

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

СТРАТЕГІЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Студента 4 курсу, 14 групи,
спеціальності 292

«Міжнародні економічні
відносини» спеціалізації

«Міжнародний бізнес»

Марченко Пилип
Сергійович

підпис

Науковий керівник
к.е.н., доцент

Шнирков
Олександр
Олександрович

підпис

Гарант освітньої
програми, к.е.н., доцент

Лежешкокова
Вікторія
Геннадіївна

підпис

Київ 2022

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права Кафедра світової економіки

Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини», спеціалізація «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри Дугінець Г.В.

«__» _____ 2022 р

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентіві

Марченко Пилип Сергійович

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Стратегія міжнародної діяльності автомобілебудівного підприємства (на матеріалах Асоціації «Український національний комітет Міжнародної торгової палати (ICC Ukraine)», м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. №__

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту) 23.05.2022

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту) є обґрунтування основ формування стратегій виходу підприємства на європейський ринок на прикладі ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод».

Об'єкт дослідження є стратегія автомобілебудівного підприємства на європейських ринках (на матеріалах ПАТ «ЗАЗ»).

Предмет дослідження є стратегія автомобілебудівного підприємства на європейських ринках (на матеріалах ПАТ «ЗАЗ»).

Перелік графічного матеріалу – 3 таблиці, 11 рисунків

5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1		26.01.2022	19.05.2022
2		27.01.2022	20.05.2022

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

Розділ 1. Теоретично-практичні основи формування стратегій виходу автомобілебудівного підприємства на європейський ринок ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод»

1.1 Стратегія міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства: сутність та особливості формування

1.2 Аналіз фінансової діяльності та конкурентоспроможності ПАТ «ЗАЗ»

Висновки до розділу 1

Розділ 2. Розробка стратегії виходу автомобілебудівного підприємств на європейський ринок

2.1 Обґрунтування алгоритму стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ»

2.2 Аналіз результативності діяльності ПАТ «ЗАЗ» за умови реалізації нової стратегії

Висновки до розділу 2

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.12.2021	16.12.2021
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 31.01.2022	11.02.2022
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 30.04.2022	23.04.2022
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 10.05.2022	09.05.2022
5	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 20.05.2022	19.05.2022
6	Подача готової ВКР на кафедру	до 30.05.2022	27.05.2022
7	Попередній захист ВКР	за графіком (30.05.– 17.06.2022)	за графіком
8	Захист ВКР	за графіком (20.06 – 30.06.2022)	за графіком

8. Дата видачі завдання « ____ » _____ 20__ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Шнірков О.О. _____

10. Керівник освітньої програми

Лежєп'юкова В.Г. _____

11. Завдання прийняв до виконання студент

Марченко П.С. _____

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Випускна кваліфікаційна робота Марченко П.С. присвячена актуальній темі, а саме особливостям обґрунтування формування стратегій виходу підприємства на європейський ринок на прикладі ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод».

Наведена тема є актуальною і стосується підприємств які виходять на зовнішні ринки, де панує жорстка конкуренція. Успішний вихід компанії можливий тільки за умови вживання новітніх методів управління, адже міжнародний ринок є вкрай містким та формує вагомі перспективи для підприємств.

У першому розділі розглянуто практичні основи формування стратегій виходу автомобілебудівного підприємства ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» на європейський ринок.

У другому розділі дано пропозиції щодо формування стратегії виходу ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» на європейський ринок.

В цілому випускна кваліфікаційна робота Панченко В.О. є комплексною, розкриває обрану тематику, відповідає встановленим вимогам та рекомендована до захисту.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента Марченко Пилип Сергійович може бути допущена до публічного захисту.

Керівник освітньої програми В.Г. Лежєпськова

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри Г.В. Дугінець

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 20 р.

АНОТАЦІЯ

Марченко Пилип Сергійович. Стратегія міжнародної діяльності автомобілебудівного підприємства/компанії (на матеріалах Асоціації «Український національний комітет Міжнародної торгової палати (ICC Ukraine)», м. Київ).

Випускна кваліфікаційна робота присвячена актуальній проблемі обґрунтування основ формування стратегій виходу підприємства на європейський ринок на прикладі ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод».

У роботі проведено комплексний аналіз Стратегія міжнародної діяльності автомобілебудівного підприємства/компанії на матеріалах Асоціації «Український національний комітет Міжнародної торгової палати (ICC Ukraine)», м. Київ.

На основі аналізу досліджені підходи щодо стратегії міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства, її сутність та особливості формування, виконаний аналіз фінансової діяльності та конкурентоспроможності ПАТ «ЗАЗ», обґрунтований алгоритм стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ» та надано оцінку результативності діяльності ПАТ «ЗАЗ» за умови реалізації нової стратегії.

Ключові слова: міжнародна діяльність підприємства, автомобілебудування, міжнародний бізнес, експорт, імпорт, стратегія.

ANNOTATION

Marchenko Philip Sergeevich. Strategy of international activity of an automobile manufacturing enterprise/company (based on the materials of the Association "Ukrainian National Committee of the International Chamber of Commerce (ICC Ukraine)", Kiev).

The final qualification work is devoted to the actual problem of substantiating the basics of forming strategies for entering the European market of an enterprise on the example of PJSC "Zaporizhia automobile plant".

The paper provides a comprehensive analysis of the strategy of international activity of an automobile manufacturing enterprise/company based on the materials of the Association "Ukrainian National Committee of the International Chamber of Commerce (ICC Ukraine)", Kiev.

Based on the analysis, approaches to the strategy of international competitiveness of an industrial enterprise, its essence and features of formation are studied, the analysis of financial activity and competitiveness of PJSC "ZAZ" is performed, the algorithm of the strategy for entering the European market of PJSC "ZAZ" is justified, and the effectiveness of PJSC "ZAZ" is evaluated if the new strategy is implemented.

Keywords: international activity of the enterprise, automotive industry, International Business, Export, Import, strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЙ ЗАВОД»	6
1.1 Стратегія міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства: сутність та особливості формування.....	6
1.2 Аналіз фінансової діяльності та конкурентоспроможності ПАТ «ЗАЗ»	14
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК	21
2.1 Обґрунтування алгоритму стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ»	21
2.2 Аналіз результативності діяльності ПАТ «ЗАЗ» за умови реалізації нової стратегії.....	24
Висновки до розділу 2.....	29
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	34
ДОДАТКИ.....	38

ВСТУП

Актуальність дослідження. В умовах ринку, що характеризується нестабільністю діяльності підприємства, обумовленою мінливістю попиту та пропозиції, цін на товари та фактори виробництва, змінами в конкурентному середовищі й іншими макро- та мікроекономічними факторами, однією з першочергових задач керівництва підприємства стає формування й аналіз поточних та перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу. Це викликано, насамперед, необхідністю забезпечення ефективності функціонування та зміцнення позицій на ринку.

Вихід підприємства на зовнішні ринки, де панує жорстка конкуренція, можливий тільки за умови вживання новітніх методів управління, адже міжнародний ринок є вкрай містким, що формує вагомі перспективи для підприємств, утім водночас висуває та певні вимоги до керівництва.

Політика підприємства з щодо експортно-імпоротної діяльності вимагає своєрідного підходу до підтримання конкурентоспроможності продукції та організації невимушено, як з чисельних, так та з якісних вимірів та більш добросовісного додержання положень та методів маркетингу.

За теперішніх умов глобалізації, зовнішньоекономічна діяльність являється ключовим складником поступового розвитку підприємства. Тривалий час у економічній літературі поширювалась думка стосовно того, що глобалізація та є одна зі стратегій підприємств, що має головну ціль - завоювання зовнішніх ринків.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Більшість науковців, котрі досліджують питання зовнішньоекономічної діяльності, міжнародної торгівлі акцентують увагу на важливості стратегічного управління у даній галузі. Винятковий вклад у даному напрямку здійснили ТА.Багров, С.Брю, П.Буніч, А.Воронкова, А.Градов, В.Гриньова, М.Дідківський, А.Г Дем'янченко, О.Кіреєв, В.В.Козик, Ф.Котлер, А.Кредісов, М.Круглов, В.Новицький, Є. Савельєв, ТА. Фамінський.

Дослідження розвитку автомобілебудівної галузі такі вчені-економісти, як Л. Афанасьєва, Дж. Венсвін, Г. Кривов, В. Матвієнко, Ю. Приходько, А. Соколов, С. Толкачов. Однак за останні роки було виконано досить мало опрацювань конкурентоспроможності саме української автомобілебудівної галузі.

Обмін думками стосовно визначення сутності та структури категорії «конкурентоспроможність підприємства» та дотичних та тотожних з нею понять, що знайшов відображення у економічній літературі 90-х рр., виявив найрізноманітніші точки зору, та тому виникає потреба у їх дослідженні та конкретизації. Недивлячись на значний внесок зазначених науковців в дослідження проблеми зростання прибутковості виробництва, зазначені питання потребують подальших досліджень.

Метою дипломної роботи є обґрунтування основ формування стратегій виходу підприємства на європейський ринок на прикладі ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод».

Для досягнення даної мети поставлені наступні **завдання**:

1. дослідити підходи щодо стратегії міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства, її сутність та особливості формування;
2. виконати аналіз фінансової діяльності та конкурентоспроможності ПАТ «ЗАЗ»;
3. надати оцінку сприятливості середовища міжнародного бізнесу ПАТ «ЗАЗ»;
4. обґрунтувати вибір приймаючої країни ПАТ «ЗАЗ» у контексті формування конкурентної стратегії;
5. розглянути алгоритм стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ»;
6. надати оцінку результативності діяльності ПАТ «ЗАЗ» за умови реалізації нової стратегії.

Об'єктом дослідження є стратегія автомобілебудівного підприємства на європейських ринках (на матеріалах ПАТ «ЗАЗ»).

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів щодо стратегії міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства.

Методи дослідження. При дослідженні теоретичних аспектів щодо розробки стратегії підприємства, у роботі застосовувалися: методи індукції та дедукції. Методи економічного аналізу та кореляційно–регресивного аналізу використовувались для аналізу фінансової ПАТ «ЗАЗ».

Методи причинно-наслідкового зв'язку та абстрактно–логічний використовувалися при розробці рекомендацій, стосовно збільшення прибутковості. Результати досліджень наведені із застосуванням схематичних та графічних методів.

Інформаційною базою дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців у сфері економіки та фінансів, законодавча база України, яка регулює діяльність підприємств, зокрема: Кодекси України, Закони України, а окрім того фінансова звітність підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці та економічному обґрунтуванні пропозиції щодо зростання прибутковості виробництва ПАТ «ЗАЗ» та розробки стратегії для виходу на європейські ринки.

Структура та обсяг курсової роботи. Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЄВРОПЕЙСЬКІЙ РИНОК ПАТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЙ ЗАВОД»

1.1 Стратегія міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства: сутність та особливості формування

Нинішні умови господарювання характеризуються посиленням конкуренції та невизначеності, нестабільністю економічного стану, спонукаючи підприємства до пошуку все нових підходів до побудови стратегій власного розвитку. Перспектива виживання підприємства в умовах незмінної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоздатності.

Ступінь конкурентоспроможності визначає стан підприємства, що розкриває перспективи його майбутнього розвитку, перспективу здобутку стратегічних цілей та завдань.

Ефективність функціонування підприємства, в тому числі його здібність відповідати панівним вимогам ринку, якість задоволення споживчого попиту та ресурсний потенціал є визначальними факторами, що характеризують конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Під змістом «конкурентоспроможності» підприємства розуміють рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та вживанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а окрім того його часткових складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок та знань персоналу, що виражено у таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність та ін. [1, с. 480].

Аналіз економічного потенціалу суб'єкта господарювання характеризується визначенням величини наявних економічних ресурсів, які є розпорядженні підприємства, та врахованого економічного ефекту від їх використання. Аналіз економічного потенціалу підприємства проводиться в натуральному та

вартісному виді. Аналіз економічного потенціалу підприємства в натуральному виді визначає кількість економічних ресурсів, якими володіють підприємства, та кількість продукції, робіт та послуг, які можуть бути виготовлені (надані) підприємствами при повному та ефективному використанні розглянутих ресурсів. В даному випадку для оцінки потенціалу підприємства вживають натуральні вимірники. У вартісному виді аналіз економічного потенціалу підприємства визначає вартість активів підприємства та величини економічних вигод, які можуть бути отримані в майбутньому періоді, з використанням вартісних показників та вимірників [2, с. 152].

Яремко Т. А. визначив, що враховуючи реальні умови ринкової економіки та вимоги створення підприємством конкурентоспроможного потенціалу недостатнім є використання фінансової звітності для оцінки вартісних показників динаміки потенціалу та структури капіталу підприємства. Окрім того, аргументував теоретичну та емпіричну бази регламентації, стандартизації нефінансових показників підприємства, що формує передумови розробки фундаментального напрямку наукових досліджень в узгодженні основ вартісно-фінансової концепції. Зазначені недоліки та переваги формують передумови формування та удосконалення системи оцінки ефективності використання економічного потенціалу підприємства у «посткризовій економіці» [3, с. 95].

Виконати аналіз конкурентоспроможності підприємства означає провести розрахунки щодо комплексу показників, котрі визначають відмінні аспекти діяльності підприємства та ситуацію ринкового середовища, оцінити їх рівень та інтерпретувати отримані результати. Переважна більшість дослідників вбачають, що оцінити конкурентоспроможність можна лише за умови уподібнення даного об'єкта із іншими, а рівень конкурентоспроможності у визначений момент часу являється короткостроковою характеристикою об'єкта.

Необхідно зазначити, що кожний дослідник вкладає у поняття «конкурентоспроможність» власний зміст та власну систему позначень. Тому розгляд багатоманітних визначень категорії «конкурентоспроможність» дав змогу виокремити наступні ознаки даного поняття (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація конкурентоспроможності

ОЗНАКА	ВИДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
1. ТЕРИТОРІАЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНА СФЕРА	- МІЖНАРОДНА - ВНУТРІШНЬОНАЦІОНАЛЬНА - РЕГІОНАЛЬНА
2. РІВЕНЬ КОНКУРУЮЧИХ ОБ'ЄКТІВ	- ГАЛУЗІ (КОМПЛЕКСУ ГАЛУЗЕЙ) - ПІДПРИЄМСТВА - ТОВАРУ
3. ФІКСАЦІЯ У ЧАСІ	- НА ВИЗНАЧЕНУ ДАТУ В МИНУЛОМУ - ПОТОЧНА - ПРОГНОЗНА

Джерело: [4, с. 720]

Сутність конкурентоспроможності включає в себе величезний комплекс економічних, правових та інших характеристик, що формулюють положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Даний комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також чинники, що генерують у цілому економічні умови виробництва та збуту продукції.

Проблемою оцінки фінансового потенціалу суб'єкта господарювання стає різниця реальної та балансової вартості фінансового капіталу.

Для власника та інвестора головним є перспектива отримання прибутку, загальна фінансова вартість капіталу вже не є важливою. Це не завжди є правильним рішенням, так як фінансовий капітал відповідний за процес реального формування організаційних підприємницьких структур, та формує

механізм фінансування діяльності самого підприємства, та не визначається суспільно-економічними факторами [5, с. 630].

Узагальнюючи дослідження фінансового капіталу, виокремимо його економічні особливості [6, с. 519]:

- 1) Економічна сутність забезпечення й розвитку підприємства, держави, суспільства;
- 2) забезпеченість, перспективу розподілу, використання, відтворення ресурсів як основи у визначенні ефективності формування та розподілу власних та позикових ресурсів;
- 3) оборотність коштів, для забезпечення формування основних та обігових ресурсів та руху факторів виробництва підприємства;
- 4) постійність капіталізації ресурсів та перспективу максимізації прибутку;
- 5) ринкова вартість, що впливає на кредитоспроможність, структуру власного капіталу та інвестиційну привабливість.

Аналізуючи різні підходи до пояснення природи конкурентоспроможності підприємства й національної економіки, Портер дійшов висновку, що конкурентна перевага як на внутрішньому, так та на зовнішньому ринках залежить від наявності та ефективності використання ресурсів, що перебувають у розпорядженні фірми.

Причому комбінація ключових факторів успіху не є постійною та універсальною для всіх галузей промисловості. Кожна окрема галузь має свої специфічні вимоги до такої комбінації.

Конкурентна перевага характеризується тим як продуктивність використання ресурсів, де критерієм виступає рентабельність виробництва. Конкурентні переваги існують тоді, коли підприємство може отримувати рентабельність вище середнього значення для даної галузі або сегменту ринку. Конкурентна перевага визначається набором характеристик, властивостей товару або послуги, які створюють відповідне перевершення над конкурентами [7, с. 1072].

Узагальнивши результати наукових досліджень із цього питання, можна систематизувати методики діагностики й оцінювання конкурентоспроможності підприємства (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Ознака класифікації	Група методів	Методи
За способом оцінювання	Кількісні	Диференційований метод, інтегральний метод, метод різниць, метод балів
	Якісні	SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, евристичні методи
За формою представлення результатів	Матричні	Матриця БКГ, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, метод PIMS, матриця Ансоффа
	Індексні (аналітичні)	Інтегральні методи, метод конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції
	Графічні	Радіальна діаграма, багатокутник конкурентоспроможності, метод профілів
За показниками та змінними, що вживають під час аналізу	Методи, що характеризують ринкові позиції	Модель БКГ, метод Мак Кінсі, модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Портера
	Методи, що характеризують рівень менеджменту	Метод LOTS, метод експертної оцінки, ситуаційний аналіз, карти стратегічних груп, бенчмаркінг
	Методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність	Методи фінансово-економічного аналізу, методи прогнозування фінансового стану
За ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства	Спеціальні	Конкурентоспроможність продукції, матричні методи
	Комплексні	Індексні, інтегральні методи, метод балів
За рівнем ухвалення рішення	Стратегічні	Модель БКГ, метод Мак Кінсі, модель Shell/DPM тощо
	Тактичні	Інтегральні методи, аналіз конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції, самооцінка

Джерело: [8, с. 493]

Отже, необхідно зазначити, що кількісні методи оцінювання конкурентоспроможності пов'язані переважно із обчисленням відносних величин (індексів, коефіцієнтів), котрі характеризують рівень головних показників за частковими аспектами конкурентоспроможності (сферами

діяльності), та їхнім наступним поєднанням у групові та інтегральний показники.

Головними методами оцінювання конкурентоспроможності підприємства є методи, у базисі яких лежить життєвий цикл товару, частка ринку, теорія ефективної конкуренції, конкурентна перевага, розцінка конкурентоспроможності продукції. Саме тому, переваги та хиби найвживаніших дев'яти груп наведено у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Метод	Переваги	Хиби
1. Методи, засновані на аналізі порівняльних переваг	Найбільш поширений та простий у розрахунках	Статичність отриманих оцінок, неможливість адекватно оцінити конкурентні позиції підприємства, майже не відображає взаємодію виробника продукції з ринком
2. Методи, що базуються на теорії рівноваги підприємства та галузі	Якісне оцінювання на рівні галузей різних країн	Великою мірою об'єктивно відображає лише зовнішні умови роботи, майже не характеризує здатність до адаптації
3. Методи побудовані на основі теорії ефективної конкуренції	Глибокий аналіз внутрішнього стану, перспективу порівняння із середньогалузевими показниками	Складне узагальнення результатів аналізу (отримання інтегральної оцінки) та великий обсяг розрахунків, не дозволяє оцінити динаміку факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності
4. Методи, основані на теорії якості товару	Аналіз якості виготовленої продукції та значна увага до споживачів	Не враховується ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства; використовується для виробників одного виду продукції; відбувається ідентифікація конкурентоспроможності продукції та підприємства
7. Методи визначення позиції в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємств	Аналіз окремих елементів потенціалу	Складність інформаційного забезпечення розрахунків, трудомісткий алгоритм, аналіз лише внутрішніх чинників без дослідження впливу зовнішнього середовища

Джерело: [11, с. 21]

Крім того, вибір методу або методів є суб'єктивним для кожного підприємства та його визначають завдання, котрі йому необхідно вирішити

(діагностика стану підприємства, вибір стратегії та ін.), рівень ухвалення рішення та фактори конкурентного середовища [12, с. 12].

На рис. 1.1 зображено стадії розроблення міжнародної ринкової стратегії підприємства з метою виходу на міжнародні ринки.



Рис. 1.1 Етапи розроблення міжнародної ринкової стратегії підприємства з метою виходу на міжнародні ринки

Джерело: [13, с. 154]

Планування розвитку автомобілебудування є комплексним процесом, що ґрунтується на поєднанні теоретичних основ ефективного галузевого планування із особливостями здійснення цього процесу, що вироблені сучасною практикою.

В умовах невизначеності та швидких змін економічних процесів головний документ, який відображає результати процесу планування розвитку галузі - програма розвитку автомобілебудування - повинна передбачати можливість постійного її коригування впродовж всього періоду дії.

Програми розвитку автомобілебудування потребують постійного контролю й аналізу планованих показників.

У такому випадку процес планування розвитку автомобілебудування в Україні буде не дискретним процесом з класичними елементами початку та кінця (рис.1.2), а нескінченним циклом планування.

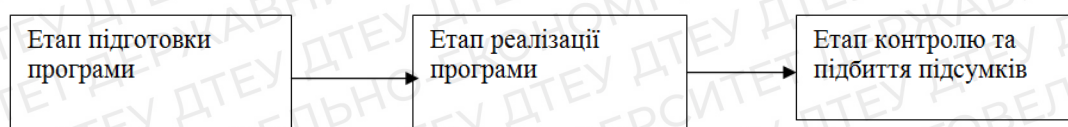


Рис.1.2 Схема дискретного процесу планування розвитку автомобілебудування.

Джерело: розробка автора

Застосовуваний в Україні підхід до реалізації процесу планування розвитку автомобілебудування передбачає три послідовні етапи:

Підготовка програми - прийняття рішення про необхідність такої програми, безпосереднє формування умов програми, та її затвердження всіма відповідними органами управління.

Реалізація програми - програма вступає в дію, доводиться до відома всіх учасників ринку та фактично працює.

Контроль і підбиття підсумків реалізації програми - проводиться зіставлення фактичних і планових показників розвитку автомобілебудування.

Оскільки між першим і третім етапами існує досить тривалий проміжок часу, а динамічність зовнішнього та внутрішнього середовища вносить корективи у фактори функціонування галузі, то планові показники, які були встановлені на першому етапі, не завжди співрозмірні із фактичними показниками, отриманими на третьому етапі.

Отже, на початковому етапі здійснюється оцінку привабливості ринку, адже при розгляді питань відбору привабливих ринків концентрують увагу на вивченні маркетингового середовища даних ринків. В свою чергу, обрання привабливих ринків потребує врахування властивостей міжнародного середовища підприємництва з метою розшуку продуктивних напрямків проникнення й формування вдалих стратегій розвитку.

1.2 Аналіз фінансової діяльності та конкурентоспроможності ПАТ «ЗАЗ»

Запорізький автомобілебудівний завод являється єдиним у нашій державі підприємством, котре керує повним ланцюгом виробництва легкових автомобілів, до складу якого належать штампування, зварювання, фарбування, обладнання кузова та складання автомобілей. Крім того на досліджувальному підприємстві сформовано безперервне розгортається якісне нове новачасне високо-технологічне виробництво.

Ключовими пріоритетами «ЗАЗ» являється стабільне очікування вдосконалювати власну продукцію, робота над впровадженням нових ідей та розширення модельного ряду автомобілів (рис. 1.3).

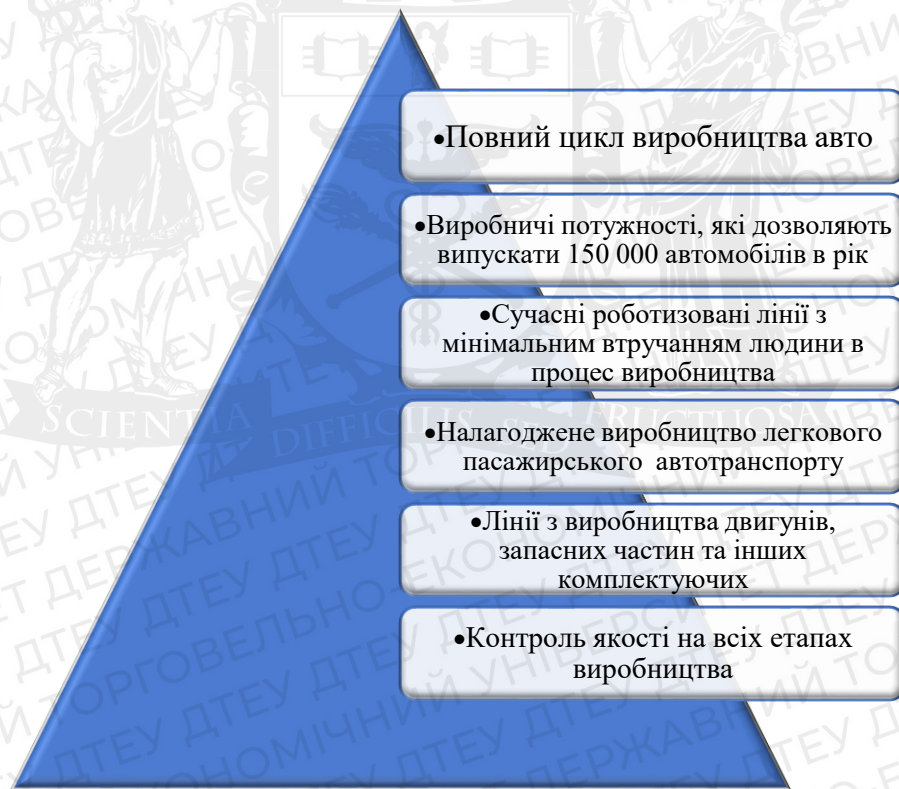


Рис. 1.3 Ключові пріоритети діяльності ПАТ «ЗАЗ»

Джерело: [13, с. 154]

Важливо зазначити, що підприємство пройшло масштабну модернізацію, задля того щоб абсолютно відповідати міжнародним стандартам якості Groupe Renault.

На заводі була розгорнута система «Alliance Production Way», котру будуть вимогливо дотримуватись, задля того, щоб дати перспективу забезпечити український ринок автомобілями міжнародної рівня якості.

Варто підкреслити, що політика якості досліджувального підприємства переважно цілеспрямована саме на задоволення побажань та очікувань покупців, удосконалення системи менеджменту якості виробництва, що окрім того відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2000 й наступним вимогам (рис. 1.4).

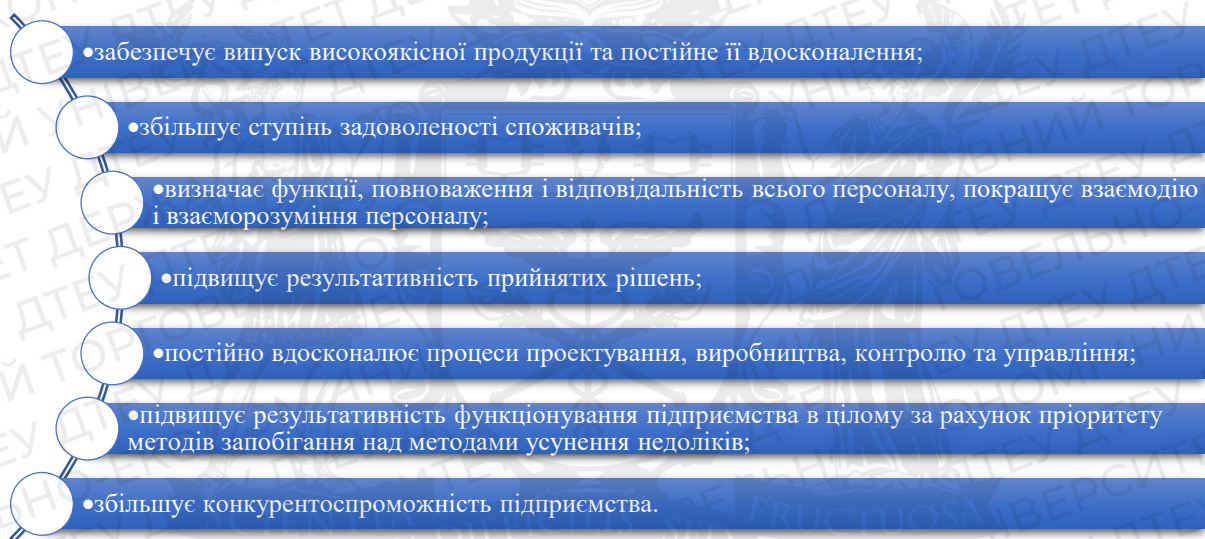


Рис. 1.4 Система та політика управління якістю ПАТ «ЗАЗ»

Джерело: [17]

Важливо зазначити, що Мелітопольський моторний завод належить до складу ПАТ «ЗАЗ» та починає свою історію із 1908 р., коли ТА. Заферман створив завод із виготовлення нафтових двигунів.

Вже у 2004 році заводу було видано Сертифікат відповідності системи менеджменту якості Міжнародному стандарту ISO 9001:2000, що був виданий транснаціональним Міжнародним технічним товариством БЮРО ВЕРІТАС.

У процесі виробництва, експерти-випробувачі звіряють автомобіль на відповідність вимогам із шуму, вібрації й жорсткості, а окрім того здійснюють зайве візуальне обстеження всіх вузлів та агрегатів тестованого автомобіля на естакаді для підйому або спуску.

Отже, на підставі даних балансу та звіт про фінансові результати (Додаток А) виконаємо дослідження фінансово-економічного стану ПАТ «ЗАЗ» у 2018–2021 рр. Головні результати діяльності підприємства наведено у таблиці (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Основні результати діяльності підприємства ПАТ «ЗАЗ» у 2018–2021 рр., тис. грн

№	Показник	Рік				Відхилення		
		2018	2019	2020	2021	2019	2020	2021
						/	/	/
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Чистий дохід від реалізації продукції	231191	191706	84655	1163457	-17,1	-55,8	1274,4
2	Валовий прибуток	57888	26809	10559	44891	-53,7	-60,6	325,1
3	Собівартість продукції	173303	164897	74096	1118566	-4,9	-55,1	1409,6
5	Витрати	430059	425358	227159	1294853	-1,1	-46,6	470,0
6	Доходи	1068125	3131549	381049	76287	193,2	-87,8	-80,0
7	Чистий прибуток	1068125	3131549	381049	76287	193,2	-87,8	-80,0

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ПАТ «ЗАЗ»

Отже, відповідно до даних у табл. 1.4, можемо зробити висновок, що динаміка чистого доходу від реалізації протягом останніх років не має чіткої тенденції до збільшення або зменшення.

Приміром, у 2019 році відносно з 2018 роком відбулось скорочення обсягів реалізації на 17,1 %.

Зауважимо, що у 2020 році відносно з 2018 роком відбулось зростання обсягів реалізації у 5 разів, що є позитивною тенденцією та пояснюється формуванням договорів з китайськими партнерами. Зростання масштабів реалізації спонукало до зростання обсягів валового прибутку.

Доцільно навести структуру витрат досліджуваного підприємства у 2021 році, їх представлено на рисунку 1.5.

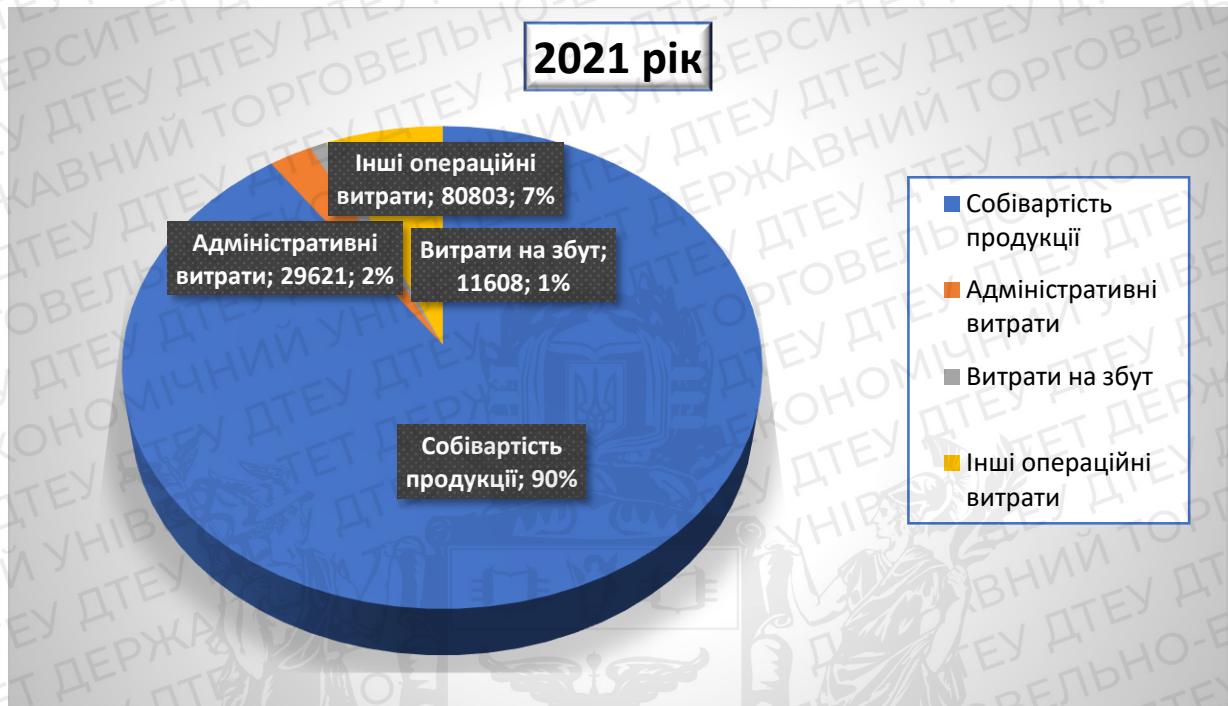


Рисунок 1.5. Структура витрат досліджуваного підприємства у 2021 році

Джерело: [17]

Підсумовуючи варто зазначити, що структура витрат ПАТ «ЗАЗ» у 2021 рр. не пізнала вагомих змін. Спостерігаємо, що у 2021 році головну частку витрат 90,0 % займає собівартість продукції, інші операційні витрати займають близько 7%, адміністративні витрати 2%, витрати на збут 1,0 %, витрати з податку на прибуток 4,86%, фінансові витрати 2,18%, інші витрати 0,44%, а витрати від участі в капіталі 0,02%.

Подібна структура пояснюється виробничою направленістю підприємства й відносно великим штатом працівників (витрати на оплату праці складають значну частину собівартості продукції, адміністративних витрат та витрат на збут).

Показник ефективність використання основних засобів ПАТ «ЗАЗ», на основі яких можна оцінити ефективності амортизаційної політики представлені в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

**Показник ефективності використання основних засобів ПАТ «ЗАЗ»
у 2018–2021 роках, млн. грн**

№	Показник	2018	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення(+, –)		
						2019– 2018	2020– 2019	2021– 2020
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Наявність ОЗ на початок року, млн. грн.	8686955	10314752	11400829	12014124	1627797	1086077	613295
2	Фондомісткість	0,41	0,61	0,47	0,59	0,20	–0,14	0,12
3	Фондовіддача	2,41	1,64	2,14	1,70	–0,77	0,50	–0,44
4	Рентабельність ОЗ, %	34,26	51,67	40,68	17,36	17,41	–10,99	–23,32

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ПАТ «ЗАЗ»

Аналізуючи дані з таблиці 1.5, можемо дійти висновку, що на підприємстві прослідковується тенденція до зростання об'ємів основних засобів.

Аналіз динаміки прибутку досліджуваного підприємства дає змогу розкрити головні тенденції розвитку ПрАТ «ЗАЗ» протягом 2018–2021 років. Динаміка показників прибутку ПрАТ «ЗАЗ» представлена в таблиці 1.6.

Таблиця 1.6

Динаміка показників прибутку ПрАТ «ЗАЗ» у 2018–2021 рр., тис. грн

Показник	Рік				Відхилення, %		
	2018	2019	2020	2021	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020
1	2	3	4	5	6	7	8
Валовий прибуток	57888	26809	10559	44891	–29	32	–41
Прибуток до оподаткування	1068125	3131549	381049	76287	–41	47	–53
Чистий прибуток	1068125	3131549	381049	76287	69	–14	–56

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Отже, відповідно до даних таблиці 1.6, можна визнавати, що протягом досліджуваного періоду мало місце зменшення валового прибутку досліджуваного підприємства. Так, у 2019 році порівнюючи з 2018 роком зменшення валового прибутку склало 29 %. У 2020 році мало місце часткове збільшення валового прибутку тенденція на 32% порівнюючи з 2019 роком. Однак рівень 2018 року здобуто не було. У 2021 році відбулося вагоме зменшення валового прибутку на 41%.

Варто зазначити, що скорочення валового прибутку на досліджуваному підприємстві є наслідком значного скорочення обсягу реалізації продукції підприємства.

Висновки до розділу 1

Під змістом «конкурентоспроможності» підприємства розуміють рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та вживанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а окрім того його часткових складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок та знань персоналу, що виражено у таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність.

Дослідження засад функціонування ПАТ «ЗАЗ» показало, що досліджуване підприємство ПАТ «ЗАЗ» є провідним підприємством

України, що займається виготовленням стратегічно важливої продукції. Аналіз фінансово економічних показників діяльності підприємства свідчить про зменшення ефективності його функціонування. Так, протягом досліджуваного періоду спостерігалось скорочення обсягів реалізації, зростання собівартості продукції та як наслідок зменшення чистого прибутку підприємства.

Проведений аналіз економічного потенціалу ПАТ «ЗАЗ» показав, що на підприємстві наявні, як позитивні так та негативні тенденції. Так, безперечно до позитивних аспектів економічного потенціалу можна віднести високий рівень ліквідності та платоспроможності, розширення основних фондів. Проте

про неефективність управлінських рішень, які призводять до зниження економічного потенціалу свідчать зниження показників рентабельності, ділової активності та використання основних засобів.

Аналіз прибутковості виробництва ПАТ «ЗАЗ» показала, що на підприємстві наявні тенденції до скорочення прибутковості підприємства. На основі значення та динаміки даного показника можна зробити висновки про діяльність підприємства в цілому та про його ефективність. Зниження показників прибутку підприємства викликало зниження показників його рентабельності.



РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

2.1 Обґрунтування алгоритму стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ»

Потрібно наголосити, що зовнішня торгівля обіймає великий діапазон форм зовнішньо-торговельних угод, котрі дозволено класифікувати за трьома групами: операції натурального обміну; операції, що окреслюють участь продавця у реалізації товарів, запропонованих покупцем; операції в рамках промислового співробітництва [23, с. 167].

Окрім того, європейський ринок установлює строгі вимоги перед імпортною продукцією. Саме тому підприємство ПАТ «ЗАЗ» зобов'язане вибрати визначений маршрут інтеграції у європейське автомобілебудування.

Ми вважаємо, що одним із раціональних напрямків удосконалення експортної діяльності на підприємстві на довгострокову перспективу є розроблення стратегій розвитку виробництва на середньо- та довгострокову перспективи. Застосовуючи стратегію вдосконалення діяльності, ПАТ «ЗАЗ» зможе застосувати наступні альтернативи інтенсивного зростання [25, с. 47]:

- розвиток первинного попиту шляхом залучення нових користувачів товару;
- збільшення частки ринку за рахунок залучення покупців фірм-конкурентів за допомогою активних маркетингових заходів.

Застосовуючи стратегію товарної експансії, можна вжити наступні альтернативні варіанти реалізації стратегії [28, с. 107]:

- додання споживчих характеристик товару;
- розширення товарної номенклатури та асортименту продукції, що випускається.

На нашу думку, з метою доступу на європейський ринок підприємство ПАТ «ЗАЗ» потрібно пройти ряд етапів, не зважаючи на те, що всякий має ряд своїх властивостей (рис. 2.1).

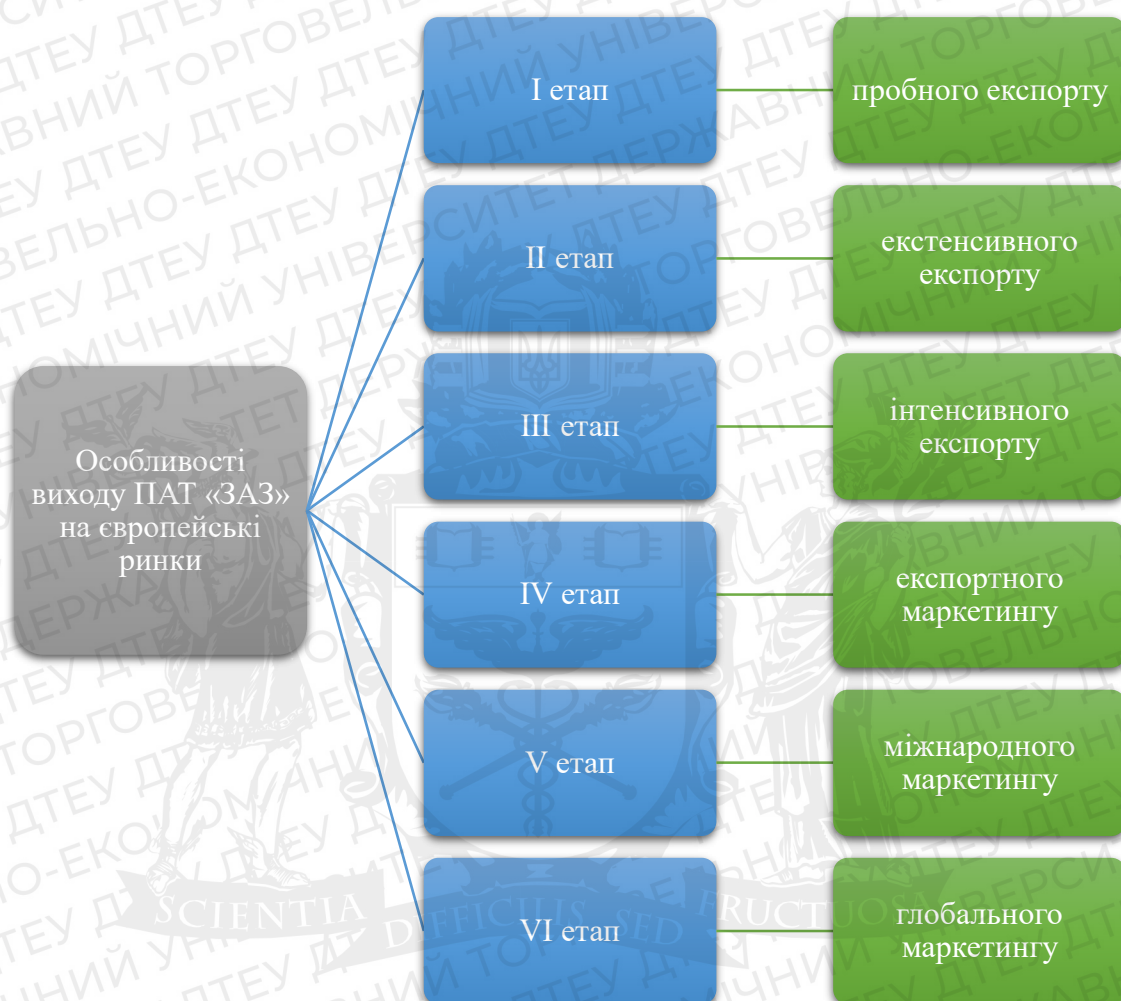


Рис. 2.1 Алгоритм стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ»

Джерело: [29]

Розглянемо більш детально етапи алгоритму стратегії виходу на європейський ринок.

Отже, на першому етапі передбачаються однобічні спроби підприємства реалізувати закордонному покупцю уніфіковану вітчизняну продукцію. Вдалі продажі на частковому зарубіжному ринку підприємство старається відтворити й на інших ринках [30, с. 21].

На другому етапі здійснюється охоплення невагомої кількості ринків без їх сегментації. Експортний асортимент відтворений традиційним для аналізованого підприємства набором товарів.

На наступному, третьому етапі здійснюється лімітування асортименту найбільш вигідною продукцією по будь-якому ринку із застосуванням усіх інструментів активного маркетингу. В той час, зовнішньо-економічні зв'язки усе ж залишаються додатком внутрішньо-економічних відносин.

Четвертий етап із алгоритму характеризується тим, що товари нашого підприємства усе більш пристосовуються до побажань зовнішнього ринку. Підприємство повинно розвивати двобічні відносини із зовнішніми ринками, та в той же час маркетингові комунікації набирають міжнародних атрибутів.

П'ятий етап створює умови, за яких закордонні ринки починають грати панівну роль у створенні маркетингової концепції аналізованого підприємства [31, с. 142].

На фінальному етапі алгоритму стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ» передбачається, що підприємство переважно орієнтується на внутрішній ринок та проймається задоволенням потреб, властивих для споживачів всього світу.

На наше переконання, у разі, якщо зважати на усі етапи з наведеного на рис. 2.1 алгоритму, то такий підхід точніше можна найменувати довгостроковою стратегією ЗЕД, а не стратегією виходу на зовнішні ринки, проте саме подібний напрям дасть змогу підприємству втримувати власні конкурентоздатні позиції на міжнародних ринках на протязі довгого періоду часу [32, с. 431].

Необхідно зазначити, що у випадку виходу ПАТ «ЗАЗ» на європейські ринки, підприємство зобов'язане обрати саме ті сегменти, у яких її база надає переваги та які здобули не достатній розвиток чи тільки зароджується на зарубіжних ринках. Увага місцевих підприємств чи міжнародних конкурентів, що зосереджуються у інших державах, нерідко буде направлена на інші

питання, саме тому вони будуть не досконало приготовані до ведення боротьби [33, с. 74].

Вторинний керуючий принцип у відношенні виходу на європейські ринки полягає у тому, щоб відтворювати приклад багатонаціональних компаній, що у свою чергу приведе до сегментів, де місцеві підприємства не зможуть опинитись у вигідному положенні.

Обрання стратегії виходу прив'язаний, передусім, з роллю та об'ємами ЗЕД для досліджуваного підприємства. У випадку, якщо ЗЕД займає не вагоме місце у тотальних підсумках, то сумнівно чи доречно витрачатись на розроблення особливої зовнішньої стратегії [34]. Та навиворіт, при зростанні масштабів ЗЕД, а ще в умовах наростання конкуренції на європейських ринках доцільно не лише мати спеціальні стратегії, проте й виробляти систему міжнародного стратегічного менеджменту, яка залучає не лише розроблення стратегії, проте та її реалізацію та стратегічний контроль [35, с. 21].

Після вибору стратегії підприємством, її виконанні або внаслідок прийнятого рішення зміни стратегічних напрямків, цілей потрібно виконати її оцінку у виді аналізу того, як враховані вагомні фактори при її створенні. Наслідки оцінки допускають розкрити, чи приведе вибрана стратегія до здобутку підприємством власних цілей.

2.2 Аналіз результативності діяльності ПАТ «ЗАЗ» за умови реалізації нової стратегії

За умови реалізації запропонованої нами стратегії виходу на європейський ринок, можемо надати економічну оцінку результативності діяльності, що представлена у таблиці 3.1 для забезпечення спів ставності показників, ті показники на які не здійснюють вплив запропоновані нами заходи для розрахунку беремо на рівні 2020 року [42, с. 129].

Таблиця 2.1

**Економічний аналіз доцільності впровадження нової стратегії ПАТ
«ЗАЗ», тис. грн.**

№	Показник	2020	Після впровадження запропонованих заходів	Відхилення	
				Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
1	2	3	4	5	6
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	12 239 687	12 259 687,00	200 000,00	0,16
2	Собівартість реалізованої продукції(товарів, робіт, послуг)	7291413	7278099,64	-13 313,36	-0,18
3	Валовий прибуток	4 948 274	4 981 587,36	33 313,36	0,67
4	Інші операційні доходи	1 008 736	1 008 736	0,00	0,00
5	Адміністративні витрати	1482211	1 481 234	-977,30	-0,07
6	Витрати на збут	768210	768 609	398,77	0,05
7	Інші операційні витрати	1972444	1 972 444	0,00	0,00
8	Прибуток від операційної діяльності	1 734 145	1 768 037	33 891,89	1,95
9	Інші доходи	451 981	451 981	0,00	0,00
10	Фінансові витрати	271 862	271 862	0,00	0,00
11	Інші витрати	57 456	57 456	0,00	0,00
12	Прибуток до оподаткування	1 856 808	1 890 700	33 891,89	1,83
13	Витрати (дохід) з ПП (18%)	604615	604615	0,00	0,00
14	Чистий прибуток	1 252 193	1 286 085	33 891,89	2,71

Джерело: побудовано автором

Крім того, реалізація нової стратегії дасть перспективу підвищити обсяг реалізації на початкових етапах (рис. 2.2).

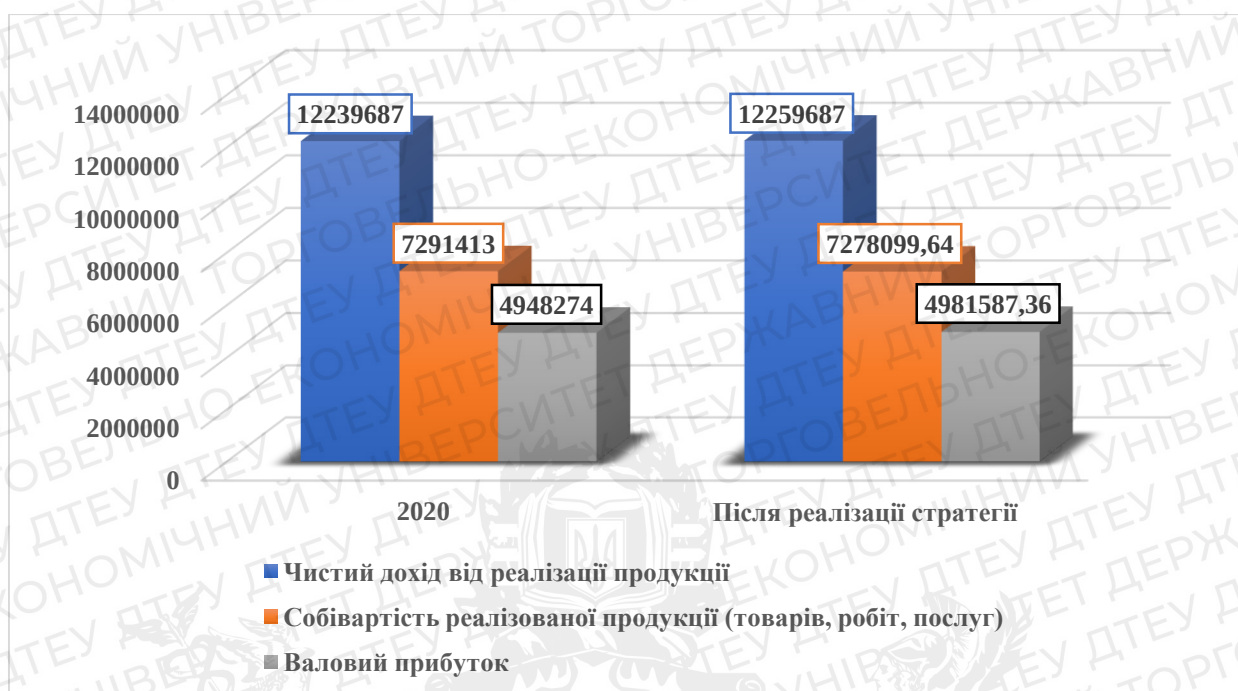


Рис. 2.2 Очікувана динаміка на 2023 рік показників ПАТ «ЗАЗ» після впровадження нової стратегії, тис. грн

Джерело: побудовано автором

Варто зазначити, що не зважаючи на збільшення витрат, що пов'язане із проведенням рекламної компанії та модернізації виробничої лінії, для випуску комплектуючих для двигунів внутрішнього згорання, чистий прибуток досліджуваного підприємства як очікується зросте до значення 12286085 тис. грн. (рисунки 2.3).



Рис. 2.3 Очікувана динаміка чистого прибутку ПАТ «ЗАЗ» після впровадження нової стратегії, тис. грн у 2023 році.

Джерело: побудовано автором

Саме цей факт засвідчує доцільність впровадження реалізації нової стратегії для ПАТ «ЗАЗ».

Доцільно зазначити, що вартість устаткування для автоматизації виробництва не враховувалась при розрахунку прибутку, адже дане устаткування є основним засобом підприємства та піддається введенню до необоротних активів в балансі [43, с. 8].

Розглянувши діяльність підприємства ПАТ «ЗАЗ» можна зробити висновок, що стратегія підприємства направлена на досягнення лідерства по витратам. Стратегічною задачею являється не максимальне скорочення витрат саме по собі, а досягнення максимальної переваги по витратам над конкурентами.

ПАТ «ЗАЗ» забезпечує свій подальший стабільний розвиток шляхом розробки та впровадження в виробництво прогресивних науково-технічних рішень, які спираються на найновіші досягнення науки та техніки.

ПАТ «ЗАЗ» розширює свою присутність шляхом активного просування продукції підприємства на світовому ринку, його сервісного обслуговування, пошук та освоєння нових ринків збуту.

Розвиває виробництво власного обладнання та техніки як частини комплексних рішень, що дозволяє знизити вартість продукції, яка виробляється та послуг без втрати якості.

За результатами аналізу загальної та відносної конкурентоспроможності ПАТ «ЗАЗ» дійшли висновку, що наявна стратегія не забезпечує необхідного конкурентного рівня підприємства та потребується її зміна.

Відповідно розглянутим вище видам конкурентних стратегій обираємо для підприємства ПАТ «ЗАЗ» конкурентну стратегію мінімізації витрат згідно з аналізу зовнішнього та внутрішнього середовищ, погроз та можливостей.

Підтримка зовнішніх можливостей таких як освоєння нових видів вироблюваної продукції за рахунок власних технологій та ноу-хау; розширення ринків збуту за рахунок клієнтів в країнах далекого зарубіжжя

(Африка, Латинська Америка); високі темпи зростання попиту в Україні; можливості здобуття квот на експорт; нові можливості завоювання частки ринку конкурентів; можливості експлуатації нових технологій за рахунок співпраці з іншими підприємствами.

Перевагами такої стратегії є:

- низькі витрати захищають підприємство від могутніх покупців, оскільки покупці можуть використовувати свої можливості лише для того, щоб збивати її ціни до рівня цін, пропонованих конкурентом;
- низькі витрати захищають підприємство від постачальників, забезпечуючи велику гнучкість протидії ним у міру зростання витрат на ресурси, що вводяться;
- чинники, що ведуть до низьких витрат, зазвичай створюють та високі бар'єри на шляху до вступу конкурентів до галузі – це економія на масштабі або переваги за витратами. Нарешті, низькі витрати ставлять підприємство ПАТ «ЗАЗ» у вигідне положення. Таким чином, позиція низьких витрат захищає його від всіх п'яти конкурентних сил.

Така низька ефективність прогнозу неприпустима в умовах регулювання бюджетних переважень. Дж. Котін говорить про те, що держава не може витрачати гроші на важливі державні заходи доки не існує чіткого переконання у їхній значній результативності, адже державний сектор володіє ще більш обмеженими часовими та людськими можливостями, ніж приватний сектор [8].

Таблиця 2.2

Аналіз ефективності прогнозу програм розвитку окремих підприємств
автомобілебудівної галузі 2019 рік

Вид продукції	Прогнозний обсяг виробництва, Y_t од.	Фактичний обсяг виробництва Y_t од.	Абсолютна помилка прогнозу, r	Середньо-абсолютна процентна	Характер прогнозу
Автобуси	7 920	3 851	-4 069	- 105,66	оптимістичний
Легкові автомобілі	47 400	93 072	+45 372	+48,74	песимістичний
Вантажні автомобілі	14 800	4511	- 10 289	- 228,09	оптимістичний
Спец. техніка	71	0	-71	н\д	н\д

Джерело: сформовано автором на основі [4], [5], [6], [7]

Прогноз розвитку автомобілебудування можна охарактеризувати таким, що має низьку ефективність і є принципово неправильним. Тобто прогноз у даному випадку не виконав своєї головної функції - передбачення. Головною причиною такого недоліку ми вважаємо неврахування змін впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ на галузь, яке виникає внаслідок дискретності підходу, який використовується нині при (МРЕ) [9,с.44]: плануванні розвитку автомобілебудування в Україні.

Висновки до розділу 2

У результаті здійсненого обґрунтування алгоритму стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ» отримано наступні результати:

підприємство ПАТ «ЗАЗ» зобов'язане вибрати визначений маршрут інтеграції у європейське автомобілебудування.

Ми вважаємо, що одним із раціональних напрямків удосконалення експортної діяльності на підприємстві на довгострокову перспективу є розроблення стратегій розвитку виробництва на середньо- та довгострокову перспективи.

Застосовуючи стратегію вдосконалення діяльності, ПАТ «ЗАЗ» зможе застосувати наступні альтернативи інтенсивного зростання:

- розвиток первинного попиту шляхом залучення нових користувачів товару;
- збільшення частки ринку за рахунок залучення покупців фірм-конкурентів за допомогою активних маркетингових заходів.

Застосовуючи стратегію товарної експансії, можна вжити наступні альтернативні варіанти реалізації стратегії:

- додання споживчих характеристик товару;
- розширення товарної номенклатури та асортименту продукції.

ТА на фінальному етапі алгоритму стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ» передбачається, що підприємство переважно орієнтується на внутрішній ринок та проймається задоволенням потреб, властивих для споживачів всього світу.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті дослідження наукових підходів щодо формування стратегій виходу автомобілебудівного підприємства на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ», зроблено наступні висновки.

Сутність конкурентоспроможності включає в себе величезний комплекс економічних, правових та інших характеристик, що формують положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Даний комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а теж чинники, що генерують у цілому економічні умови виробництва та збуту продукції.

Сутність конкурентоспроможності включає в себе величезний комплекс економічних, правових та інших характеристик, що формують положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Даний комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також чинники, що генерують у цілому економічні умови виробництва та збуту продукції.

Запорізький автомобілебудівний завод являється єдиним у нашій державі підприємством, котре керує повним ланцюгом виробництва легкових автомобілів, до складу якого належать штампування, зварювання, фарбування, обладнання кузова та складання автомобілей. Крім того на досліджувальному підприємстві сформованої безперервно розгортається якісно нове новочасне високо-технологічне виробництво

Ключовими пріоритетами «ЗАЗ» являється стабільне жадання вдосконалювати власну продукцію, робота над впровадженням нових ідей та розширення модельного ряду автомобілів.

На заводі була розгорнута система «Alliance Production Way», котру будуть вимогливо дотримуватись, задля того, щоб дати перспективу забезпечити український ринок автомобілями міжнародної рівня якості.

динаміка чистого доходу від реалізації протягом останніх років не має чіткої тенденції до збільшення або зменшення.

Приміром, у 2019 році відносно з 2018 роком відбулось скорочення обсягів реалізації на 17,1 %.

Зауважимо, що у 2020 році відносно з 2018 роком відбулось зростання обсягів реалізації у 5 разів, що є позитивною тенденцією та пояснюється формуванням договорів з китайськими партнерами. Зростання масштабів реалізації спонукало до зростання обсягів валового прибутку.

Аналіз прибутковості виробництва ПАТ «ЗАЗ» показала, що на підприємстві наявні тенденції до скорочення прибутковості підприємства. На основі значення та динаміки даного показника можна зробити висновки про діяльність підприємства в цілому та про його ефективність. Зниження показників прибутку підприємства викликало зниження показників його рентабельності.

Мета конкурентної стратегії полягає в тому, щоб перевершити конкурентів в наданні споживачам товарів, що мають попит, та послуг та отримати за рахунок цього конкурентну перевагу та лідерство на ринку. Ядро конкурентної стратегії компанії складає внутрішня діяльність за поданням вищої, ніж у конкурентів, споживчої цінності. Крім того, в конкурентну стратегію входять наступальні та оборонні дії, розподіл та перерозподіл ресурсів для підтримки довгострокових конкурентних можливостей та вигідної конкурентної позиції, а окрім того тактичні дії, що робляться при зміні ринкової кон'юнктури.

ПАТ «ЗАЗ» забезпечує свій подальший стабільний розвиток шляхом розробки та впровадження в виробництво прогресивних науково-технічних рішень, які спираються на найновіші досягнення науки та техніки.

ПАТ «ЗАЗ» розширює свою присутність шляхом активного просування продукції підприємства на світовому ринку, його сервісного обслуговування, пошук та освоєння нових ринків збуту.

ТА на фінальному етапі алгоритму стратегії виходу на європейський ринок ПАТ «ЗАЗ» передбачається, що підприємство переважно орієнтується на внутрішній ринок та проймається задоволенням потреб, властивих для споживачів всього світу.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних та міжнародних ринків. Київ: Лазуріт-Поліграф, 2012. – 480 с.
2. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. – [2-е вид., без змін]. – К. : Київський нац. екон. ун-т, 2006. –152 с.
3. Лейш Н. В. «Конкурентоспроможність авіаційної промисловості України на світовому ринку» Авіаційний портал. С. 95.
URL: <http://www.wing.com.ua>
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. / С. С. Гаркавенко. – [7-е вид.]. – К. : Лібра, 2010. – 720 с.
5. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг : підруч. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод ТА. В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 630 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Профессиональное издание / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – [12-е изд.; пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2009. – 1072 с.
7. Блайт Дж. Основы маркетинга: пер. со 2-го англ. изд. – К.: Знання-Прес, 2003. – 493 с. – (Европейский маркетинг).
8. Економічні дослідження (методологія, інструментарій, організація, апробація) : [навч. посіб.] / В.М. Геєць, А.А. Мазаракі, О.П. Корольчук та ін.; Київ. нац. торг. – екон. ун-т. – К., 2010. – 279 с.
9. Гузь Н.Г. Управление маркетинговым потенциалом предприятия / Н.Г. Гузь, Ю.Г. Лисенко. – Донецк : ООО «Юг» Восток, Лтд», 2005. – 352 с.
10. Балабанова Н. В. Конкурентоспроможність продукції машинобудівного комплексу України / Н. В. Балабанова // Вісник МДУ. Серія: Економіка. – 2013. – № 5. – С. 21 – 27.
11. Савченко, С. М. Конкурентоспроможність українського машинобудівного комплексу на зовнішніх та внутрішніх ринках / С. М.

Савченко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2011. – № 29. – С. 1 – 13.

12. Маркетинг: термінологічний словник / Старостіна А.О., Кочкіна Н.Ю., Журило В.В. та ін. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2017. – 154 с.

13. Мельник А. О. Трансформація сутності та значення прибутку вітчизняних підприємств у сучасних умовах господарювання. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 33. С. 202–210.

14. Духновська Л. М. Павлов В. С. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 17(1). С. 100–103.

15. Власенко Т. Ю. Стародубцева О. С. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління. *Молодий вчений*. 2018. № 12(1). С. 256–259.

16. Офіційний сайт ПАТ «Мотор ЗАЗ».

17. Тульчинська С. О. Скоробогатий О. ТА. Основні чинники впливу на прибутковість підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 11.

18. Гречко А.В., Марченко В.М., Кузьмінська Н.Л., Кривда О.В. Європейське бачення авіації у 2050 р. : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. 21 с.

19. Зайцев О. В. Фінансовий погляд на управління прибутком суб'єктів господарювання. *Підприємництво та інновації*. 2019. Вип. 9. С. 142–146.

20. Поддєрьогін А. М. Скочій С. В. Факторний аналіз формування прибутку виробничого підприємства. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2018. № 2. С. 304–318.

21. Савіцький А. В. Управління прибутковістю підприємства на основі активізації роботи його центрів відповідальності та інформаційної бази. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 1–1. С. 172–176.

22. Савіцький А. В. Фактори внутрішнього та зовнішнього середовища в системі організаційно-економічного механізму управління прибутковістю експортоорієнтованого підприємства. *Економічний форум*. 2019. № 4. С. 167–172.
23. Скібіцька Л. Аспекти виходу авіабудівних підприємств на зовнішній ринок в умовах кризи / Л. Скібіцька // *Економіка розвитку*. – 2014. – № 3. – С. 54–58. 3. Кредісов А.Т.А. Управління зовнішньоекономічною діяльністю / [А.Т.А. Кредісов, С.М. Березовенко, Г.М. Биков]. – К. : ВІРА-Р, 2020. – 552 с.
24. Гесць Т.А.О. Аналіз та стратегічні напрямки розвитку авіабудування України / Т.А.О. Гесць, Ю.С. Слюсаренко // *Стратегія розвитку України*. – 2013. – № 1. – С. 47–52.
25. Сябер Є. О. Фактори формування прибутку підприємства. *Молодий вчений*. 2018. № 6(2). С. 431–435.
26. Ювженко Н. М. Теоретичні підходи до визначення сутності та природи бюджетування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 74–78.
27. Юрченко О. С. Формування обліково-аналітичного забезпечення управління прибутковістю підприємств. *Часопис економічних реформ*. 2019. № 2. С. 103–109.
28. Тульчинська С. О. Скоробогатий О. Т.А. Основні чинники впливу на прибутковість підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 11.
29. Гречко А.В., Марченко В.М., Кузьмінська Н.Л., Кривда О.В. Дипломне проектування: написання, оформлення та захист атестаційних робіт для здобувачів вищої освіти: навч. посіб. для студ.Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 21 с.
30. Зайцев О. В. Фінансовий погляд на управління прибутком суб'єктів господарювання. *Підприємництво та інновації*. 2019. Вип. 9. С. 142–146.
31. Сябер Є. О. Фактори формування прибутку підприємства. *Молодий вчений*. 2018. № 6(2). С. 431–435.

32. Ювженко Н. М. Теоретичні підходи до визначення сутності та природи бюджетування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 74–78.
33. Тульчинська С. О. Скоробогатий О. ТА. Основні чинники впливу на прибутковість підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 11.
34. Гречко А.В., Марченко В.М., Кузьмінська Н.Л., Кривда О.В. Дипломне проектування: написання, оформлення та захист атестаційних робіт для здобувачів вищої освіти: навч. посіб. для студ.Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 21 с.
35. Зайцев О. В. Фінансовий погляд на управління прибутком суб'єктів господарювання. *Підприємництво та інновації*. 2019. Вип. 9. С. 142–146.
36. Каламбет С. В. Фінанси підприємств. Практикум [Тексті : навч. посіб. для студентів ВИЗ / С. В. Каламбет, С. В. Іванов, Ю. В. Півняк. - Дніпро : Герда, 2017. - 259 с.
37. Кальченко, О. М. Методичні підходи до оцінювання фінансової безпеки підприємства / О. М. Кальченко, Я. С. Андросенко // Проблеми та перспективи економіки та управління. – 2015. – №2 (2). – С. 244-250.
38. Ковтуненко Ю.В. Методичні основи аналізу фінансового стану промислового підприємства / Ю.В. Ковтуненко / Економіка. Фінанси. Право. – 2016. – № 8/2. – С. 40-41.
39. Лишенко М.О. Аналіз фінансової стійкості підприємства як елементу забезпечення фінансової стабільності роботи підприємства. *Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки*. 2018. № 2. С. 49–56.
40. Новіков А. О. Ієрархічна система загроз фінансово–економічній безпеці підприємств [Текст] / А. О. Новіков // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – № 16, Ч. 2. – С. 77–80.
41. Проволоцька О.М., Воронкова А.В. Сучасні тенденції фінансової стійкості вітчизняних промислових підприємств. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2018. № 1 (83). С. 129–133.

42. Ареф'єва О.В., Капаруліна Т.А.М. Українське авіабудування: напрями трансформації / О.В. Ареф'єва, Т.А.М. Капаруліна // Інноваційна економіка. — 2013. — № 3. — С. 3–8. URL : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2013_3_2.pdf.



ДОДАТКИ

Додаток А

		Дата (рік, місяць, число)	КОДН
Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ЗАПОРІЗЬКИЙ АВТОМОБІЛЬБУДІВНИЙ ЗАВОД"		та СДРКОУ	2021.10.01
Територія КОМУНАРСЬКИЙ		та КОАТУУ	25480917
Організаційно-правова форма господарювання Акціонерне товариство		та КОПФГ	2310136700
Вид економічної діяльності Виробництво автомобільних засобів		та КВЕД	230
Середня кількість працівників 771			29.10

Адреса, д/п телефон

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Консолідованого звіту про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) (форма N 2-с), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зроблено позначку "v" у відповідній колонці):

та позначеною (стандартами) бухгалтерського обліку

та міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 30.09.2021 р.

Форма № 1-с. Код за ДКУД

1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	6503	4649
первісна вартість	1001	37771	37767
накопичена амортизація	1002	31268	33118
Незавершені капітальні інвестиції	1005	4447	3167
Основні засоби	1010	683068	651226
первісна вартість	1011	1940263	1892877
знос	1012	1257195	1241651
Інвестиційна нерухомість	1015	1699	74
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	4972	342
знос інвестиційної нерухомості	1017	3273	268
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокові дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	131	131
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені акціонісні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у децентралізованих структурах регіональних фондів	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	695848	659247

3 вер. 2021

с. 10

25480917

1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	237115	226471
Виробничі запаси	1101	145167	99092
Незавершене виробництво	1102	24557	38672
Готова продукція	1103	59095	82363
Товари	1104	8296	6344
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	36026	168997
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	62982	48880
з бюджетом	1135	27739	40
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	340313	514293
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	36825	50470
Готівка	1166	29	16
Рахунки в банках	1167	36796	50454
Витрати майбутніх періодів	1170	58	41
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	14994	25030
Усього за розділом II	1195	756052	1034222
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	1451900	1693469

Додаток Б

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

Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ЗАПОРІЗЬКИЙ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЙ ЗАВОД"	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія	Запорізька	за ЄДРПОУ	2021 01 01 25480917
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОАТУУ	2310136700
Вид економічної діяльності	Виробництво автотранспортних засобів	за КОІФІ	230
Середня кількість працівників	820	за КВЕД	29.10
Адреса, телефон	проспект Соборний, буд. 8, м. Запоріжжя, Запорізька обл., 69600		
Одиниці виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		2861449	
Складено (зробити позначку "с" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	8 701	6 499
первісна вартість	1001	37 797	37 702
накопичена амортизація	1002	29 096	31 203
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6 815	4 446
Основні засоби	1010	606 311	679 354
первісна вартість	1011	1 900 917	1 923 183
знос	1012	1 294 606	1 243 829
Інвестиційна нерухомість	1015	1 740	1 699
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	4 972	4 972
Знос інвестиційної нерухомості	1017	3 232	3 273
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035	12 188	8 037

Інших страхових резервах	1194	-	-
Інші оборотні активи	1190	756	844
Усього за розділом II	1195	316 848	597 592
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	952 603	1 297 627

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	605 970	605 970
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	344 777	344 777
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	90 896
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(116 494)	130 943
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	834 253	1 172 586
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	90 872	84 130
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	90 872	84 130
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань	-	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	90 872	84 130
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:	-	-	-
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	2 869	4 797
розрахунками з бюджетом	1620	3 304	3 632
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	1 224	1 262
розрахунками з оплати праці	1630	4 830	4 960

Додаток В

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ЗАПОРІЗЬКИЙ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЙ ЗАВОД"		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія КОМУНАРСЬКИЙ		за СДРПОУ	2020.01.01
Організаційно-правова форма господарювання Акціонерне товариство		за КОАТУУ	25480917
Вид економічної діяльності Виробництво автотранспортних засобів		за КОПФГ	2310136700
Середня кількість працівників 941		за КВЕД	230
Адреса, телефон проспект Соборний, буд.8, м. Запоріжжя, Комунарський, Запорізька область, 69600, Україна, 061			29.10
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2019 р.

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	10895	8701
первісна вартість	1001	37797	37797
накопичена амортизація	1002	26902	29096
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6182	6815
Основні засоби	1010	727767	606311
первісна вартість	1011	2238628	1900917
знос	1012	1510861	1294606
Інвестиційна нерухомість	1015	2196	1740
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	6542	4972
знос інвестиційної нерухомості	1017	4346	3232
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	16994	12188
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервах фондів	1065	0	0

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	605970	605970
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	386775	344777
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(3248043)	(116494)
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	(2255298)	834253
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
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	57648	90872
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	57648	90872
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	57648	90872
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	626774	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	16081	2869
розрахунками з бюджетом	1620	1364	3304
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0

Додаток Д

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ЗАПОРІЗЬКИЙ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЙ ЗАВОД"		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія КОМУНАРСЬКИЙ		за ЄДРПОУ	2019.01.01
Організаційно-правава форма господарювання Акціонерне товариство		за КОАТУУ	25480917
Вид економічної діяльності Виробництво автотранспортних засобів		за КОПФГ	2310136700
Середня кількість працівників 941		за КВЕД	230
Адреса, телефон проспект Соборний, буд.8, м.Запоріжжя, Комунаський, Запорізька область, 69600, Україна, 061			29.10
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2018 р.

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	12826	10895
первісна вартість	1001	37547	37797
накопичена амортизація	1002	24721	26902
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8066	6182
Основні засоби	1010	746018	727767
первісна вартість	1011	2247881	2238628
знос	1012	1501863	1510861
Інвестиційна нерухомість	1015	2258	2196
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	6542	6542
знос інвестиційної нерухомості	1017	4284	4346
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	16994	16994

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	605970	605970
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	369709	386775
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(4316168)	(3248043)
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	(3340489)	(2255298)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	668544	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1712524	0
Довгострокові забезпечення	1520	83623	57648
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	83623	57648
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату дожек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	2464691	57648
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	1106440	626774
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0