юридичною адресою: Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, с. Степанівка, вул. Миру, будинок 144. Розмір статутного капіталу 88056 тис. грн. На момент останнього оновлення даних статус організації - не був у процесі припинення [23].

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ засновано в 1994 році на базі Одеського консервного заводу дитячого харчування, який працював з 1928 року. У 1990-х роках компанія реалізувала програму реконструкції та розширення виробничих потужностей ОКЗДХ. Фабрика оснащена італійським, фінським, шведським та німецьким обладнанням.

У травні 1995 року була випущена перша упаковка соку Jaffa. Цей продукт був упакований в картонну упаковку TetraPak. У 2002 році компанія запустила лінію соків під торговою маркою «Одеський консервний завод дитячого харчування». З 2009 року сік носить назву «Наш сік». У 2003 році до складу підприємства увійшов Рахнянсько-Лісовий консервний завод, який став основним центром переробки овочів

і фруктів для продукції, що випускається. У 2007 році розпочато виробництво дитячих соків «Чудо-Чудо», а з 2008 року - води «Акварте». Восени 2010 року компанія почала випускати соки для дітей під торговою маркою Jusik. У 2013 році розпочато виробництво соків прямого віджиму «Прямо сік» [18].

У цьому ж році СП «Вітмарк-Україна» ТОВ пройшло сертифікацію за ISO 9001:2008 та управління безпечністю харчових продуктів за ISO 22000:2005, а в 2016 році - сертифікаційний аудит на відповідність цим стандартам. Бренд пропонує наступні продукти: соки та нектари Jaffa, фруктові-ягідні пюре-смузі Jaffa Fruit Pouch без додавання цукру, сокові напої Jaffa Vital, збагачені вітамінами та рослинними екстрактами, фруктові коктейлі Jaffa Smoothy.

У 2015 році СП «Вітмарк-Україна» ТОВ посіло друге місце у списку компаній, що формують бюджет та мають стратегічне значення у формуванні економічного потенціалу Одеської області.

На підприємствах працюють комплексні технологічні лінії для виробництва готової продукції: 13 ліній Tetra Пак, 1 лінія гарячого розливу ПЕТ, 1 лінія розливу соку в скляну тару, лінія для виробництва дитячого харчування, лінія Gualarack, а також ряд ліній для виробництва пюреподібних і концентрованих напівфабрикатів. Компанія виробляє всі види концентрованих соків і пюре з місцевих овочів і фруктів і закуповує тропічну сировину.

Регіональні офіси компанії розташовані в найбільших містах України, зокрема в Києві, Одесі, Харкові, Львові, Рівному, Дніпрі, Хмельницькому, Запоріжжі, Миколаєві.

До складу холдингу входять [18]:

- СП «Вітмарк-Україна» ТОВ – основна виробничо-експлуатаційна одиниця холдингу;

- ПАТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» (ОКЗДХ) - розробляє рецептури та контролює якість продукції, що

випускається;

- Кучурганський завод - є основним виробничим підприємством холдингу. Завод виробляє всі види продукції підприємства, а також переробляє фрукти, ягоди та овочі;

- Рахнянсько-Лісовий консервний завод - є центральним підприємством, яке переробляє сировину для подальшого виробництва продукції заводу.

На успіх СП «Вітмарк-Україна» ТОВ вплинув багаторічний досвід та використання сучасних технологій. Потужності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ оснащені сучасним обладнанням. Компанія використовує власний фруктовий досвід.

На підприємствах СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснюється [18]:

- виробництво соків;
- виробництво дитячого харчування;
- виробництво функціональної води;
- виробництво холодного чаю;
- виробництво рослинної альтернативи молоку.

Місія та стратегічні цінності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ представлені в Додатку Б.2.

СП «Вітмарк-Україна» отримало більше 60 нагород на дегустаційних конкурсах за смак, якість, інноваційні технології, а також на міжнародних виставках [18]. Політика корпоративного розвитку До складу СП «Вітмарк-Україна» ТОВ входять:

- компанія орієнтована на людей і прагне популяризувати здоровий спосіб життя своїх споживачів, випускаючи продукцію найвищої якості;
- компанія цінує здатність своїх керівників сприяти професійній реалізації всіх членів команди;
- компанія спрямовує свою діяльність на розвиток в рамках організаційного розвитку всіх своїх співробітників;
- компанія орієнтована на процесний підхід, тобто кожен ставиться

до колеги на наступному етапі роботи як до внутрішнього споживача;

- компанія постійно розвивається та впроваджує інноваційні продукти, відкрита до нового та готова до змін;

- компанія прагне працювати максимально ефективно та раціонально використовувати людські, інформаційні, матеріальні та фінансові ресурси;

- як спільнота, яка бажає навчатися та підвищує свою цінність за рахунок постійного зростання та професіоналізму кожного співробітника, покращення взаємодії між внутрішніми відділами та використання передових технологій;

- кінцевою метою реалізації політики компанії у сфері якості та безпечності харчових продуктів є створення продукції, що відповідає постійно мінливим запитам споживачів на основі високої корпоративної культури;

- головною стратегічною метою є лідерство на ринку соків за рахунок постійного збільшення обсягів готової продукції, її якості та безпеки, а також постійного вдосконалення та впровадження передових технологій для задоволення запитів споживачів.

Перш за все необхідно розрахувати основні економічні показники СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за даними додатку Б.3.

Аналіз показав, що компанія СП «Вітмарк-Україна» ТОВ діє прибутково, про що свідчать дані показників чистого доходу від реалізації продукції, чистого прибутку. Зокрема в 2018 році чистий дохід від реалізації продукції становив 40912 тис.грн. В 2022 році відбулося збільшення чистого доходу на 29212 тис.грн або на 71,40% в порівнянні з 2018 роком, що склало 70124 тис.грн.

Чистий прибуток підприємства є значним, і як позитивне слід відмітити його зростання в 2018-2022 роках. Якщо в 2018 році він становив 3404 тис.грн., то в 2022 році значення цього показника становило 7676 тис.грн. або 125,50 % рівня 2018 року. Слід відзначити, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є рентабельним, однак в 2019 році спостерігалась тенденція до зниження рівня

рентабельності в порівнянні з 2018 роком.

Таким чином, результати аналізу основних показників рентабельності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ дають змогу стверджувати, що підприємство є ефективним та покриває власні витрати за рахунок власних доходів, що відображається у зростанні чистий дохід. Результати аналізу фінансового стану підприємства дозволили визначити, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має надзвичайно стабільне становище за співвідношенням власного капіталу та короткострокових зобов'язань.

2.2. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства

Результати проведених розслідувань підтвердили, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснює зовнішньоекономічну діяльність у сфері виробництва та експорту продукції власного виробництва (фруктово-овочевих соків та пюре для дитячого харчування). Основою зовнішньоекономічної діяльності підприємства є експорт продукції до провідних країн світу.

Тому при діагностиці зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно провести аналіз: динаміки структури чистого доходу від експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за період 2018-2022 рр., географічної структури експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2018-2022 рр., динаміка чистого доходу за видами структури експортної діяльності, частки в чистому прибутку від експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

Динаміка структури чистого доходу СП «Вітмарк-Україна» ТОВ в цілому та від експортної діяльності зокрема у 2018-2022 рр. наведена у Додатку Б.4.

За результатами аналізу встановлено, що чистий дохід компанії від експортної діяльності стабільно зростає протягом 2018-2022 років. У 2022 році чистий дохід від експортної діяльності зріс на 16749 тис. грн. або на 73,75%, що еквівалентно 39459 тис. грн. Частка чистого доходу від експортної

діяльності в загальному чистому доході підприємства за період 2018-2022 років коливається від 53,14% до 58,17%, що свідчить про експортоорієнтовану орієнтацію СП «Вітмарк-Україна» ТОВ на зовнішньоекономічну діяльність. Обсяг реалізації продукції на внутрішньому ринку України у 2022 році склав 30665 тис. грн, що склало 43,73% від загального обсягу продажів компанії.

Динаміка та структура експортної діяльності в географічному регіоні СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за період 2018-2022 рр. представлена в Додатку Б.5.

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є лідером з експорту соків та напоїв в Україну. Компанія експортує більш ніж в 48 країн. Аналіз показав, що найбільший обсяг експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснювався з контрагентами з Латвії, Молдови, Грузії та Литви. Так, обсяг експорту продукції до Латвії у 2022 році зріс на 2365 тис. грн або на 130,1%, що відповідало 4182 тис. грн.; до Молдови - збільшився на 2134 тис. грн., або на 134,3 %, що відповідало 3723 тис. грн.; до Грузії - збільшився на 1901 тис. грн., або на 139,4 %, що відповідає 3264 тис. грн. Дещо менші значення обсягу експорту продукції було здійснено до інших країн, таких як Ірак, Польща, Ізраїль та Таджикистан. Слід зазначити, що торік обсяги експорту продукції до Білорусі значно скоротилися, що, ймовірно, пов'язано з ускладненнями митно-тарифного регулювання поставок продукції до цієї країни.

Аналіз показав, що найбільша питома частка чистого доходу від зовнішньоекспортної діяльності компанії в період 2018-2021 років була забезпечена за рахунок торгових операцій з Латвією та Молдовою. Їхні частки у 2022 році становили 10,6% та 9,4% відповідно.

Динаміку та структуру експортної діяльності за видами продукції на СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за період 2018-2022 рр. наведено у Додатку Б.6.

За результатами аналізу даних у додатку можна зробити висновок, що більшу частину чистого доходу від експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ отримано від реалізації соків ТМ «Наш Сік», а саме на суму 6842 тис. грн., що на 2827 тис. грн., або на 70,4% більше, ніж у 2018 році. Також експортовано соків ТМ «Jaffa» на суму 6834 тис. грн., що на 2392 тис.

грн., або на 53,9% більше, ніж у 2018 році. 2018 р. При цьому в динаміці найбільше зростання обсягів експорту в аналізованому періоді спостерігалось за такими видами продукції: дитяче харчування ТМ «Чудо-Чудо» – на 3933 тис. грн. або на 187,6% ; Нектар дитячий «Джусік» – на 2078 тис. грн. або на 171,4%; молоко рослинне «Vega Milk» - на 1513 тис. грн. або на 122,2%.

Аналіз показав, що найбільшу питому частку чистого доходу від експортної діяльності компанії у 2018 році припадає на продаж соків ТМ «Наш Сік», у 2018 році – 17,7%, у 2019 році – 18,2%, у 2020 році – 17,2% 2021 - 16,7%, у 2022 році – 17,3%. Найменшу частку чистого доходу від експортної діяльності компанія у 2022 році отримала від реалізації фруктових напівфабрикатів – 5,0% та води ТМ «Акварт» -3,8% .

У рамках питань дослідження аналізуємо ефективність зовнішньоекономічної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Для цього необхідно розрахувати основні показники доходів і витрат, які СП «Вітмарк-Україна» ТОВ отримує від експортної діяльності та порівняти їх для визначення чистого фінансового результату.

Динаміка показників ефективності зовнішньоекономічної експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за 2018-2022 рр. представлена у Додатку Б.7.

За результатами проведених досліджень встановлено, що зовнішньоекономічна діяльність СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснюється досить раціонально. Зокрема, чистий дохід від реалізації експортної продукції у 2022 році склав 39459 тис. грн., що на 16749 тис. грн., або на 73,75% більше, ніж у 2018 році.

Крім того, загальна вартість експорту продукції зросла на 14371 тис. грн або на 68,33%, що на 35403 тис. грн. Таким чином, темп зростання чистого доходу перевищує темп зростання загальних витрат, що будемо вважати свідченням підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Аналіз показав, що чистий прибуток від зовнішньоекономічної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2022 році має

тенденцію до зростання порівняно з 2018 роком на 2378 тис. грн., або на 141,70%.

Таким чином, рентабельність зовнішньоекономічної діяльності виражається відношенням чистого прибутку до суми чистого доходу від реалізації експортної продукції. Зафіксовано певне підвищення ефективності експортних операцій, а саме на 2,89 пункти, що свідчить про результативність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Слід зазначити, що спостерігаються певні негативні зрушення в структурі загальних витрат від здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Тому відзначено значне зростання частки витрат на збут у загальній собівартості експортної продукції. Виявлені зрушення можуть опосередковано свідчити про певні проблеми в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю, що потребують їх оптимізації СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

2.3. Оцінка сучасного стану та напрямів диверсифікації діяльності підприємства на зовнішньому ринку

Визначити основні напрями диверсифікованого розвитку компанії на міжнародному ринку можна за допомогою матриці Бостонської консалтингової групи (The Boston Consulting Group). Це допомагає визначити напрями, на які компанія повинна звернути увагу в довгостроковому плануванні. Вихідні дані для побудови матриці БКГ наведені в Додатку Б.8.

Відносна частка ринку для кожного товару розраховується за формулою [24, с. 78]:

$$Чт = ОП_{он} / ОП_{нк}, \quad (2.1)$$

де $ОП_{он}$ – обсяг продажів базового підприємства; $ОП_{нк}$ – обсяг продажів найбільшого конкурента.

Горизонтальна вісь відповідає відносній частці ринку. Оцінка частки ринку є результатом аналізу продажів усіх учасників галузі. Відносна частка

ринку розраховується із відношення власних продажів до продажів найсильнішого конкурента або трьох найсильніших конкурентів залежно від ступеня концентрації на конкретному ринку [27, с.148].

Вертикальна вісь відповідає темпу зростання ринку. Координатний простір визначається темпами зростання всієї продукції підприємства від максимального до мінімального, мінімальне значення може бути негативним, якщо темп зростання негативний.

Розраховані значення заносимо в таблицю і отримуємо матрицю БКГ (Додаток Б.9).

Щоб проілюструвати результати, ми створили малюнок у Додатку Б.10, який показує розподіл діяльності компанії, включаючи міжнародну конкурентну позицію таких продуктів, як рослинне молоко.

Використовуючи матрицю БКГ, отримуємо такі результати [13; 14]:

1. До «зірок» відноситься дитяче харчування. Ці продукти потребують внутрішньої підтримки. Такі продукти приносять більше прибутку, але знову ж таки вимагають великих ресурсів і фінансування.

2. «Дійна корова» - це соки та холодні напої, які характеризуються високим прибутком, який можна використовувати для фінансування інших проектів.

3. «Собаки» – в компанії не знайдено товарів з цієї галузі.

4. «Знак питання» - це рослинний замінник молока, розвиток якого на міжнародних ринках потребує інвестицій. Так, суб'єкти господарювання, рослинне молоко від «Vega Milk» СП ТОВ «Вітмарк - Україна» розташоване у верхньому лівому квадраті матриці БКГ і називається «знак питання». Швидке зростання промислового ринку робить цей продукт привабливим. Однак частка ринку невелика. Рослинне молоко «Vega Milk» від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ викликає сумніви в здатності успішно конкурувати з більшими та ефективнішими конкурентами – звідси й назва «знак питання» або «проблемна дитина». Потреби «Vega Milk» у грошових коштах є високими (через великі інвестиції, необхідні для фінансування швидкого зростання та

розробки нових продуктів), а внутрішні можливості залучення грошових коштів є незначними (через низьку частку внутрішнього ринку та низьку маржу прибутку).

Ми вважаємо, що два найкращі стратегічні варіанти диверсифікованого розвитку рослинного молока «Vega Milk» СП ТОВ «Вітмарк-Україна» на міжнародному ринку такі:

1) агресивні інвестиції та стратегія розширення, використовуючи можливості для швидкого зростання на міжнародних ринках;

2) відмова від цього продукту в тому випадку, якщо витрати, пов'язані з розширенням потужностей і отриманням частки на міжнародному ринку, переважають потенційну віддачу і фінансовий ризик.

Тому, якщо СП «Вітмарк-Україна» ТОВ не вдасться успішно реалізувати стратегію стрімкого зростання та досягти значного збільшення частки ринку, йому не можна сподіватися на успішну вартісну конкуренцію з більшими компаніями на міжнародному ринку рослинного молока.

Виробництво рослинного молока є одним із перспективних напрямів диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Рослинне молоко виробляється компанією за передовою технологією під торговою маркою «Vega Milk» [18].

При виробництві «Vega Milk» компанія не використовує інгредієнти тваринного походження. Натомість – зернові, горіхи та фрукти. Кілька років технологи СП «Вітмарк-Україна» ТОВ спільно з європейськими фахівцями працювали над рецептами, щоб зробити «Vega Milk» не тільки смачним, але й надзвичайно корисним. Тому що цінна клітковина зерна, вітаміни, мінерали, амінокислоти – все найцінніше, що природа дала рослинам, повністю збережено у складі «Vega milk».

Основа продукту - борошно, тому вкрай важливо ретельно підбирати найкращий помел. Від цього залежить якість кінцевого продукту. Обов'язковою вимогою до цього компонента є його придатність і відповідність виробництву продуктів дитячого харчування.

Основою формування міжнародної конкурентоспроможності продукції з рослинного молока «Vega Milk» є унікальна технологія переробки сировини та отримання високоякісного продукту [10].

Динаміка структури чистого доходу СП «Вітмарк-Україна» ТОВ в цілому від зовнішньоекономічної діяльності та від експорту рослинного молока «Vega Milk» зокрема за період 2018-2022 рр. представлена в Додатку Б.11.

За результатами аналізу було встановлено, що чистий дохід компанії від експорту рослинного молока «Vega Milk» лише зріс у період 2018-2022 років, що свідчить про перспективність даного виду продукції. У 2022 році чистий дохід від експортної діяльності рослинного молока «Vega Milk» зріс на 1512 тис. грн., або на 122,13%, що відповідало 2750 тис. грн. Частка чистого доходу від експорту рослинного молока «Vega Milk» у загальному чистому доході компанії за період 2018-2022 років знаходиться в діапазоні від 5,45% до 6,97%.

Динаміка та структура експорту рослинного молока «Vega Milk» у географічному регіоні СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у період 2018-2022 рр. представлена у Додатку Б.12.

Аналіз показав, що найбільший обсяг експорту рослинного молока «Vega Milk» становить СП «Вітмарк-Україна» ТОВ з контрагентами з Китаю, США та Польщі. Так, обсяг експорту продукції до Китаю у 2022 році зріс на 570 тис. грн або на 167,1%, що відповідало 912 тис. грн.; до США збільшився на 373 тис. грн., або на 87,2 %, що відповідало 801 тис. грн.; до Польщі зріс на 269 тис. грн., або на 183,7%, що відповідає 416 тис. грн. Дещо менші значення обсягів експорту продукції були зроблені до інших країн, таких як Молдова, Латвія та Литва. Аналіз показав, що найбільшу питому частку чистого доходу від експорту рослинного молока «Vega Milk» компанії в 2018-2021 роках забезпечили торговельні операції з Китаєм і США. Їхні частки у 2022 році становили 33,2% та 29,1% відповідно.

Динаміку та структуру експортної діяльності заводського молочного асортименту «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у період 2018-2022 рр. наведено у Додатку Б.13.

За результатами аналізу даних табл. можна зробити висновок, що найбільшу частину чистого доходу від експорту рослинного молока «Vega Milk» СП ТОВ «Вітмарк-Україна» отримало від реалізації зернових напоїв, у сумі 1043 тис. грн., тобто 621 тис. грн. або на 146,9% більше, ніж у 2018 році. Значним є експорт зернових та горіхових напоїв на суму 631 тис. грн., що на 391 тис. грн., або на 163,6% більше, ніж у 2018 році. У динаміці найбільший приріст обсягів експорту рослинного молока «Vega Milk» у аналізованому періоді спостерігався за такими видами продукції: зернові напої – на 621 тис. грн., або на 146,9%; злаково-горіхових напоїв - на 391 тис. грн., або на 163,6%; злаково-фруктові напої – на 263 тис. грн. або на 122,8%.

Динаміка показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності з експорту рослинного молока «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за 2018-2022 рр. представлена в Додатку Б.14.

За результатами проведених досліджень встановлено, що зовнішньоекономічна діяльність з експорту рослинного молока «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ здійснюється досить раціонально. Зокрема, чистий дохід від експорту рослинного молока «Vega Milk» у 2022 році склав 2750 тис. грн., що на 1512 тис. грн., або на 122,13% більше, ніж у 2018 році. Загальну вартість експорту рослинного молока «Vega Milk» також збільшив на 1421 тис. гривень або на 126,01%, що еквівалентно 2548 тис. грн. Аналіз показав, що чистий прибуток від експорту рослинного молока «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2022 році має тенденцію до зростання на 91 тис. грн. або на 82,58% порівняно з 2018 роком. Рентабельність експорту рослинного молока «Vega Milk» становила 7,34% у 2022 році, що на 1,59 пункту нижче рівня 2018 року. Таким чином, ефективність експорту рослинного молока «Vega Milk» має тенденцію до зниження, що слід розглядати як негативну тенденцію.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ СП «ВІТМАРК-УКРАЇНА» ТОВ

Вважаємо, що двома найкращими стратегічними варіантами диверсифікованого розвитку виробництва молока «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ на міжнародному ринку є наступні:

1) агресивні інвестиції та стратегія розширення, використовуючи можливості для швидкого зростання на міжнародних ринках;

2) відмова від цього продукту в тому випадку, якщо витрати, пов'язані з розширенням потужностей і отриманням частки на міжнародному ринку, переважають потенційну віддачу і фінансовий ризик.

Тому, якщо СП «Вітмарк-Україна» ТОВ не вдасться успішно реалізувати стратегію стрімкого зростання та досягти значного збільшення частки ринку, йому не можна сподіватися на успішну вартісну конкуренцію з більшими компаніями на міжнародному ринку рослинного молока .

Дослідження показали, що на європейському ринку аналогів рослинного молока склалася ситуація, на якій контрафактна продукція займає досить велику частку цього ринку. Балканські країни займають лідируючі позиції щодо підробленої продукції, як показано в Додатку В.1.

Так, аналіз показав, що питома вага контрафактної продукції, а саме рослинних аналогів молока, на ринку балканських країн досягає 33,6%, що є найвищим відсотком серед усіх регіонів Європи. Найнижчий показник, а саме 4,2%, зафіксований у скандинавських країнах, а також у країнах Західної Європи. Країни Східної Європи та Балтії займають проміжне місце [21].

Тому, враховуючи ситуацію на регіональному ринку балканських країн, ми вважаємо, що одним із перспективних напрямів диверсифікації розвитку вітчизняних компаній з виробництва аналогів рослинного молока може стати налагодження експорту якісної продукції до цих країн.

З кожним роком все більше компаній стикаються з проблемами

стратегічної адаптації до швидких структурних змін, забезпечення конкурентоспроможності та мінімізації потенційних ризиків зовнішньоекономічної діяльності. У цьому контексті зовнішньоекономічна диверсифікація спрямована на розширення основного напрямку бізнесу в сировинному і географічному відношенні, удосконалення використовуваних технологій і освоєння нових зовнішніх ринків постачальників і ринків збуту. Усе це дає змогу підтримувати діяльність СП «Вітмарк-Україна» ТОВ в нестабільному економічному середовищі та досягати конкурентних переваг у середньо- та довгостроковій перспективі [8, с.115].

Основою ефективного функціонування ринкової економіки на сучасному етапі є диверсифікація всіх сфер діяльності на різних рівнях економічної системи. Основними вимогами щодо застосування диверсифікації експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є:

- загострення конкуренції між компаніями та необхідність підвищення їх конкурентоспроможності;
- індивідуалізація споживчого попиту;
- необхідність зниження фактичної собівартості та фіксованої ціни вироблених товарів шляхом використання ефекту масштабу виробництва;
- необхідність найбільш ефективного використання власних ресурсів;
- необхідність підвищення якості товарної продукції;
- необхідність збільшення частки ринку, вдосконалення та активізації координації ринкової та збутової політики;
- необхідність забезпечення адаптивності бізнес-одиниці до змін зовнішнього середовища;
- зниження ризику та максимізація прибутку [4, с.122].

Вибір напрямів диверсифікації експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ безпосередньо впливає ряд факторів, серед яких [14, с.63]:

- реальний рівень конкуренції на зовнішніх ринках і ймовірне зростання конкуренції;
- процеси ринкової стагнації корпоративної функції;

- високий ступінь насиченості ринку товарами чи послугами;
- наявність тенденції до падіння попиту;
- наявність вільних коштів і людських ресурсів;
- необхідність мінімізації ризиків;
- характер основної діяльності компанії;
- спрощення порядку виходу на зовнішні ринки.

З метою підвищення ефективності своєї діяльності та досягнення оптимальних розмірів не тільки сьогодні, а й у перспективі СП «Вітмарк-Україна» ТОВ може використовувати такі альтернативні шляхи диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності (Додаток В.2).

Реалізація певного виду зовнішньоекономічної диверсифікації дозволяє підприємствам, у тому числі СП «Вітмарк-Україна» ТОВ, максимально повно використовувати ресурсний потенціал, забезпечувати стабільне економічне та соціальне середовище, максимально використовувати виробничі потужності, знижувати комерційні ризики, розподіляти різноманітні Сфери діяльності та уникнути залежності від кон'юнктури ринку та мінімізувати ці ризики в майбутньому в умовах нестабільного зовнішнього середовища [16, с. 50].

Отже, враховуючи високий рівень невизначеності та нестабільності, диверсифікація експортної діяльності є одним із найефективніших шляхів забезпечення стабільної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ та зменшення негативного впливу на його економічний розвиток.

За результатами вивчення результатів діяльності та асортименту СП «Вітмарк-Україна» ТОВ (зокрема, асортиментної групи продукції рослинного молока «Vega Milk») можна надати певні рекомендації. підвищення конкурентоспроможності продукції, призначеної для експорту (Додаток В.3).

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ досягає підвищення конкурентоспроможності нової продукції на міжнародному ринку та збільшення прибутку компанії за рахунок вищевказаних стратегічних заходів.

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ виробляє 11 найменувань рослинного молока Vega Milk: на основі зерна, горіхів та з додаванням фруктів. Продукт

100% натуральний. Особливістю продукту є відсутність цукру, низька жирність і чистий склад без консервантів. Це чудове джерело енергії [10].

Загальна характеристика різноманітної продукції, що пропонується СП «Вітмарк-Україна» ТОВ для експорту в країни Балканського регіону, наведена в Додатку В.4.

Дослідження ринку країн Балканського регіону визначило його основні переваги перед іншими напрямками експортної діяльності: лояльність до українських натуральних продуктів та відносна просторова близькість.

Слід зазначити, що диверсифікація експортної діяльності при виході на зовнішні ринки (ринки Балканського регіону) тягне за собою певні зміни в самій продукції:

- смакові якості продукції - без змін;
- компоненти молочної сировини - без змін;
- упаковка в паперових тетрапаках - плануються зміни розміру та дизайну упаковки, а також додавання логотипу та додаткової інформації мовою країни, в яку експортується товар;
- упаковка в первинну упаковку (коробки) - планується змінити необхідну інформацію мовою країни, до якої експортується цей продукт.

Розрахунок бюджету витрат, пов'язаних зі зміною упаковки експортної продукції при виході на ринки Балканського регіону, представлений у Додатку В.5.

Так враховуючи вартість 100 од. експортної продукції становить 70 тис. грн. (при ціні 1 одиниці продукції – 70 грн.), то витрати, пов'язані зі зміною упаковки експортної продукції при виході на ринки Балканського регіону, складають близько 8% собівартості продукції, що необхідно враховувати при подальших розрахунках.

У результаті проведених досліджень встановлено, що одним із перспективних напрямків диверсифікації експортної діяльності є поставки СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до балканських країн рослинного молока «Vega Milk». Водночас було зазначено, що країни Балканського регіону традиційно

більшою мірою споживають класичні види рослинного молока, а тому пропонуємо обґрунтувати доцільність проведення альтернативної зовнішньоекономічної (експортної) операції на основі даного виду діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ на прикладі продукту – зернових напоїв (вівсяний, гречаний, мультизерновий асортименти) «Vega Milk».

Так, СП «Вітмарк-Україна» ТОВ займається експортом різноманітної продукції в різні країни світу. Найпоширенішим експортом зернових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є Польща. Тому для визначення ефективності його експортної діяльності ми будемо розглядати поставку польському контрагенту, яка відбулася 27 грудня 2022 р.

Умови експортного контракту на експорт зернових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до польського контрагента у 2022 році викладені у Додатку В.6.

Так, встановлено, що за умовами експортного контракту між СП «Вітмарк-Україна» ТОВ та його польським контрагентом у 2022 році було поставлено 25 тис. шт. напоїв зернових (в пляшках) (в асортименті вівсяні, гречані, мультизернові) «Vega Milk» відповідно до умов FCA Львів. Ціна пляшки була встановлена на рівні 1,40 євро за пляшку.

Ціна одиниці продукції даного виду, а саме зернових напоїв (вівсяний, гречаний, мультизлаковий в асортименті) «Vega Milk» на внутрішньому ринку України становить 70,00 грн. Вартість транспортування товару до Львова становить 1% від вартості контракту.

Витрати на виробництво зернових напоїв (вівсяних, гречаних, мультизернових) «Vega Milk» на території України у % від вартості контракту за внутрішніми цінами наведені у Додатку В.7.

Таким чином, загальна вартість реалізації зернового напою «Vega Milk» на території України становить 15% від вартості контракту за внутрішніми цінами.

Ефективність експортної операції між СП «Вітмарк-Україна» ТОВ та її польським контрагентом у 2022 році та її розрахунки представлені у формі додатку В.8.

Визначивши ефективність існуючого експортного бізнесу між СП «Вітмарк-Україна» ТОВ та його польським контрагентом у 2022 році, можна зробити висновок, що торгівля зерновими напоями «Vega Milk» є прибутковою для компанії, оскільки коефіцієнт ефективності дорівнює 1,59 для зовнішнього ринку і 1,79 - для внутрішнього. При цьому СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має більший вплив через продажі на внутрішньому ринку України (723788 грн.), ніж через експортну діяльність (353750 тис. грн.) на польському ринку.

Тому перспективи подальшого диверсифікованого розвитку бізнесу в сегменті реалізації зернових напоїв «Vega Milk» для СП «Вітмарк-Україна» ТОВ ми бачимо в розширенні експорту та охопленні країн Балканського регіону, що має забезпечити фінансовий результат, який був би більшим, ніж якби цю продукцію реалізовували в Україні.

Шляхом розробки альтернативної операції при поставці партії зернових напоїв «Vega Milk» від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС» було враховано багато факторів, щоб зробити експортну діяльність підприємства прибутковою. Тому варто прорахувати ефективність та ефект від запланованої поставки для СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

Умови експортного контракту на постачання партії зернових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС» викладені в Додатку В.9.

Так, встановлено, що за умовами експортного контракту між СП «Вітмарк-Україна» ТОВ та його болгарським контрагентом у 2023 році буде поставлено 45 тис. шт. (упаковок) зернових напоїв «Vega Milk» на умовах FOB. Одеса. Вартість одиниці встановили на рівні 2,07 євро за упаковку.

Ціна однієї одиниці даного виду продукції на внутрішньому ринку України на 1 вересня 2023 р. становить 70 грн. Вартість транспортування товару до Одеси становить 1,0% від вартості контракту.

Витрати на виробництво експортної операції з постачання зернових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС» у 2023 році наведено у Додатку В.10.

Таким чином, загальна вартість реалізації зернових напоїв «Vega Milk» на території України становить 15% від вартості контракту за внутрішніми цінами.

Ефективність альтернативної експортної операції щодо поставки партії зернових напоїв «Vega Milk» СП ТОВ «Вітмарк-Україна» контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС» у 2023 році та їх розрахунки наведені у формі додатку В.11.

Встановивши ефективність запланованої експортної операції для СП «Вітмарк-Україна» ТОВ, можна зробити висновок, що операція з постачання партії зернових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ контрагенту з Болгарії - компанії «ВТС» буде введена в експлуатацію в плановому 2023 році, про що свідчить значення ККД 1,45, а економічний ефект від даної експлуатації становитиме 1012028 тис. грн. Якщо порівнювати цю експортну операцію з ефективністю реалізації партії зернових напоїв «Vega Milk» на внутрішньому ринку, то коефіцієнт ефективності становить 1,18, що значно нижче показника на зовнішньому ринку. Тому СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має орієнтувати свою продукцію на зовнішні ринки, зокрема на зовнішній ринок однієї з балканських країн Болгарії, щоб отримати більший прибуток і, відповідно, більшу рентабельність при реалізації продукції.

Враховуючи результати розрахункових показників альтернативного експортного бізнесу щодо поставки партії зернових напоїв «Vega Milk» від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС» у 2023 році, можна спрогнозувати показники експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» на три роки вперед, тобто на 2024-2025 роки.

Орієнтовні обсяги поставки зернових напоїв «Vega Milk» СП ТОВ «Вітмарк-Україна» контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС» наступні:

- 2024 рік – 45 000 шт. продукції;
- 2025 рік - 60000 шт. продукції;

Ми визначимо ефективність запропонованих заходів як для звичайної діяльності з експорту зернових напоїв «Vega Milk», так і для експорту продукції контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС» (Додаток В.12).

Тому в якості «суми до змін» ми використали фактичні дані про вартість експорту рослинного молока «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2022 році (припускаємо, що в поточному 2023 році ця вартість не зміниться).

«Сума після змін» відображає показники діяльності підприємства, які змінилися протягом наступних 2 років внаслідок загального впливу заходів щодо постачання партії зернових напоїв «Vega Milk» від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ контрагенту з Болгарії - компанія «ВТС». При цьому окремо розраховуємо показники «обсяг експорту до Болгарії» та «загальний обсяг експорту товарів» (з урахуванням експорту до Болгарії та інших країн в цілому). Це дозволить визначити вплив диверсифікації експортної діяльності на ринку Болгарії на формування показників ефективності експортної діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у планових 2024-2025 роках.

Як бачимо, ефективність після впровадження заходів зростає з кожним роком. Зокрема, чиста виручка від експорту рослинного молока «Vega Milk» у 2024 плановому році збільшиться на 3229,51 тис. грн., у 2025 плановому році – на 4306,01 тис. грн. Обсяг загальних витрат від експорту рослинного молока «Vega Milk» у 2024 плановому році зросте на 2217,48 тис. грн., у 2025 плановому році – на 2956,64 тис. грн. Чистий прибуток від експорту рослинного молока «Vega Milk» збільшиться на 1012,03 тис. грн. у плановому 2024 році та на 1349,37 тис. грн. у плановому 2025 році.

Рентабельність експорту рослинного молока «Vega Milk» значно зросте. Якщо до змін його значення становило 7,34%, то після змін воно матиме такі значення: заплановано на 2024 рік – 20,30% (на 12,96% більше); заплановано

на 2025 рік – 21,99% (більше на 14,65%).

Водночас споживча спроможність експортної продукції значно знизиться. Якщо до змін його значення становило 0,93 грн, то після змін воно матиме такі значення: запланований на 2024 рік – 0,80 грн. (менше на 0,13 грн.); заплановано на 2025 рік – 0,78 грн. (на 0,15 грн менше).

Таким чином, програма оптимізації зовнішньоекономічної діяльності є ефективною та принесе економію коштів та збільшить прибуток СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Варто також зазначити, що перспективним напрямком можна розглядати диверсифікацію експортної діяльності щодо постачання партії зернових напоїв «Vega Milk» від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС», як подальшу експансію компанії на ринки балканського регіону.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами проведеного дослідження диверсифікації діяльності компаній на зовнішньому ринку можна зробити наступні висновки:

1. Виявлено, що визначення диверсифікації як процесу розвитку діяльності підприємства, пов'язаного зі збільшенням асортименту видів і проникненням нових сфер діяльності, освоєнням нових виробництв і розширенням товарної зони, Найбільш правильним є лише диверсифікація товарних груп, а й розширення підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності компанії.

2. Встановлено, що використання вітчизняними компаніями диверсифікації як виходу на зовнішні ринки пов'язане з необхідністю пошуку ефективних засобів визначення складових маркетингового комплексу, видів міжнародного маркетингу та організації персоналу для його реалізації. та використовувати маркетингову діяльність в умовах глобалізації.

3. Узагальнено, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ – українська холдингова компанія, лідер на ринку України з продажу фруктових-овочевих соків і пюре для дитячого харчування. Компанія є лідером в категорії соків і нектарів. На успіх СП «Вітмарк-Україна» ТОВ вплинув багаторічний досвід та використання сучасних технологій. Потужності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ оснащені сучасним обладнанням. Компанія використовує власний фруктовий досвід.

4. Аналіз показав, що СП «Вітмарк-Україна» ТОВ працює прибутково, про що свідчать показники чистого доходу від реалізації продукції та чистого прибутку. Зокрема, чистий дохід від реалізації продукції у 2018 році склав 40912 тис. грн. У 2022 році чистий прибуток зріс на 29212 тис. грн або на 71,40% порівняно з 2018 роком, який склав 70124 тис. грн.

5. Обґрунтовано, що виробництво рослинного молока є одним із перспективних напрямів диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності СП

«Вітмарк-Україна» ТОВ. Рослинне молоко виробляється компанією за передовою технологією під торговою маркою «Vega Milk». Рентабельність експорту рослинного молока «Vega Milk» у 2022 році склала 7,34%, що на 1,59 пункту менше рівня 2018 року. Таким чином, ефективність експорту рослинного молока «Vega Milk» має тенденцію до зниження, що слід вважати негативною тенденцією.

6. Доведено, що основою ефективного функціонування ринкової економіки на сучасному етапі є диверсифікація всіх сфер діяльності на різних рівнях економічної системи. З метою підвищення ефективності своєї діяльності та досягнення оптимальних розмірів не тільки сьогодні, але й у перспективі СП «Вітмарк-Україна» ТОВ може використовувати альтернативні шляхи диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності.

7. Відзначено, що одним із перспективних напрямків диверсифікації експортної діяльності є поставки СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до балканських країн рослинного молока «Vega Milk». При цьому зазначалося, що країни Балканського регіону традиційно більшою мірою споживають класичні види рослинного молока, а тому пропонується обґрунтувати доцільність проведення альтернативної зовнішньоекономічної (експортної) операції на основі даних профіль діяльності СП «Вітмарк-Україна» ТОВ на прикладі продукту – зернових напоїв (в вівсяному, гречаному, мультизерновому асортименті) «Vega Milk».

8. Встановлено, що програма оптимізації зовнішньоекономічної діяльності є ефективною та принесе економію коштів та збільшить прибуток СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. Варто також зазначити, що перспективним напрямком можна розглядати диверсифікацію експортної діяльності щодо постачання партії зернових напоїв «Vega Milk» від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ контрагенту з Болгарії – компанії «ВТС», як подальшу експансію компанії на ринки балканського регіону.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф І. Нова корпоративна стратегія. К.: Основи, 2008. 416 с.
2. Богуславський Є.І. Вибір оптимального методу диверсифікації підприємств. Ефективна економіка 2020. №10 С. 14–18.
3. Брінь П.В. Диверсифікація господарської діяльності підприємств. Вісник НТО «ХПП».Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. 2013. № 69 (1042). С. 172–175.
4. Дроздова Ю.І. Диверсифікація як напрямок стратегічного розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Вісник ЖДТУ. 2015. №74. С. 121-124.
5. Економічна енциклопедія: у 3 т., / під. ред. С.В.Мочерного. К.: ВЦ Академія, 2002. 952 с.
6. ЄС. Ринок рослинного молока і м'яса подвоїться за 5 років. URL: <http://milkua.info/uk/post/es-rinok-roslinnogo-moloka-i-masa-podvoitsa-za-5-rokiv>
7. Згурська О.М. Диверсифікація як метод підвищення економічної ефективності підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2018. №13. С. 16–21.
8. Іванов Ю.Б. Орлов П.А., Іванова О.Ю. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток. Х. : ІНЖЕК, 2015. 352 с.
9. Івченко Л. Диверсифікація діяльності підприємств як чинник їх економічного зростання. Міжнародний збірник наукових праць. 2016. Випуск 1. С. 100-107.
10. Каталог товарів категорії «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. URL: <https://vegamilk.com/catalog/>
11. Ковінько О.М. Сутність та зміст стратегії диверсифікації підприємств при виході на зовнішній ринок. Вісник Хмельницького національного університету. 2014. № 5. Т. 2. С. 7-11.
12. Корінько М.Д. Диверсифікація як стратегія розвитку. Актуальні

проблеми економіки. 2022. № 5. С. 12–17.

13. Кошелупов І.Ф. Програми підвищення конкурентоспроможності організацій. Вісник соціально-економічних досліджень. 2017. Вип. 1 (44). С. 67-73.

14. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія. К. : КНЕУ, 2017. 245 с.

15. Мельник О.Г., Смерека Л.В. Диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2020. №1. С. 59-68.

16. Морщенок Т. С., Острик А. Ю. Диверсифікація діяльності як напрям розвитку та посилення конкурентних переваг торговельного підприємства. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 7. С.45-53.

17. Названо основні тренди на ринку рослинного молока України. URL: <https://agroreview.com/content/nazvano-osnovni-trendy-na-rynku-roslynного-moloka-ukrayiny/>

18. Офіційний сайт компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. URL: <https://vitmark.com/>

19. Попит на рослинне молоко в світі. URL: <https://infagro.com.ua/ua/2020/04/03/popit-na-roslinne-moloko-zrostaye/>

20. Портер М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. К.: Основи, 2007. 346 с.

21. Ринок рослинного молока в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-rastitelnogo-moloka-v-ukraine-dlya-teh-komu-ne-trebuetsya-posrednichestva-korovy>

22. Ринок рослинного молока в Україні: для тих, кому не потрібне посередництво корови. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-rastitelnogo-moloka-v-ukraine-dlya-teh-komu-ne-trebuetsya-posrednichestva-korovy>

23. Сайт компанії на офіційному сайті даних підприємств України

YouControl.

URL:

https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/22480087/.

24. Серединська В.М. Оцінювання конкурентоспроможності продукції в системі маркетингу. Маркетинговий інструментарій управління попитом на товари і послуги. Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. 244 с.

25. Скоробогатов М.М. Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств сучасних умовах. Економічний вісник Донбасу. 2011. №3(25) С. 18–21.

26. Українське рослинне молоко Vega Milk хоче захопити ринок Китаю. URL: <https://agrotimes.ua/tvarinnitstvo/ukrayinske-roslynne-moloko-vega-milk-hoche-zbilshyty-prysutnist-u-kytayi/>

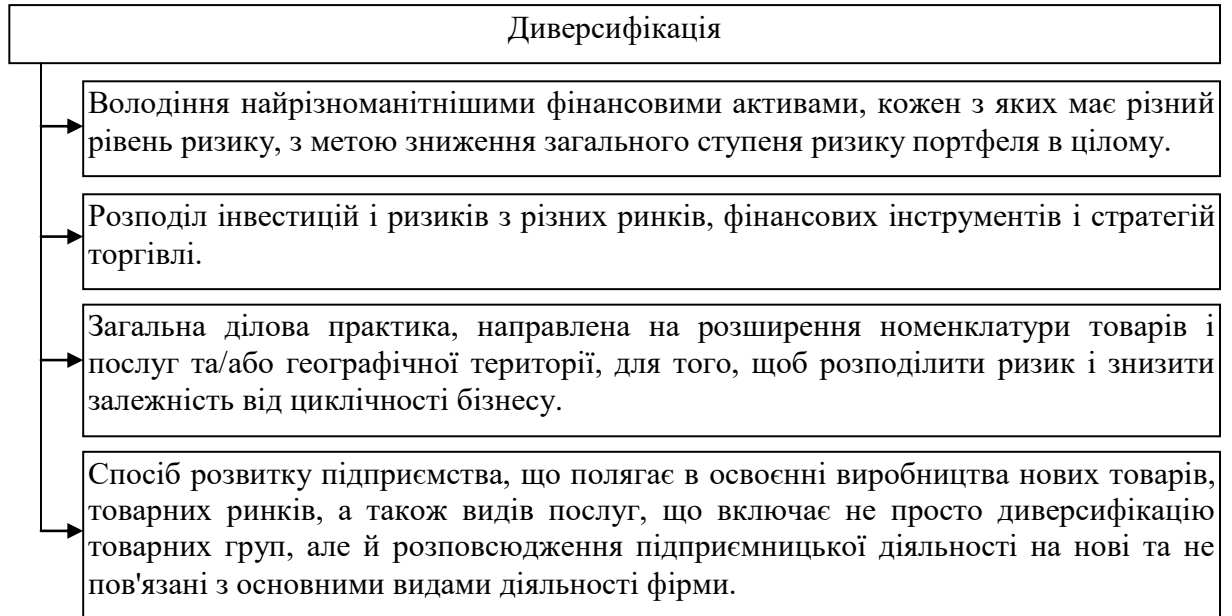
27. Цогла О.О. Становлення диверсифікаційних процесів у діяльності підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2011. №7. С. 147–151.

28. Цогла О.О. Формування конкурентних переваг підприємства шляхом диверсифікації його діяльності. Актуальні проблеми економіки. 2022. №4. С. 109-115.

29. Berry С.Н. Corporate growth and diversification. Journal of Law and Economics. 2010. № 14. P. 371–383.

30. Gort M. Diversification and integration in American industry. Princeton, Princeton University Press, 2016. 265 p.

ДОДАТКИ



Визначення диверсифікації діяльності підприємства

Джерело: складено автором за [25]



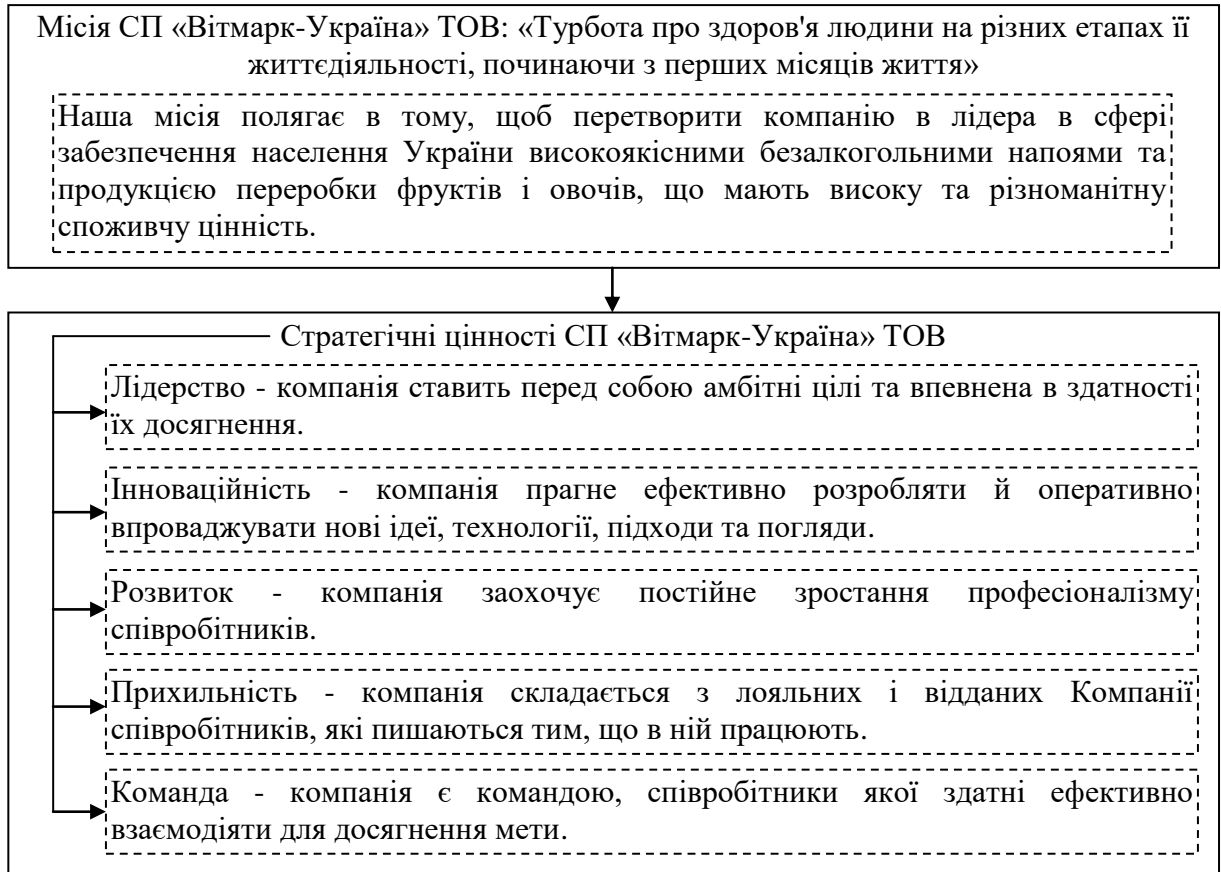
Фактори, що зумовлюють вибір стратегії диверсифікації

Джерело: складено автором за [9]

Організаційно-правова характеристика СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Ознака	Характеристика
Повне найменування юридичної особи	СПІЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ВІТМАРК-УКРАЇНА В ФОРМІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
Скорочена назва	СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ
Статус юридичної особи	Не перебуває в процесі припинення
Код ЄДРПОУ	22480087
Дата реєстрації	09.08.2001 р.
Розмір статутного капіталу	88056 тис.грн.
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	Недержавна власність
Види діяльності	Основний: 10.32 Виробництво фруктових і овочевих соків Інші: 46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у. 46.75 Оптова торгівля хімічними продуктами
Місцезнаходження юридичної особи:	Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул.Миру, будинок 144

Джерело: складено за даними підприємства



Місія, стратегічні цінності компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Джерело: складено за даними підприємства

**Динаміка основних економічних показників господарської діяльності
СП «Вітмарк-Україна» ТОВ**

Показники	Роки					2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+, –	%
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	40912	45588	54123	63177	70124	29212,0	71,40
Валовий прибуток, тис. грн.	12308	10640	14171	18599	21620	9312,0	75,66
Чистий прибуток, тис. грн.	3404	2072	3583	5012	7676	4272,0	125,50
Середньорічна вартість:							
– необоротних активів;	12530,0	15068,0	16760,0	19579,0	17490,0	4960,0	39,58
– оборотних активів	4938,0	6078,0	6886,5	6426,0	8766,0	3828,00	77,52
Фондовіддача, грн	3,27	3,03	3,23	3,23	4,01	0,74	22,79
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, оборотів	8,29	7,50	7,86	9,83	8,00	-0,29	-3,45
Продуктивність праці, тис. грн.	108,52	125,24	149,51	177,96	226,21	117,69	108,45
Рентабельність господарської діяльності, %	8,32	4,55	6,62	7,93	10,95	2,63	x

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

**Динаміка структури чистих доходів СП «Вітмарк-Україна» ТОВ
у 2018-2022 рр.**

Показники	Роки					2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+, –	%
Чистий дохід, тис. грн.	40912	45588	54123	63177	70124	29212	71,40
Чистий дохід від експорту, тис. грн.	22710	25497	31483	33572	39459	16749	73,75
Частка чистого доходу від експорту у сукупному чистому доході, %	55,51	55,93	58,17	53,14	56,27	0,76	1,37
Чистий дохід від реалізації на внутрішньому ринку, тис. грн.	18202	20091	22640	29605	30665	12463	68,47
Частка чистого доходу від реалізації на внутрішньому ринку у чистому доході, %	44,49	44,07	41,83	46,86	43,73	-0,76	-1,71

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Динаміка та структура експортної діяльності в географічному розрізі

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2018-2022 рр.

Країни	2018		2019		2020		2021		2022		2022 р. до 2018 р.		
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	П-т. стр-рр
Польща	2724	12,0	3112	12,2	4219	13,4	4029	12,0	2763	7,0	39	1,4	-5,0
Молдова	1589	7,0	1708	6,7	2486	7,9	2863	8,6	3723	9,4	2134	134,3	2,4
Грузія	1363	6,0	1427	5,6	2140	6,8	2491	7,4	3264	8,3	1901	139,4	2,3
Китай	1135	5,0	1146	4,5	1795	5,7	2119	6,3	2802	7,1	1667	146,9	2,1
Латвія	1818	8,0	1988	7,8	2832	9,0	3235	9,7	4182	10,6	2365	130,1	2,6
Литва	1272	5,6	1315	5,2	2001	6,4	2342	7,0	3079	7,8	1806	142,0	2,2
США	1044	4,6	1035	4,1	1655	5,3	1970	5,9	2619	6,6	1576	150,9	2,0
Ірак	683	3,0	587	2,3	1102	3,5	1371	4,1	1881	4,8	1198	175,5	1,8
Казахстан	592	2,6	473	1,9	963	3,1	1223	3,7	1698	4,3	1106	186,9	1,7
Ізраїль	501	2,2	361	1,4	825	2,6	1074	3,2	1513	3,8	1012	201,9	1,6
Таджики- стан	478	2,1	334	1,3	789	2,5	1035	3,1	1469	3,7	991	207,4	1,6
Інші країни	9515	41,9	12006	47,1	10669	33,9	9825	29,4	10467	26,5	952	10,0	-15,4
Разом	22710	100	25497	100	31483	100	33459	100	39459	100	16749	73,8	х

Джерело: складено за даними підприємства

Динаміка та структура експортної діяльності за видами продукції

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2018-2022 рр.

Продукція	2018		2019		2020		2021		2022		2022 р. до 2018 р.		
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	П-т. стр-ри
Соки ТМ «Jaffa»	4442	19,6	5293	20,8	6334	20,1	6240	18,7	6834	17,3	2392	53,9	-2,24
Соки ТМ «Наш сік»	4015	17,7	4648	18,2	5425	17,2	5584	16,7	6842	17,3	2827	70,4	-0,34
Дитяче харчування ТМ «Чудо-Чудо»	2096	9,2	2884	11,3	3441	10,9	3824	11,4	6029	15,3	3933	187,6	6,05
Соки та смузі ТМ «Jaffa Kids»	2596	11,4	2409	9,5	3388	10,8	2493	7,5	4202	10,7	1607	61,9	-0,78
Дитячі нектари «Джусік»	1213	5,3	1242	4,9	1754	5,6	2315	6,9	3291	8,3	2078	171,4	3
Соки ТМ «Соковита»	3402	15,0	4074	16,0	4178	13,3	4343	13,0	4072	10,3	670	19,7	-4,66
Вода ТМ «Aquare»	986	4,3	1410	5,5	1502	4,8	2001	6,0	1484	3,8	498	50,5	-0,58
Фруктові напівфабрикати	1086	4,8	959	3,8	1266	4,0	1522	4,6	1985	5,0	899	82,8	0,25
Рослинне молоко «Vega Milk»	1238	5,5	1525	6,0	1747	5,6	2014	6,0	2750	7,0	1513	122,2	1,52
Інша продукція	1637	7,2	1053	4,1	2449	7,8	3122	9,3	1969	5,0	332	20,3	-2,22
Разом	22710	100	25497	100	31483	100	33459	100	39459	100	16749	73,8	x

Джерело: складено за даними підприємства

Динаміка показників ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за 2018-2022 рр.

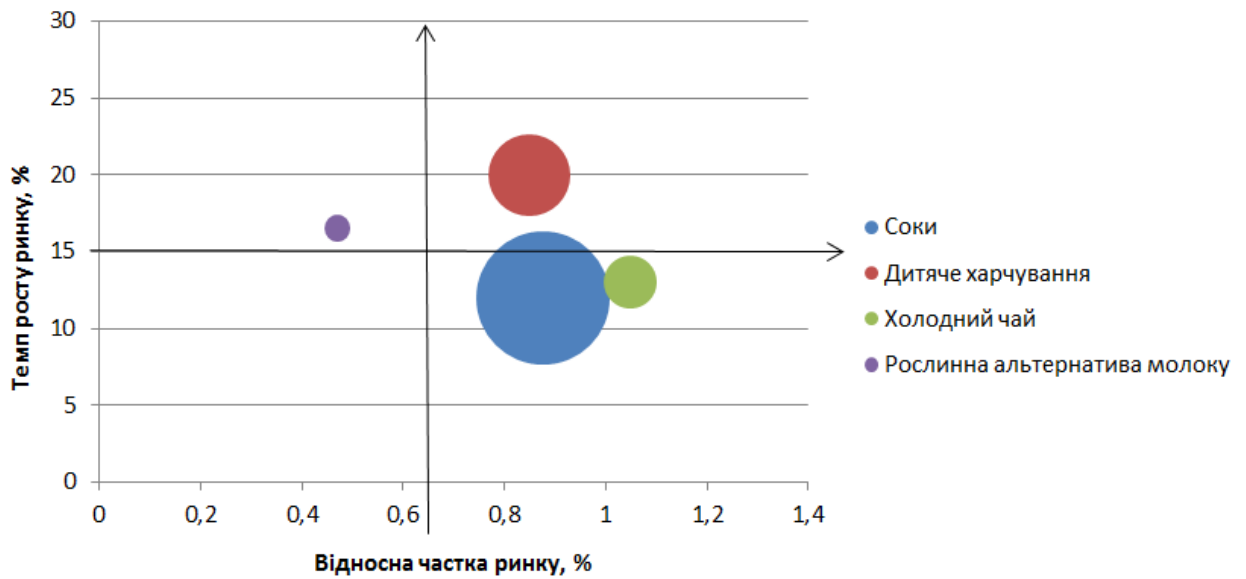
Показники	Роки					2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+, -	%
Чистий дохід від зовнішньоекономічної діяльності, тис. грн.	22710	25497	31483	33572	39459	16749	73,75
Повні витрати на здійснення зовнішньоекономічної діяльності, тис. грн., в т.ч.:	21032	24500	29616	31168	35403	14371	68,33
- вартість експортованої продукції;	15643	19321	22470	23049	24764	9121	58,30
- витрати на митні формальності при експорті продукції;	1142	1438	1516	1830	2245	1103	96,54
- витрати на управління та збут продукції;	4246	3741	5630	6290	8394	4148	97,68
Частка вартості в повних витратах зовнішньоекономічної продукції, %	74,38	78,86	75,87	73,95	69,95	-4,43	-5,96
Частка витрат на митні формальності в повних витратах зовнішньоекономічної продукції, %	5,43	5,87	5,12	5,87	6,34	0,91	16,76
Частка витрат на управління та збут в повних витратах експортної продукції, %	20,19	15,27	19,01	20,18	23,71	3,52	17,43
Чистий прибуток від зовнішньоекономічної діяльності, тис.грн.	1678	997	1867	2404	4056	2378	141,70
Рентабельність зовнішньоекономічної діяльності, %	7,39	3,91	5,93	7,16	10,28	2,89	39,11
Витратомісткість експортної продукції, %	92,61	96,09	94,07	92,84	89,72	-2,89	-3,12

Джерело: складено за даними підприємства

Вихідні дані для побудови матриці БКГ міжнародного становища СП «Вітмарк-Україна» ТОВ на ринку

Продукція	Обсяг продажу, тис. грн.	Кількість міжнародних конкурентів	Обсяги продажу основних конкурентів, тис. грн.	Темп росту ринку, %	Відносна частка ринку, %
Соки	40000	157	45600/ 40230/ 32000	12	0,8772
Дитяче харчування	15000	148	17640/12812/11801	20	0,8503
Холодний чай	6300	61	6000/5280/4600	13	1,05
Рослинна альтернатива молоку	2750	14	5000/4500/7200	16,5	0,47058

Джерело: складено за даними підприємства



Матриця БКГ диверсифікованого розвитку
СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Джерело: розроблено автором

	Назва СОБ	Продажі, тис. грн.	Назва СОБ	Продажі, тис. грн.
Темп росту ринку	Високий	Дитяче харчування 15000	Рослинна альтернатива молоку 2750	
	Низький	Соки Холодний чай 40000 6300		
	Висока		Низька	
	Відносна частка ринку			

Розподіл диверсифікованого продуктового портфеля СП «Вітмарк-Україна» ТОВ по матриці БКГ

Джерело: розроблено автором

**Динаміка структури чистих доходів від експорту рослинного молока
«Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2018-2022 рр.**

Показники	Роки					2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+, -	%
Чистий дохід від зовнішньоекономічної діяльності, тис. грн.	22710	25497	31483	33572	39459	16749	73,75
Чистий дохід від експорту рослинного молока «Vega Milk», тис. грн.	1238	1525	1747	2014	2750	1512	122,13
Частка чистого доходу від експорту рослинного молока «Vega Milk» у сукупному чистому доході, %	5,45	5,98	5,55	6,00	6,97	1,52	27,84

Джерело: складено за даними підприємства

Динаміка та структура експорту рослинного молока «Vega Milk» в географічному розрізі СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у 2018-2022 рр.

Країни	2018		2019		2020		2021		2022		2022 р. до 2018 р.		
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	П-т. стр-ри
Молдова	153	12,3	205	13,4	178	10,2	146	7,2	218	7,9	65	42,4	-4,43
Китай	341	27,6	434	28,4	531	30,4	636	31,6	912	33,2	570	167,1	5,58
Латвія	73	5,9	78	5,1	104	6,0	166	8,2	256	9,3	183	252,3	3,44
Литва	97	7,8	106	7,0	128	7,3	123	6,1	148	5,4	51	53,1	-2,43
США	428	34,6	564	37,0	562	32,2	635	31,5	801	29,1	373	87,2	-5,44
Польща	146	11,8	138	9,1	244	13,9	308	15,3	416	15,1	269	183,7	3,28
Разом	1238	100	1525	100	1747	100	2014	100	2750	100	1512	122,1	x

Джерело: складено за даними підприємства

**Динаміка та структура експортної діяльності за асортиментом
рослинного молока «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ
у 2018-2022 рр.**

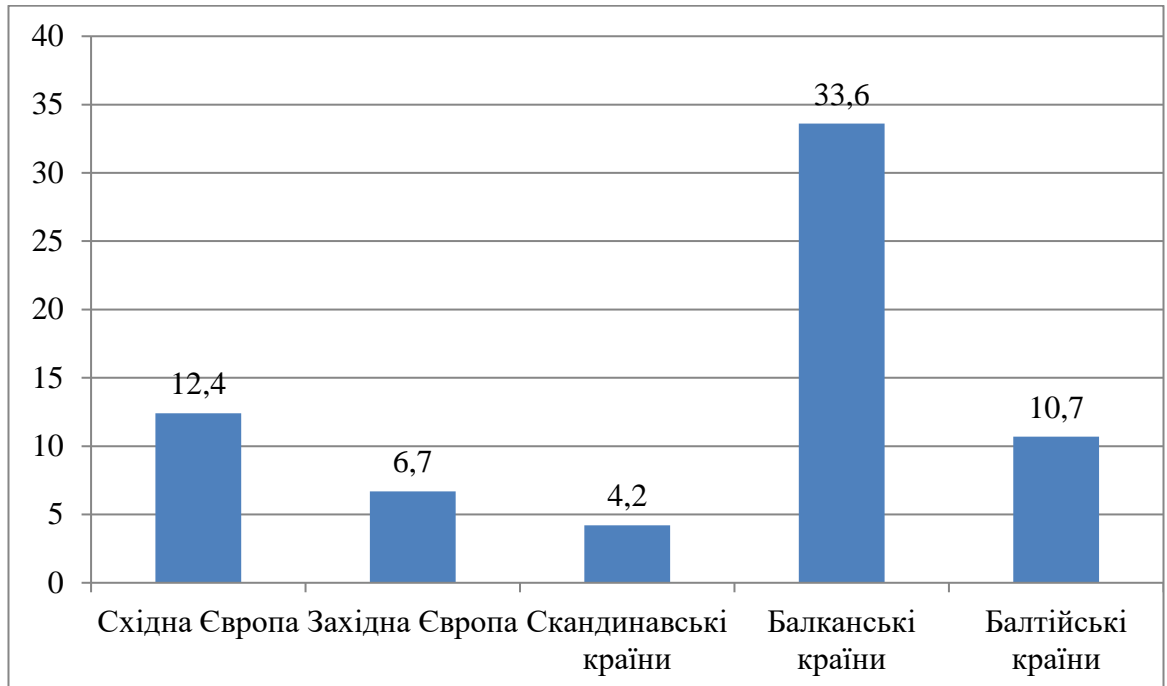
Види рослинного молока «Vega Milk»	2018		2019		2020		2021		2022		2022 р. до 2018 р.		
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	П-т. стр-ри
Злакові напої	422	34,1	536	35,2	634	36,3	744	36,9	1043	37,9	621	146,9	3,81
Напої для професіоналів	146	11,8	156	10,2	184	10,6	187	9,3	263	9,6	116	79,3	-2,28
Злаково-горіхові напої	239	19,3	328	21,5	400	22,9	440	21,9	631	22,9	391	163,6	3,61
Злаково-фруктові напої	214	17,3	245	16,1	265	15,2	341	16,9	478	17,4	263	122,8	0,05
Мультизлакові напої	216	17,4	259	17,0	263	15,1	303	15,0	336	12,2	121	55,9	-5,19
Разом	1238	100	1525	100	1747	100	2014	100	2750	100	1512	122,1	0

Джерело: складено за даними підприємства

Динаміка показників ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності з експорту рослинного молока «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ за 2018-2022 рр.

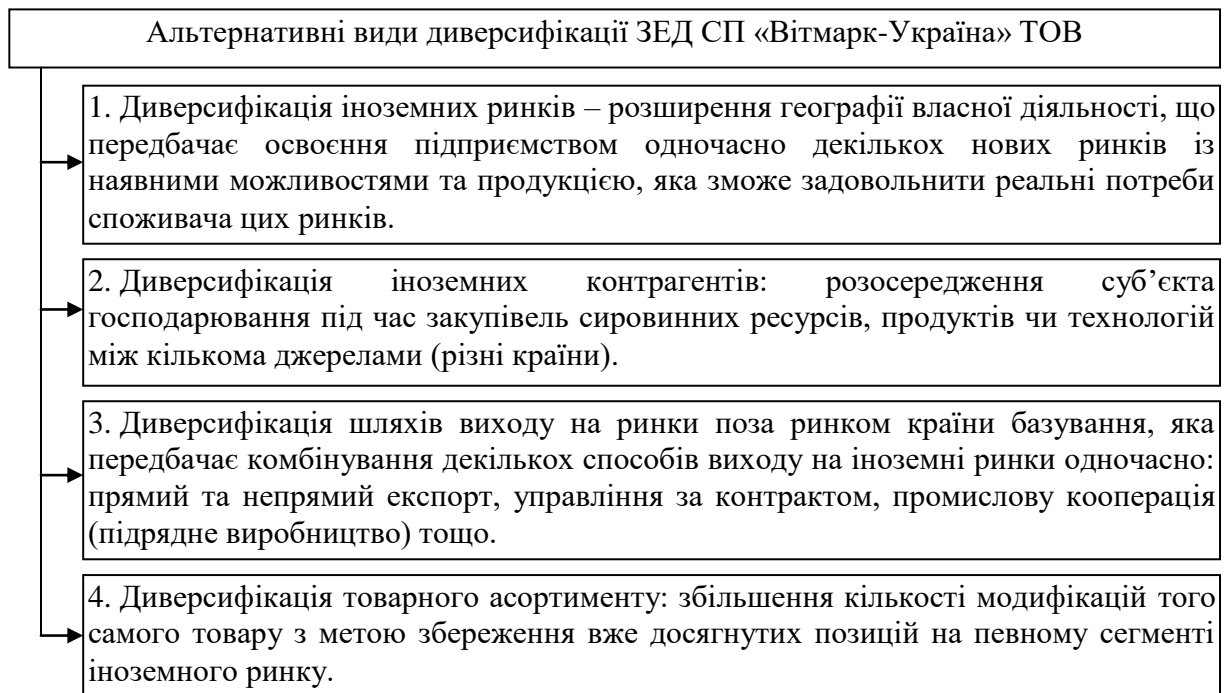
Показники	Роки					2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+, -	%
Чистий дохід від експорту рослинного молока «Vega Milk», тис. грн.	1238	1525	1747	2014	2750	1512	122,13
Повні витрати на здійснення експорту рослинного молока «Vega Milk», тис. грн., в т.ч.:	1127	1386	1617	1870	2548	1421	126,01
- вартість експортованої продукції;	848	1046	1229	1423	1943	1095	129,05
- витрати на митні формальності при експорті продукції;	58	74	82	98	142	84	146,32
- витрати на управління та збут продукції;	222	266	305	348	463	242	109,10
Частка вартості в повних витратах експорту рослинного молока «Vega Milk», %	75,23	75,48	76,02	76,13	76,24	1,01	1,34
Частка витрат на митні формальності в повних витратах експорту рослинного молока «Vega Milk», %	5,12	5,33	5,09	5,24	5,58	0,46	8,98
Частка витрат на управління та збут в повних витратах експорту рослинного молока «Vega Milk», %	19,65	19,19	18,89	18,63	18,18	-1,47	-7,48
Чистий прибуток від експорту рослинного молока «Vega Milk», тис.грн.	111	139	130	144	202	91	82,58
Рентабельність експорту рослинного молока «Vega Milk», %	8,93	9,12	7,45	7,16	7,34	-1,59	-17,81
Витратомісткість експортної продукції, %	0,91	0,91	0,93	0,93	0,93	0,02	1,75

Джерело: складено за даними підприємства



Розподіл ринків Європи за наявністю фальсифікованих аналогів рослинного молока у 2022 р., %

Джерело: складено за [6]



Альтернативні види диверсифікації ЗЕД СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Джерело: розроблено автором

Заходи покращення конкурентоспроможності продукції, що спрямовується на експорт (рослинне молоко «Vega Milk») від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

- альтернативним напрямком є експорт рослинного молока торгової марки «VegaMilk» до країн Балканського регіону;
- розробка ціннісних переваг експортованого товару, а саме контроль якості продукції відповідно міжнародним стандартам, зміна пакування та маркування відповідно вимогам на новому ринку;
- розробка маркетингової стратегії, залучення реклами на іноземних ринках.

Заходи покращення конкурентоспроможності продукції, що спрямовується на експорт (рослинне молоко «Vega Milk») від СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Джерело: розроблено автором

Загальна характеристика диверсифікованої продукції, що пропонується до експорту СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до Балканських країн

Продукт	Характеристика
<p data-bbox="300 394 427 465">Vegamilk Вівсяне</p> 	<p data-bbox="491 394 1059 427">Рослинний напій, зроблений з віса, який:</p> <ul data-bbox="491 439 1469 595" style="list-style-type: none"> - містить 12 незамінних амінокислот; - є джерелом вітамінів В, що покращують ефективність обміну речовин; - багатий клітковиною, яка сприяє нормалізації травлення. <p data-bbox="491 607 1469 678">Склад продукту: вода з природного джерела, борошно вівсяне, олія соняшникова, сіль морська.</p> <p data-bbox="491 689 1469 846">Строк придатності 12 місяців. Зберігати за температури від 0 °С до 25 °С та відносній вологості повітря не більше 75 %. Після відкриття пакет зберігати за температури від 2 °С до 6 °С, продукт вжити протягом 3-х днів.</p>
<p data-bbox="300 860 427 931">Vegamilk Гречане</p> 	<p data-bbox="491 860 1078 893">Рослинний напій, зроблений з гречки, яка:</p> <ul data-bbox="491 904 1469 1106" style="list-style-type: none"> - є джерелом білків високої якості, що легко засвоюються; - багата нерозчинними волокнами, які сприяють нормалізації травлення; - містить вітаміни В та В6, які дуже корисні для серцево-судинної системи. <p data-bbox="491 1117 1469 1189">Склад продукту: вода з природного джерела, борошно гречане, олія соняшникова, сіль морська.</p> <p data-bbox="491 1200 1469 1357">Строк придатності 12 місяців. Зберігати за температури від 0 °С до 25 °С та відносній вологості повітря не більше 75 %. Після відкриття пакет зберігати за температури від 2 °С до 6 °С, продукт вжити протягом 3-х днів.</p>
<p data-bbox="300 1368 427 1480">Vegamilk Мульти- злакове</p> 	<p data-bbox="491 1368 1072 1402">Рослинний напій, зроблений зі злаків, які:</p> <ul data-bbox="491 1413 1398 1525" style="list-style-type: none"> - гречка є джерелом білків високої якості, що легко засвоюються; - рис містить 8 незамінних амінокислот; - овес багатий клітковиною, яка сприяє нормалізації травлення. <p data-bbox="491 1536 1469 1653">Склад продукту: вода з природного джерела, борошно гречане, борошно рисове, борошно вівсяне, борошно пшеничне, олія соняшникова, сіль морська.</p> <p data-bbox="491 1664 1469 1821">Строк придатності 12 місяців. Зберігати за температури від 0 °С до 25 °С та відносній вологості повітря не більше 75 %. Після відкриття пакет зберігати за температури від 2 °С до 6 °С, продукт вжити протягом 3-х днів.</p>

Джерело: складено автором за [3]

Розрахунок бюджету витрат, пов'язаних зі зміною упаковки експортної продукції при виході на ринки Балканського регіону (в розрахунку на 1000 од. продукції), грн.

Вид витрат	Сума, грн.
Зміни розмірів упаковки тетрапак	1500
Зміни дизайну упаковки тетрапак	1500
Зміни логотипу та інформації на мові тієї країни, куди експортується дана продукція	1500
Зміни первинної тари	1100
Разом	5600

Джерело: складено автором

Умови діючого експортного контракту щодо експорту злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ польському контрагенту у 2022 р.

Параметр експортної операції	Значення
Найменування товару	Злакові напої (в асортименті вівсяне, гречане, мультизлакове) «Vega Milk»
Країна-імпортер	Польща
Ціна за одиницю	1,40 Євро
Загальна кількість, од.	25000
Умови постачання	FCA Львів
Курс НБУ на час здійснення платежів грн/дол. США	27,85 грн
Курс НБУ на час здійснення платежів грн/євро	32,25 грн

Джерело: складено автором

Витрати, пов'язані з виробництвом злакових напоїв «Vega Milk» на території України, у % до вартості контракту за внутрішніми цінами

Витрати	Значення
Витрати на утримання, експлуатацію, ремонт виробничих основних фондів, амортизацію ОФ	8%
Матеріальні витрати експортера	10%
Витрати на оплату праці	20%
Відрахування від ФОП	22% від ФОП

Джерело: складено автором

Визначення ефективності експортної операції між компанією СП «Вітмарк-Україна» ТОВ та його польським контрагентом у 2022 р.

№	Показники	Розрахунок	Результати розрахунку
1	Кількість одиниць товару (КТ)	з умов контракту	25000
2	Контрактна ціна (КЦ), Євро./од.	з умов контракту	1,4
3	Фактурна вартість, Євро	$КТ * КЦ = 25000 * 1,4$	35000
4	Фактурна вартість, грн	$ФВ \text{ Євро} * КВ = 35000 * 32,25 \text{ грн}$	1128750
5	Курс валюти (КВ), грн/Євро	з архіву НБУ	32,25
6	Виробнича собівартість (ВС), грн	$ФВ * \text{Виробничі витрати (табл. 3.3)} = 50000 * (8\% + 10\% + 20\% + (2\% * 8\%)) * 32,25 \text{ грн}$	763712
7	Додаткові витрати, пов'язані з експортом товару (ЕВ), грн	$ФВ * \text{Витрати на транспортування} = 35000 * 1\% * 32,25 \text{ грн}$	11288
8	Ціна реалізації на внутрішньому ринку ($Ц_{вр}$), грн/од.	-	70,00
9	Вартість контракту за внутрішніми цінами ($В_{вр}$), грн	$КТ * Ц_{вр} = 25\ 000 * 70,00$	1750000
10	Витрати, пов'язані з реалізацією товарів на внутрішньому ринку ($В_{твр}$), грн	$В_{вр} * 15\%$	262500
11	Ефективність операції, разів:		
	- при продажу на зовнішньому ринку	$ФВ / (ВС + ЕВ) = 1128750 / (763712 + 11288)$	1,59
	- при продажу на внутрішньому ринку	$В_{вр} / (ВС + В_{твр}) = 1750000 / (763712 + 262500)$	1,71
12	Ефект від операції, грн.:		
	- при продажу на зовнішньому ринку	$ФВ - (ВС + ЕВ)$	353750
	- при продажу на внутрішньому ринку	$В_{вр} - (ВС + В_{твр})$	723788

Джерело: складено автором

**Умови альтернативної експортної операції щодо постачання партії
злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна» ТОВ до
контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у 2024 р.**

Параметр експортної операції	Значення
Найменування товару	Злакові напої (в асортименті вівсяне, гречане, мультизлакове) «Vega Milk»
Країна-імпортер	Болгарія
Ціна за одиницю, Євро	2,07
Загальна кількість, од.	45000
Умови постачання	FOB Одеса
Курс НБУ на час здійснення платежів грн/Євро	34,67 грн

Джерело: складено автором

**Витрати, пов'язані з виробництвом злакових напоїв «Vega Milk»
на території України, у % до вартості контракту
за внутрішніми цінами у 2024 р.**

Витрати	Значення
Витрати на пакування за оновленими параметрами упаковки	8%
Матеріальні та амортизаційні витрати експортера	10%
Витрати на оплату праці	20%
Відрахування від ФОП	22% від ФОП

Джерело: складено автором

**Визначення ефективності альтернативної експортної операції щодо
постачання партії злакових напоїв «Vega Milk» СП «Вітмарк-Україна»
ТОВ до контрагента з Болгарії – компанії «VTS» у 2024 р.**

№	Показники	Розрахунок	Результати розрахунку
1	Кількість одиниць товару (КТ)	з умов контракту	45000
2	Контрактна ціна (КЦ), Євро./од.	з умов контракту	2,07
3	Фактурна вартість, Євро	$КТ * КЦ = 45000 * 2,07$	93150
4	Фактурна вартість, грн	$ФВ \text{ Євро} * КВ = 93150 * 34,67$ грн	3229510
5	Курс валюти (КВ), грн/Євро	прогноз	34,67
6	Виробнича собівартість (ВС), грн	$ФВ * \text{Виробничі витрати (табл. 3.8)} = 93150 * (8\% + 10\% + 20\% + (22\% * 8\%)) * 34,67 \text{ грн}$	2185087
7	Додаткові витрати, пов'язані з експортом товару (ЕВ), грн	$ФВ * \text{Витрати на транспортування} = 93150 * 1\% * 34,67 \text{ грн}$	32295
8	Ціна реалізації на внутрішньому ринку ($C_{вр}$), грн/од.	-	70,00
9	Вартість контракту за внутрішніми цінами ($V_{вр}$), грн	$КТ * C_{вр} = 45\ 000 * 70,00$	3150000
10	Витрати, пов'язані з реалізацією товарів на внутрішньому ринку ($V_{твр}$), грн	$V_{вр} * 15\%$	472500
11	Ефективність операції, разів:		
	- при продажу на зовнішньому ринку	$ФВ / (ВС + ЕВ) = 3229510 / (2185087 + 32395)$	1,45
	- при продажу на внутрішньому ринку	$V_{вр} / (ВС + V_{твр}) = 3150000 / (2185087 + 472500)$	1,18
12	Ефект від операції, грн.:		
	- при продажу на зовнішньому ринку	$ФВ - (ВС + ЕВ)$	1012028
	- при продажу на внутрішньому ринку	$V_{вр} - (ВС + V_{твр})$	492413

Джерело: складено автором

**Розрахунок впливу запропонованих заходів з диверсифікації
на загальні показники ефективності експортної діяльності**

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Показники	Сума до змін	1 рік (план на 2024 р.)		2 рік (план на 2025 р.)		2024 р. до 2023 р.	2025 р. до 2024 р.
		Сума від експорту до Болгарії	Загальна сума експорту товарів	Сума від експорту до Болгарії	Загальна сума експорту товарів		
Чистий дохід від експорту рослинного молока «Vega Milk», тис. грн.	2750,00	3229,51	5979,51	4306,01	7056,01	3229,51	4306,01
Повні витрати на здійснення експорту рослинного молока «Vega Milk», тис. грн.	2548,00	2217,48	4765,48	2956,64	5504,64	2217,48	2956,64
Чистий прибуток від експорту рослинного молока «Vega Milk», тис.грн.	202,00	1012,03	1214,03	1349,37	1551,37	1012,03	1349,37
Рентабельність експорту рослинного молока «Vega Milk», %	7,34	31,34	20,30	31,34	21,99	12,96	14,65
Витратомісткість експортної продукції, грн..	0,93	0,69	0,80	0,69	0,78	-0,13	-0,15

Джерело: складено автором

Фінансова звітність СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		31.12.2020	
Територія Одеська обл.		за ЄДРПОУ	22480087
Організаційно-правова форма господарювання ТОВ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності Виробництво фруктових і овочевих соків		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.32
Адреса, телефон Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул.Миру, будинок 144			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2020 року			
	Форма №1	Код за ДКУД	1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000	2474	3032
первісна вартість	1001	9818	10989
накопичена амортизація	1002	7344	7957
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2887	2766
Основні засоби:	1010	20064	23184
первісна вартість	1011	43036	49102
знос	1012	22973	25919
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
знос	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	2283	1242
Відстрочені податкові активи	1045	15223	16880
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	42931	47105
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	169010	186541
Виробничі запаси	1101	4458	4136
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	164552	182405
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрашування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	316246	334599
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів	1130	10108	15304
з бюджетом	1135	16393	24407
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1844	1545
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	215544	247276
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	91	95
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі:	1180	0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних витрат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	11174	9016
Усього за розділом II	1195	740410	818782
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
БАЛАНС	1300	783341	865887

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал		0	0
Зареєстрований капітал	1400	88056	88056
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал в дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	33294	36077
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучиний капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	121350	124133
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення		0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних витрат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення		0	0
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	643988	722890
розрахунки з бюджетом	1620	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунки зі страхування	1625	0	0
розрахунки з оплати праці	1630	61	154
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	11378	13109
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	6563	5601
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	0	0
Усього за розділом III	1695	661991	741754
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
БАЛАНС	1900	783341	865887

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ			31.12.2021
Територія Одеська обл.		за ЄДРПОУ	22480087
Організаційно-правова форма господарювання ТОВ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності Виробництво фруктових і овочевих соків		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.32
Адреса, телефон Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул.Миру, будинок 144			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2021 року		Форма №1	Код за ДКУД
			1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000	3032	3350
первісна вартість	1001	10989	15646
накопичена амортизація	1002	7957	12295
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2766	445
Основні засоби:	1010	23184	26643
первісна вартість	1011	49102	53680
знос	1012	25919	27037
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
знос	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	1242	975
Відстрочені податкові активи	1045	16880	20010
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	47105	51423
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	186541	193393
Виробничі запаси	1101	4136	5335
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	182405	188058
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	334599	449849
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів з бюджетом	1130	15304	34428
у тому числі з податку на прибуток	1135	24407	52666
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1136	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1545	1020
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	247276	293708
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	95	377
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі:	1180	0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних витрат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	9016	2535
Усього за розділом II	1195	818782	1027976
III. Необоротні активи отримані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
БАЛАНС	1300	865887	1079399

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал		0	0
Зареєстрований капітал	1400	88056	88056
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал в дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	36077	33656
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучиний капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	124133	121711
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення		0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних витрат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення		0	0
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	722890	822817
розрахунки з бюджетом	1620	0	11647
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	11647
розрахунки зі страхування	1625	0	0
розрахунки з оплати праці	1630	154	22
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	13109	5106
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	5601	106011
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	0	12084
Усього за розділом III	1695	741754	957687
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
БАЛАНС	1900	865887	1079399

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ			31.12.2022
Територія Одеська обл.		за СДРПОУ	22480087
Організаційно-правова форма господарювання ТОВ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності Виробництво фруктових і овочевих соків		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.32
Адреса, телефон Україна, 67430, Одеська обл., Роздільнянський р-н, село Степанівка, вул.Миру, будинок 144			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2022 року		Форма №1	Код за ДКУД
			1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000	3350	5109
первісна вартість	1001	15646	14734
накопичена амортизація	1002	12295	9625
Незавершені капітальні інвестиції	1005	445	1196
Основні засоби:	1010	26643	37551
первісна вартість	1011	53680	55664
знос	1012	27037	18113
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
знос	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	975	872
Відстрочені податкові активи	1045	20010	4809
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	51423	49537
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	193393	135315
Виробничі запаси	1101	5335	5965
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	188058	129350
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	449849	342969
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів	1130	34428	42050
з бюджетом	1135	52666	45690
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1020	1730
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	293708	327180
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	377	10
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі:	1180	0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних витрат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	2535	2870
Усього за розділом II	1195	1027976	897815
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
БАЛАНС	1300	1079399	947351

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал		0	0
Зареєстрований капітал	1400	88056	88056
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал в дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	33656	24996
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучиний капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	121711	113052
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення		0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних витрат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення		0	0
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	822817	793222
розрахунки з бюджетом	1620	11647	0
у тому числі з податку на прибуток	1621	11647	0
розрахунки зі страхування	1625	0	0
розрахунки з оплати праці	1630	22	24
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	5106	3938
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	106011	31331
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	12084	5785
Усього за розділом III	1695	957687	834299
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
БАЛАНС	1900	1079399	947351

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		31.12.2020	
		за ЄДРПОУ	22480087
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2020 рік			
	Форма №2	Код за ДКУД	1801003
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	999981	917359
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	542124	502912
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий:		0	0
прибуток	2090	457857	414447
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	43395	33294
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	80965	59787
Витрати на збут	2150	373348	348343
Інші операційні витрати	2180	21878	21279
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:		0	0
прибуток	2190	25062	18332
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	216	143
Інші доходи	2240	33	41
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	284	124
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:		0	0
прибуток	2290	25027	18392
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	7048	5471
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:		0	0
прибуток	2350	17979	12921
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
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	23094	12921
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	26180	21876
Витрати на оплату праці	2505	337894	286276
Відрахування на соціальні заходи	2510	26276	19483
Амортизація	2515	33870	28524
Інші операційні витрати	2520	593099	600811
Разом	2550	1017319	956971
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		за ЄДРПОУ	31.12.2021 22480087
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2021 рік			
	Форма №2	Код за ДКУД	1801003
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1288997	999981
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	679329	542124
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий:		0	0
прибуток	2090	609668	457857
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	33294	43395
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	96657	80965
Витрати на збут	2150	498501	373348
Інші операційні витрати	2180	24733	21878
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:		0	0
прибуток	2190	23070	25062
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	179	216
Інші доходи	2240	55	33
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	311	284
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:		0	0
прибуток	2290	22992	25027
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	4803	7048
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:		0	0
прибуток	2350	18189	17979
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
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	18189	23094
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	33168	26180
Витрати на оплату праці	2505	344214	337894
Відрахування на соціальні заходи	2510	31368	26276
Амортизація	2515	43241	33870
Інші операційні витрати	2520	929030	593099
Разом	2550	1381020	1017319
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство СП "ВІТМАРК-УКРАЇНА" ТОВ		31.12.2022	
		за ЄДРПОУ	22480087
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2022 рік			
	Форма №2	Код за ДКУД	1801003
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	958054	1288997
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	552811	679329
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий:		0	0
прибуток	2090	405243	609668
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	96787	33294
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	61008	96657
Витрати на збут	2150	413983	498501
Інші операційні витрати	2180	16940	24733
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:		0	0
прибуток	2190	10099	23070
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	103	179
Інші доходи	2240	52	55
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	105	311
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:		0	0
прибуток	2290	10149	22992
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1489	4803
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:		0	0
прибуток	2350	8660	18189
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
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	8660	18189
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	24332	33168
Витрати на оплату праці	2505	289914	344214
Відрахування на соціальні заходи	2510	26153	31368
Амортизація	2515	31377	43241
Інші операційні витрати	2520	757044	929030
Разом	2550	983863	1381020
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		