

Міністерство освіти і науки України

Державний торговельно-економічний університет Кафедра
міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Логістичне забезпечення експорту напоїв в умовах COVID-19»

За даними ПрАТ «Оболонь».

Студента 4 курсу, 4 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Тимошенка
Євгенія
Вікторівна

(підпис студента)

Науковий керівник
Доктор наук з
державного
управління, професор

Шапоренко
Ольга Іванівна

*(підпис наукового
керівника)*

Гарант освітньої
програми «Менеджмент»
зовнішньоекономічної діяльності»

П'янкова О.В.

(підпис гаранта)

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Спеціальність, спеціалізація: Менеджмент, Менеджмент ЗЕД

Затверджую

Зав. кафедри: Мельник

Тетяна Миколаївна

«21» грудня 2021 року

Завдання

на випускн кваліфікаційну роботу студентові

Тимощенку Євгенію Вікторовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

«Логістичне забезпечення експорту напоїв в умовах COVID-19»

Затверджена наказом ДТЕУ від «21» грудня 2021 року № 4205

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

25 травня 2022 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи – дослідження логістичного забезпечення експорту напоїв до країн СНГ на матеріалах ПрАТ «Оболонь».

Об'єктом дослідження є логістичний процес експорту напоїв до країн СНГ.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти управління зовнішньоторгівельними операціями ПрАТ «Оболонь».

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним

розділом): вступ, аналіз фінансово-господарської діяльності суб'єкта ЗЕД

ПрАТ «Оболонь», дослідження діяльності підприємства, аналіз

зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь», обґрунтування вибору

потенційного ринку для організації експорту мінеральних вод ПрАТ «Оболонь», аналіз тенденцій розвитку світового ринку напоїв, визначення перспектив експорту мінеральних вод ПрАТ «Оболонь» до країн СНГ, реалізація управлінського рішення щодо експорту напоїв ПрАТ «Оболонь» до СНГ, організаційне забезпечення здійснення експорту ПрАТ «Оболонь» до країн СНГ, оцінка результативності експортних поставок до країн СНГ: прогнози та ризики, висновки.

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	фактично
1			
2			
3	Розділ 1. Комплексний аналіз підприємницької діяльності ПрАТ «Оболонь» за період з 2016 по 2020 роки	15.04.2022	15.04.2022
4	Розділ 2. Дослідження кон'юнктури світового ринку напоїв та логістичного забезпечення підприємства ПрАТ «Оболонь» в умовах COVID-19	01.05.2022	01.05.2022
5	Розділ 3. Пропозиції щодо покращення експортної політики підприємства в умовах COVID-19	13.05.2022	13.05.2022
6	Висновки	13.05.2022	13.05.2022
7	Оформлення списку літератури	13.05.2022	13.05.2022
8	Оформлення роботи та передача на кафедрі	25.05.2022	25.05.2022

6. Дата видачі завдання «21» грудня 2021 року

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Шапоренко О. І.
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми

П'янова О. В.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Тимощенко Євгеній Вікторович
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

В представленій автором ВКР розглянуто аналіз логістичного забезпечення експорту напоїв в умовах Covid-19. Варто відмітити системний аналіз забезпечення експорту з врахуванням ситуації.

Стосовно зауважень щодо виконання роботи, то автору було слід більше привернути увагу до деталізації проблематики й ризиків задля здійснення більш обґрунтованого дослідження. Також було б доцільно дотримуватися певного напрямку дослідження відповідно до методичних рекомендацій.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Тимошенко Є. В.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

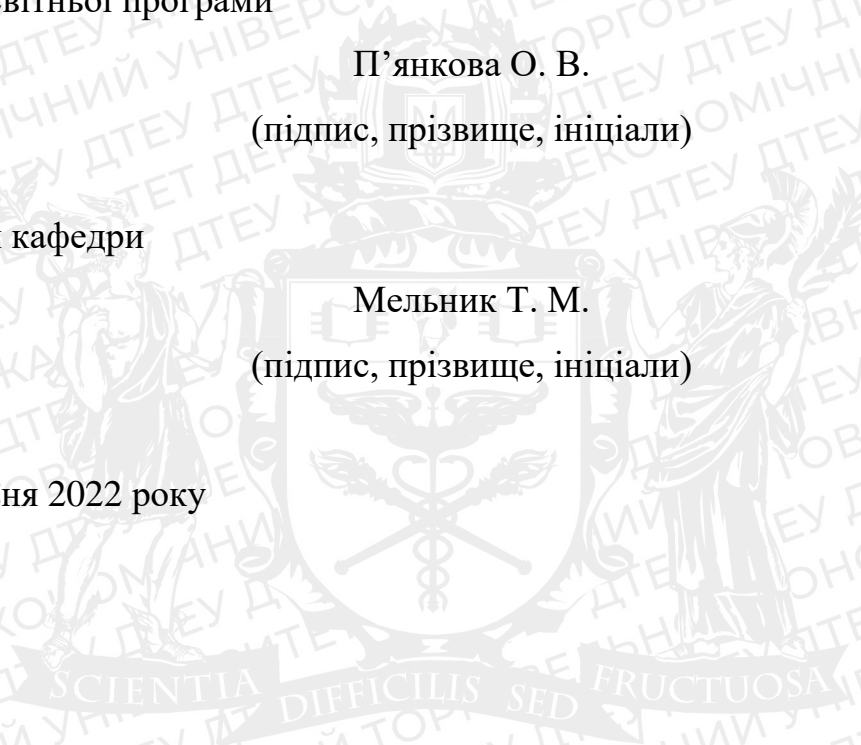
Гарант освітньої програми

П'янкova О. В.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Мельник Т. М.
(підпис, прізвище, ініціали)

«25» травня 2022 року



АНОТАЦІЯ

Тимошенко Є.В. «Логістичне забезпечення експорту напоїв в умовах COVID-19 (за матеріалами ПрАТ «Оболонь», м. Київ)». Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2022.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації експортної поставки напоїв до країн СНД в умовах COVID-19 та посткризи, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку одягу, обґрунтування вибору ринків як країн-контрагентів для реалізації експортного потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо експорту через логістичне забезпечення та прогнозу оцінку результативності поставки напоїв.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, логістичне забезпечення, напої, алкоголь, логістика.

ABSTRACT

Tymoshenko Y.V. "Logistical support for the export of beverages in the conditions of COVID-19 (based on the materials of PJSC "Obolon", Kyiv)". Manuscript.

Graduation thesis in the specialty "Management" specialization "Management of foreign economic activity". National University of Trade and Economics, Kyiv, 2022.

The final qualifying work is devoted to the practical aspects of the organization of export supply of beverages to the CIS countries in COVID-19 and post-crisis, which includes: study of the functioning of the foreign trade enterprise, analysis of the world clothing market, justification manufacturer, the implementation of management decisions on exports through logistics and forecasting the effectiveness of the supply of beverages.

Key words: foreign economic activity, export, logistical support, drinks, alcohol, logistics.

Зміст

Вступ	8
Розділ 1. Комплексний аналіз підприємницької діяльності ПрАТ «Оболонь» за період з 2016 по 2020 роки	11
1.1 Аналіз економічної складової підприємства за вказаний період.....	11
1.2 Аналіз експортної та імпоротної діяльності підприємства	17
Розділ 2. Дослідження кон'юнктури світового ринку напоїв та логістичного забезпечення підприємства ПрАТ «Оболонь» в умовах COVID-19	23
2.1 Дослідження світового ринку напоїв	23
2.2 Особливості логістичного забезпечення експорту напоїв підприємства в умовах COVID-19.....	31
Розділ 3. Пропозиції щодо покращення експортної політики підприємства в умовах COVID-19	39
3.1 Можливості розвитку логістичного забезпечення експорту напоїв до країн СНГ в умовах COVID-19.....	39
3.2 Оцінка успішності експортної діяльності: прогнози та ризики	46
Висновки	51
Список використаних джерел.....	53

ВСТУП

На сьогодні злагоджені логістичні ланцюги є однією із ключових технологій управління підприємством. Загалом логістичне забезпечення охоплює такі процеси як: організація, планування, транспортне управління, постачання, складські операції та комунікації. Проте більш в широкому розумінні під логістичним забезпеченням слід розуміти взаємодію у процесі планування процесів господарювання та управлінських систем.

В прогресивному та динамічному середовищі сучасної економіки підприємства, що прагнуть залишатись прибутковими та конкурентоспроможними, змушені адаптувати свою діяльність до відповідних змін. Проблемою таких пристосувань часто виступає недосконалість або відсутність знань у специфіці управлінської діяльності, що має базуватись на впровадженні сучасних технологій, нових прогресивних концепцій управління, які часто пов'язують із логістикою.

Трансформація економіки зумовлює необхідність створення та реалізації стратегії виходу підприємства на нові ринки, спрямованої на досягнення цілей підприємства відповідно до вимог нової економічної дійсності. Правильно розроблена стратегія логістичного забезпечення експорту у ринковій системі господарювання є одним із кроків до виживання та стабільного положення підприємства.

Актуальність роботи полягає в тому, що в ринковій економіці всі підприємства стикаються з конкуренцією. Саме тому, з метою виживання на ринку та подальшого розвитку підприємствам необхідно вживати заходів для розширення виробництва та завоювання нових ринків збуту.

Стратегії виходу підприємства на новий ринок було розглянуто в працях таких науковців, як Харчук Т. В., Шкурупій О. В., Портер М., Василенко А. В., Дідківський М.У., Прокушев Е. Ф. та ін.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є визначення теоретико-практичних аспектів логістичного забезпечення експорту напоїв в умовах

COVID-19 та посткризи, а також розробка подальших напрямків розвитку логістичних ланцюгів експорту напоїв на нові ринки СНД.

Для досягнення поставленої мети було визначено та виконано такі **завдання:**

- проаналізовано діяльність ПрАТ «Оболонь» та основні техніко-економічні показники за 2016-2020 роки;
- проведено аналіз експортної та імпоротної діяльності підприємства за вказаний проміжок часу;
- досліджено стан світового ринку напоїв;
- визначено особливості логістичного забезпечення експорту напоїв підприємства в умовах COVID-19;
- встановлено подальші можливості розвитку логістичного забезпечення експорту напоїв до країн СНГ в умовах COVID-19;
- проведено оцінку успішності експортної діяльності: прогнози та ризики.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення логістичного забезпечення експорту напоїв на підприємстві ПрАТ «Оболонь».

Предметом дослідження є сукупність теоретико-практичних засад удосконалення логістичних ланцюгів експорту напоїв в умовах COVID-19.

У ході дослідження було використано такі **методи дослідження**, як теоретичний, аналітичний, описовий, порівняльний та прогнозний.

Практичне значення одержаних результатів полягає у визначенні та формуванні напрямів модернізації та розвитку логістичних процесів щодо експорту напоїв до країн СНД в умовах COVID-19 на підприємстві ПрАТ «Оболонь».

Інформаційною базою дослідження стали наукові праці та дослідження українських і зарубіжних вчених, статистичні звіти, а також матеріали та фінансова звітність ПрАТ «Оболонь».

Структура і обсяг роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Зміст

роботи викладена на 51 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 14 рисунків та 21 таблицю. Бібліографічний список включає 40 джерел.



РОЗДІЛ 1. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ» ЗА ПЕРІОД З 2016 ПО 2020 РОКИ

1.1 Аналіз економічної складової підприємства

Для дослідження діяльності та логістичного забезпечення експорту напоїв в умовах COVID-19 було обрано вітчизняне підприємство харчової промисловості ПрАТ «Оболонь». Компанія веде свою діяльність у галузі виробництва та реалізації пива і безалкогольних напоїв.

ПрАТ було створене 25 березня 1993 року в результаті приватизації державного майна Київського виробничого об'єднання по випуску пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод «Оболонь» шляхом викупу цього майна трудовим колективом Київського орендного підприємства «Оболонь» та створення на базі цього майна Закритого акціонерного товариства «Оболонь».

Капітал корпорації «Оболонь» утворюється саме в грошовій формі, з чого складаються неподільні паї, тобто акції, які є рівними за номінальною величиною. Засновником корпорації «Оболонь» була юридична особа, ПрАТ «Оболонь», головний офіс компанії, який купує та розподіляє акції, знаходиться в м. Києві.

У таблиці 1.1 представлено асортимент підприємства та динаміку його доходів відповідно за реалізовану ним продукцію.

Аналізуючи дані таблиці 1.1 можна бачити, що зростання обсягів асортименту протягом досліджуваного періоду було обумовлено підвищенням попиту на окремі категорії товару. Відтак, було зростання таких категорій як слабоалкогольні напої та мінеральної води у 2019 році відносно минулих періодів. Проте відзначається зниження попиту на допоміжну продукцію.

Таблиця 1.1

**Динаміка доходу від реалізації продукції та послуг по асортименту
ПрАТ «Оболонь» за 2016–2020 рр.**

Вид продукції	Обсяг реалізації продукції, тис. грн.					Темп приросту, %			
	2016	2017	2018	2019	2020	17/16	18/17	19/18	20/19
Пиво	2581233	2638151	2843714	3102954	3103052	2,2	7,8	9,1	0,1
Безалкогольні напої	588231	673440	748154	818340	818687	4,5	11,1	9,4	0,4
Слабоалкогольні напої	173502	185501	260758	289862	290116	6,9	40,6	11,2	0,8
Мінеральна вода	194564	201784	308001	346209	346310	3,7	52,6	12,4	0,3
Інша реалізація	921044	931045	716071	684320	689987	1,0	-23,1	-4,4	0,8
Послуги з доставки	298560	333304	408463	454333	454398	11,63	22,5	11,2	14,3
Ретро-бонуси та маркетинг	-185444	-185693	-206397	-229870	-239710	0,13	11,1	11,4	4,2
Всього	4529713	4777539	5078764	5466148	5464827	105,47	122,7	60,2	99,97

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

Загалом у 2019 та 2020 роках спостерігалась позитивна тенденція до збільшення обсягів реалізації асортиментного ряду ПрАТ «Оболонь» і цим самим зростання його прибутку. Відповідно до цього у таблиці 1.2 представлено основні фінансово-економічні показники, що відображають господарську діяльність досліджуваного підприємства протягом вказаного періоду.

Таблиця 1.2

Основні фінансово-економічні показники ПрАТ «Оболонь» за 2016-2020 рр.

Показники	Абсолютні величини, тис. грн					Відхилення			
	2016	2017	2018	2019	2020	17/16	18/17	19/18	20/19
Чистий дохід від реалізації продукції	4529713	4777539	5078764	5466148	5464827	5,5	6,31	7,63	-0,03
Собівартість реалізованої продукції	2378936	3878473	4292370	4277833	4136008	63,0	10,67	-0,34	-3,31
Валовий прибуток	1146009	899066	786394	1188315	1328819	-21,54	-12,53	51,11	11,82
Фінансовий результат від операційної діяльності	359363	49482	-128200	299957	494864	-313,7	-359,08	-271,36	64,97

Продовження таблиці 1.2

Чистий прибуток	359363	176580	-365420	257633	298042	-50,77	-306,94	-170,50	15,68
-----------------	--------	--------	---------	--------	--------	--------	---------	---------	-------

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

Аналізуючи показники наведені у табл. 1.2 можна спостерігати тенденцію до збільшення таких показників як чистий дохід від реалізації продукції у 2017-2019 роках, проте у 2020 році він майже залишився без змін відносно минулого року. У той же час, відбувалися значні коливання у фінансовому результаті від операційної діяльності, які зазнали падіння у 2018 році.

Для кращої наочності ефективності діяльності ПрАТ «Оболонь» на рис. 1.1 відображено динаміку зміни показників фінансового результату до оподаткування та чистого прибутку протягом 2016-2020 років.

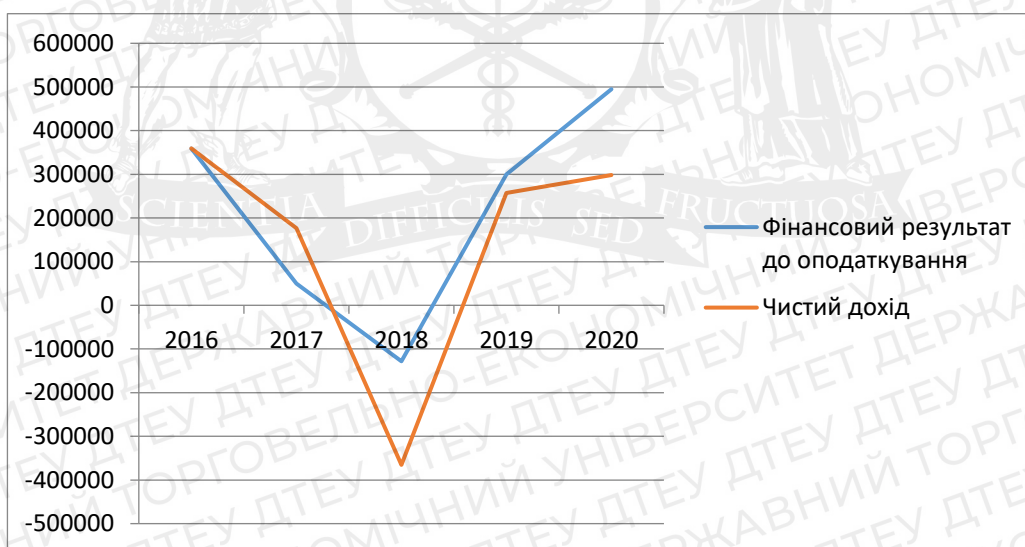


Рис. 1.1 Динаміка зміни показників чистого прибутку та фінансового результату від операційної діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2016–2020 роки

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

Далі слід проаналізувати елементи операційних витрат ПрАТ «Оболонь» за 2016-2020 роки у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Динаміка елементів операційних витрат ПрАТ «Оболонь» за 2016 – 2020 рр.

Показник	Роки					Відхилення, %			
	2016	2017	2018	2019	2020	17/16	18/17	19/18	20/19
Матеріальні витрати	2105266	234196	2596130	2528474	2388740	11,1	11,1	-2,6	-5,5
Витрати на оплату праці	316144	344883	400260	490335	542647	9,0	16,0	22,5	10,7
Відрахування на соціальні заходи	67027	72840	85302	104619	115860	8,7	17,1	22,6	10,7
Амортизація	186618	240850	377302	343372	330498	29,0	56,6	-9,0	-3,7
Інші операційні витрати	711215	932628	1072182	1069534	1109611	31,1	15,0	-0,02	3,7
Разом	3386270	3933167	4531176	4536334	4487356	16,15	15,2	0,1	-0,9

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

Проаналізувавши показники представлені у табл. 1.3 можна зробити висновок про:

- збільшення матеріальних витрат у 2018 та 2019 роках;
- зростання витрат на оплату праці протягом усього періоду відповідно до минулого року;
- зростання амортизації у 2018 та зниження у 2019 та 2020 роках;
- збільшення відрахувань на соціальні заходи та інші операційні витрати починаючи з 2017 і до 2020 років.

Зменшення витрат на амортизацію зумовлене удосконалення виробничих процесів, а збільшення показника витрат на ЗП відбулося внаслідок підвищення ставки мінімальної місячної заробітної плати в Україні.

У таблиці 1.4 наведено вертикальний аналіз балансу ПрАТ «Оболонь», який дає змогу простежити динаміку та відповідність планових показників фактичним значенням.

Таблиця 1.4

Вертикальний аналіз балансу ПрАТ «Оболонь» за 2016-2020рр.

Рік/Статті балансу	Актив	НА	ОА	Пасив	ВК	ДЗ	ПЗ	
2016	тис.грн.	3209343	1726793	1482550	3209343	33330	90137	3085876
	%	100	53,81	46,19	100	1,05	2,8	96,15
2017	тис.грн.	4687477	3138341	1549136	4687477	1340480	347830	2999167

Продовження таблиці 1.4

	%	100	66,95	33,05	100	28,6	7,42	63,98
2018	тис.грн.	6881460	5216689	1664771	6881460	2495482	2786127	1599851
	%	100	75,8	24,2	100	36,28	40,48	23,24
2019	тис.грн.	6110149	5004205	1105944	6110149	2082548	1297478	2730123
	%	100	81,9	18,1	100	34,09	21,23	44,68
2020	тис.грн.	5857096	4693164	1163932	5857096	2336100	867166	2653830
	%	100	80,13	19,87	100	39,9	14,8	45,3

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

Отже, відповідно до вертикального аналізу балансу ПрАТ «Оболонь» за 2016-2020 роки можемо бачити, що більшу частку у складі активу підприємства займають необоротні активи. При цьому значення даної статті балансу зазнають коливань протягом досліджуваного періоду, зокрема активного зростання у 2017 році відносно минулого періоду та спаду у 2020 році порівняно з 2019 роком. У 2018 році бачимо зростання кількості оборотних активів, проте до 2020 року даний показник мав тенденцію до зниження. Така ситуація відображає спад в економічній діяльності ПрАТ «Оболонь» та потребує більш інтенсивного функціонування підприємства у майбутніх періодах.

Прибутковість та результативність фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» якнайкраще характеризують показники рентабельності та ділової активності, які представлено у табл. 1.5 та 1.6.

Таблиця 1.5

Динаміка рентабельності ПрАТ «Оболонь» за 2016–2020 рр.

Рік/ Показник	Рентабельність активів	Рентабельність власного капіталу	Рентабельність продукції	Рентабельність продажів
2016	-0,05	0,055	0,19	0,014
2017	0,03	0,07	-0,002	0,04
2018	-0,06	-0,16	-0,04	-0,07
2019	0,04	0,12	0,04	0,05
2020	0,04	0,12	0,012	0,010
Абсолютне відхилення				
2017/2016	-0,08	0,048	-0,017	0,026
2018/2017	-0,09	-0,23	-0,03	-0,11
2019/2018	0,1	0,28	0,07	0,12
2020/2019	0	0	0,08	0,05

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

Таблиця 1.6

Показники ділової активності ПрАТ «Оболонь» за 2016–2020 рр.

Рік/ Показник	Оборотність активів	Оборотність власного капіталу	Оборотність ДЗ	Оборотність ФВ
2016	0,68	1,94	19,87	0,76
2017	0,72	1,97	20,42	0,89
2018	0,77	2,21	20,24	1,0
2019	0,92	2,46	23,51	1,1
2020	0,95	2,49	23,95	1,2
Абсолютне відхилення				
2017/2016	0,04	0,03	0,55	0,13
2018/2017	0,07	0,24	-0,19	0,11
2019/2018	0,13	0,26	3,27	0,14
2020/2019	0,03	0,03	0,44	0,1

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

Аналізуючи розраховані показники в таблиці 1.4 слід виділити негативний показник рентабельності у 2018 році, який зумовлено збитком чистого доходу на підприємстві. Але вже у 2019 році ПрАТ «Оболонь» значно підвищило свої показники та показало більш рентабельну діяльність у наступних періодах. Дана тенденція свідчить про збільшення чистого прибутку та про здатність компанії виплачувати дивіденди акціонерам.

Маючи позитивну динаміку показників рентабельності можна бачити зростання обсягу реалізованої продукції та максимізувати дохід підприємства. З метою покращення даної групи показників ПрАТ «Оболонь» слід оптимізувати фінансову структуру та знизити витрати спрямовані на виробництво товару, оптимізувати витрати на маркетинг та допоміжні витрати.

Аналізуючи показники ділової активності ПрАТ «Оболонь» можна прослідкувати позитивну тенденцію до підвищення показників протягом усього досліджуваного періоду. Проте слід відмітити спад показника оборотності ДЗ у 2018 році відносно інших років. Підвищення даних показників свідчить про збільшення швидкості погашення заборгованості як дебіторами, так і товариством.

Підсумовуючи усе вище зазначене, можна зробити висновок про ефективність управління доходами та витратами на ПрАТ «Оболонь», оптимізацію кількості власних та залучених коштів, а також ведення прибуткової діяльності загалом.

1.2 Аналіз експортної та імпорتنної діяльності підприємства

ПрАТ «Оболонь» здійснює майже усі основні функції з логістики, зокрема такі як:

- дотримання стандартів якості;
- закупівля сировини та матеріалів;
- транспортування продукції;
- управління запасами;
- керування замовленнями та складами;
- підтримка виробничого процесу;
- підтримка у сфері ІКТ.

З цією метою на підприємстві сформовано спеціалізований логістичний відділ, який відповідає за виконання усіх функцій компанії (рис. 1.2).

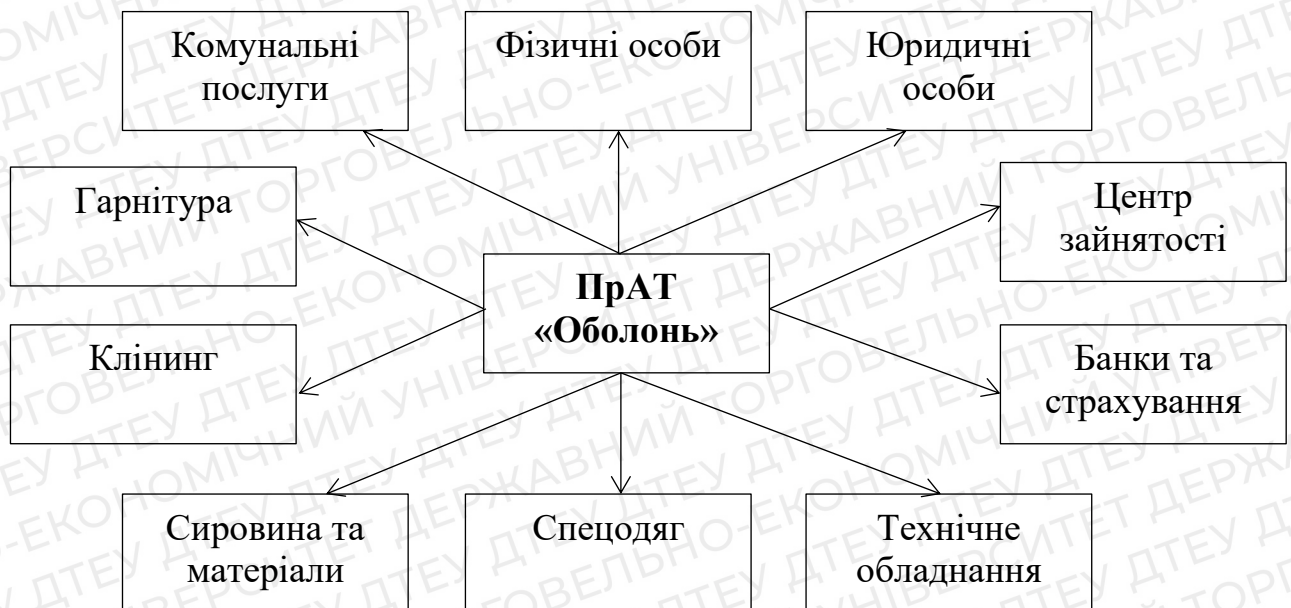


Рис. 1.2 Логістична система ПрАТ «Оболонь»

Щодо збуту продукції, то ключовими посередниками товару ПрАТ «Оболонь» виступають такі торговельні мережі, як Фоззі груп, Фора, Еко, Велика кишеня, Новус та інші, включаючи як представників крупних компаній, так і МСБ.

Серед асортименту продукції підприємства можна виділити такі торгові марки:

- пиво: «Оболонь», «Zibert», «Ніке», «Zlata Praha», «Carling», «Десант», «Охтирське», «Жигулівське»;
- слабоалкогольні напої: «Icelife», «Бренді-кола», «Ром-кола», «Джин-Тонік», «Ріо-де-мохіто»;
- безалкогольні напої: «Живчик», «Кола Нова», «Лимонад», «Ситро»;
- квас «Богатирський»;
- мінеральні води: «Прозора», «Оболонська», «Охтирська» та «Підгірна».

Окрім основної діяльності компанія займається виготовлення продукції промислового призначення, зокрема солоду, пакувальної стрічки та гранульованої пивної драбини.

Аналізуючи структуру ринку в Україні, слід відзначити, що основним конкурентом на ринку пивоваріння є «Carlsberg Group», яка є однією з найбільших в Європі, а також четвертою в світі за розміром капіталу. Продукція «Carlsberg Group» експортується більш ніж на 150 ринків. До складу групи належать такі українські заводи, як: «Київський пивоварний завод, «Львівська пивоварня», запорізький ПАТ ПБК «Славутич» [37].

У той же час, діяльність з експорту компанією «Оболонь» має широко розгалужену систему в понад 50 країн, зокрема таких як Білорусь (15,9%), Польща (3,4%), Молдова (2,9%) та інші країни.

Відбулося зростання збутової частки на промислових ринках, зокрема в сегменті HoReCa.

Частка експорту ПрАТ «Оболонь» складає приблизно 73% від усього експорту пива з України за кордон.

Частка експорту компанії становить 74% від загального експорту українського пива за кордон: до Молдови експортується біля 16%, у Грузію та Білорусь по 8%.

Насиченість ринку формує нагальну потребу серед виробників пива та безалкогольної продукції виходити на нові ринки збуту, перш за все, це стосується ближніх держав та країн Східної Європи. Проте до таких країн як Франція та Чехія ПрАТ «Оболонь» імпортує досить незначну кількість своєї продукції.

Так, починаючи з 2016 року відбулося зменшення рівня виробництва пива, що призвело до зниження обсягу імпорту приблизно на 4-6%. Нині експорт продукції компанії «Оболонь» експортується до 42 країн, доставляючи свою продукцію до країн СНД, Бельгії, Німеччини та Чехії.

Проте, враховуючи високу конкуренцію на європейському ринку пива для вітчизняного підприємства постає проблема у пошуку нових менш заповнених ринків збуту.

У 2011 році ПрАТ «Оболонь» здійснила пробну партію експорту власної продукції до Китаю. З того часу, продукція торгової марки «Оболонь» представлена у роздрібних мережах WalMart, місцевих готелях та ресторанах Китаю. Середня вартість українського пива у Китаї у розрахунку за 0,5л складає від 20 юанів. Ринок пива в Китаю знаходиться на етапі активного становлення. Саме така ситуація є привабливою умовою для подальшого розвитку та налагодження експортних зв'язків ПрАТ «Оболонь» та країн Азії.

Внаслідок розширення експортної мережі з Китаєм, компанія змогла збільшити загальні обсяги починаючи з 2014 року.

У 2019 році ПрАТ «Оболонь» мала змогу збільшити частку експорту на європейських мало розвинених ринках внаслідок кризи. Крім того, на ринку Азію представлено 34% продукції ПрАТ «Оболонь».

За підсумками 2019 року Молдова займала лідируючі позиції серед споживачів продукції «Оболонь». У той же час, Польща знизилася обсяги експорту до 2%, але до Литви навпаки зросли обсягу поставки вітчизняної продукції майже в 2 рази. Замикають п'ятірку країн-експортерів Грузія та Ізраїль.

У призмі експортно-імпоротної діяльності перше місце посідає саме ПрАТ «Оболонь» маючи 57% експорту. Експортна частка компанії зростала починаючи з 2016 року на 10%. На другому місці знаходиться ПрАТ «Карлсберг Україна» з часткою в 32% та підприємство «САН ІнБев Україна» з часткою в 4% на третьому щаблі.

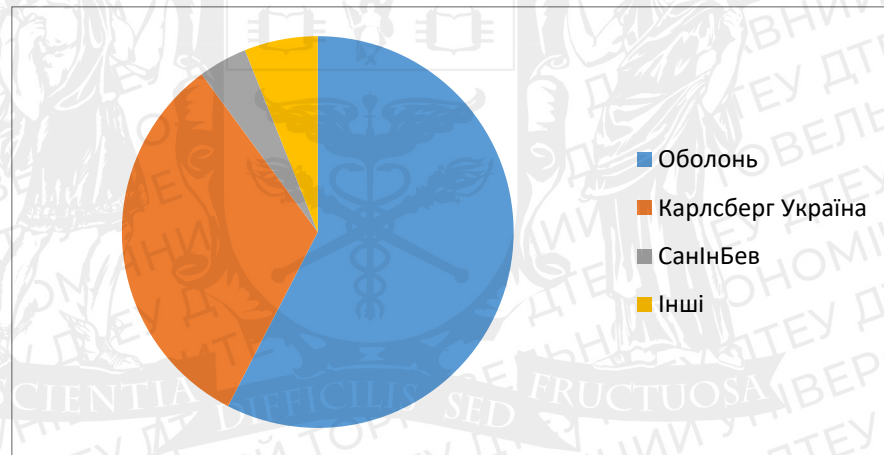


Рис. 1.3 Доля ринку найбільшими експортерів пива в 2019 році

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

Серед компаній-імпортерів лідирує компанія «САН ІнБев Україна». За нею йде «Карлсберг Україна» і мережа Фоззі-Фуд. В цілому в 2016 році частка імпортного пива на полицях зросла майже в 2 рази: з 1,4% до 3,4%.

Щодо імпоротної діяльності ПрАТ «Оболонь», то компанія здійснює постачання солоду, дріжджів, хмелю, бензин, пляшки, виробничо-технічного обладнання, засобів прибирання, гарнітури, спецодягу для безперебійної роботи підприємства.

Партнерські зв'язки підприємство встановлює з тими компаніями-постачальниками, які є найближчими до споживача за умов однакової

конкурентної ціни та якості. Це дозволяє зменшити транспортні витрати та плату посередникам та демонструє відповідальне ставлення корпорації «Оболонь» до межі своєї діяльності.

Сировину та матеріали підприємство імпортує у різних постачальників, тому для реалізації цього проекту підприємству не потрібно шукати нових контрагентів, але тільки укласти додаткові контракти на збільшення обсягу імпорту сировини та обладнання.

Основними імпортерами сировини та виробничого обладнання для ПрАТ «Оболонь» є закордонні спеціалізовані підприємства.

Таблиця 1.7

Основні постачальники сировини та обладнання для ПрАТ

«Оболонь»	
Сировина	
Солод	ПАТ «СЛАВУТСЬКИЙ СОЛОДОВИЙ ЗАВОД»
Ячмінь	ПП «Славутич-Тара», ТОВ «Еліта», ТОВ «Альянс»
Хміль	Joh.Barth & Sohn Gmbh, Германия
Кроненкорка	ТзОВ «Кен-Пак Яворів» Pelliconi Ozzano s.p.a. (Італія), Japan Crown Cork Co Ltd (Японія)
Патока	ТОВ «Торговмі Дім «Інтеркорн»
Етикетки	ПАТ «Укрпластик», ПрАТ «БЛИЦ-ПАК», ТОВ «Кольоровий Світ»
Банки	ТОВ «Кен-Пак»
ПЕТ-преформи та закрутки	ТОВ «ТД ДНПРО ПЛАСТ»
Скляні пляшки	ПАТ «ВЕТРОПАК ГОСТОМЕЛЬСЬКИЙ СКЛОЗАВОД», ПрАТ «Рокитнівський скляний завод»
Допоміжні матеріали	Українські виробники
Виробниче обладнання	
Варильні порядки - MEURA	Бельгія
Бродильні танки - HOLVRIEKA	Данія
Технологічне устаткування - ALFA LAVAL	Бельгія
Технологічне устаткування - GEA	Німеччина

Продовження таблиці 1.7

Лінії наливу пива та безалкогольних напоїв - KHS та KRONES	Німеччина
Енергетичне обладнання – LOOS, VEA, Jurdy, JCI	Німеччина, Швеція, Англія, Данія

Джерело: складено автором за даними підприємства, Додаток А.

За даними таблиці бачимо, що основними постачальниками сировини переважають вітчизняні компанії, проте є і закордонні постачальники. Щодо обладнання та допоміжних матеріалів переважає імпорту товару із-за кордону.

Підсумовуючи, можемо зробити висновок, що підприємство здійснює доволі активну експортну діяльність до різних країн світу, зокрема країн ближньої Європи. Проте ПрАТ «Оболонь» керується стратегією подальшого розвитку та завоювання нових ринків збуту, з метою розширення експортної діяльності та розповсюдження продукції власних торгових марок по всьому світі.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ НАПОЇВ ТА ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «ОБОЛОНЬ» В УМОВАХ COVID-19

2.1 Дослідження світового ринку напоїв

Хоч споживання газованої води стабільно збільшується, можна відзначити, що в останні кілька років темпи зростання її продажів помітно відстають від аналогічних показників в інших категоріях безалкогольних напоїв, зокрема соків або мінеральної та питної води. Іншими словами, незважаючи на збільшення обсягів продажів газованих напоїв, у структурі продажів безалкогольних напоїв в цілому їх частка поступово скорочується. Очевидно, значною мірою це обумовлено тенденцією збільшення числа споживачів, що орієнтуються на більш здорові напої, до яких газовану воду, що містить, як правило, велику кількість цукру, а також різні синтетичні добавки та ароматизатори, безумовно, віднести складно.

На міжнародному ринку існує безліч виробників безалкогольних напоїв. Десятка найбільших світових компаній безалкогольних напоїв подано в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Найбільші світові виробники безалкогольних напоїв у 2020 р.

№	Назва компанії	Географія діяльності
1	The CocaCola Company	Світовий ринок
2	PepsiCo inc	Світовий ринок
3	Dr Pepper Shapple Group	Ринок Пн. Америки
4	Nestle SA	Світовий ринок
5	Suntori Holding Ltd	Ринок Азії
6	Group Danone	Світовий ринок
7	RedBull GmbH	Світовий ринок
8	Tingyi Holding Corp	Ринок Китаю
9	Asahi Breweries Ltd	Ринок Японії
10	Kirin Holdings Ltd	Ринок Японії та Пн. Америки

Джерело: складено автором на основі статистичних даних.

Тенденції розвитку ринку безалкогольних напоїв характеризуються різною інтенсивністю.

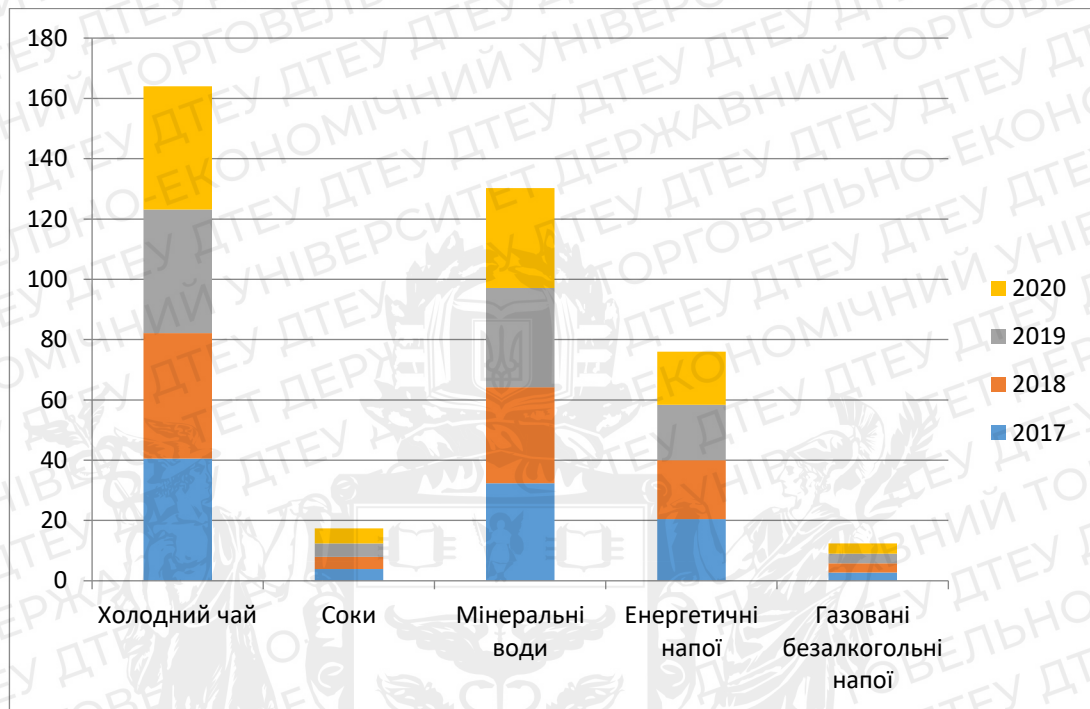


Рис. 2.1 Доля ринку безалкогольних напоїв у світі у грошовому вимірі за 2016-2020 роки

Джерело: складено автором на основі статистичних даних.

Відповідно до рис. 2.1 можна бачити переважання на ринку таких категорій як холодний чай та мінеральні води, проте найменшу частку відведено на соки.

Для більш детального аналізу ринку безалкогольної продукції слід дослідити імпортно-експортну структуру, яку представлено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Обсяги експорту та імпорту безалкогольної продукції у 2018-2020 роках

Найменування	Експорт, тис. дол. США			Імпорт, тис. дол. США		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Соки	444	587	1090	25287	25108	29345
Мінеральні води	2482	3383	3854	18861	23218	26620

Продовження таблиці 2.2

Солодкі негазовані напої	35018	43215	46580	9255	9952	22843
--------------------------	-------	-------	-------	------	------	-------

Джерело: складено автором на основі статистичних даних.

Аналізуючи показники надані у табл. 2.2, можна зробити висновок, що імпорт соків та мінеральних вод значно більший, ніж експорт відповідної категорії товару. Позитивне сальдо торговельного балансу присутнє тільки у солодких газованих напоїв.

Світовий ринок алкогольної продукції станом на 2020 рік представлено на рис. 2.2.

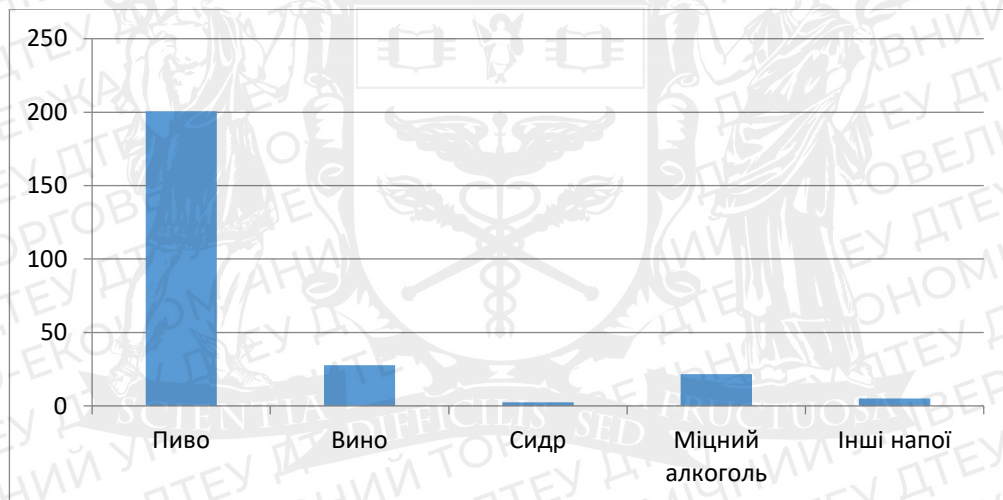


Рис. 2.1 Показники світового ринку алкогольної продукції станом на 2020 рік

Джерело: складено автором на основі статистичних даних.

За даними Euromonitor International світовий ринок пива займає 78% від усієї алкогольної продукції і це становить 200,5 млрд. літрів пива.

Обсяг глобального ринку пива за підсумками 2020 року досяг 187,69 млн. кілолітрів, що на 6,8% менше, ніж у 2019-му. Такі дані у серпні 2021 року Euromonitor International UK представили в аналітичній компанії.

Найбільшим виробником пива за 2020 рік названо бельгійську компанію Anheiser Bush InBev, на яку припало 26,5% ринку, що на 0,6 процентного

пункту більше порівняно з 2019 роком. На другому місці розташувалася Heineken, яка досить сильно відстала від лідера з часткою 10,9% (-0,2 п. п. до 2019 року).

До топ-3 пивоварних компаній за обсягом виробництва увійшла Carlsberg, яка завершила 2020 рік з результатом в 6,1%. Услід розташувалися компанії Hуajun Beer (Китай) і Molson Coors (США), частки яких за підсумками 2020 року дорівнювали 5,7% і 4,5% відповідно.

Падіння пивного ринку в 2020 році багато в чому сталося через локдауни та обмеження, які вводили влада країн для боротьби з поширенням коронавірусної (COVID-19) інфекцією. Зокрема, одним із таких заходів стало тимчасове закриття барів та ресторанів, через яке деякі заклади змушені були повністю звернутися.

У Європі найбільше скорочення обсягу виробництва пива у 2020 році порівняно з показником 2019 року було зафіксовано в Італії (-46%), Хорватії (-29%), Іспанії (-14%) та Німеччині (-6,6%). Виріс обсяг виробництва пінного напою у Словенії (+25%), Франції (+3%), Греції (+3%) та Литві (+3%).

При цьому Німеччина, як і раніше, залишається лідером серед країн ЄС у галузі виробництва пива: 24% цього напою, виробленого в ЄС, припадає на Німеччину, 12% - на Польщу та 10% - на Іспанію.

Для повнішої характеристики ринку пива проаналізуємо обсяг світового ринку пива у 2000 році, 2010 році та 2020 року у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Обсяг світового ринку пива в 2000, 2010 та 2020 роках

Країна	2000		2010		2020	
	Обсяг ринку, млрд.л.	Частка на ринку, %	Обсяг ринку, млрд.л.	Частка на ринку, %	Обсяг ринку, млрд.л.	Частка на ринку, %
Китай	21,2	15,6	42,2	22	45,3	22,8
США	27,9	20	22	14	24,5	11,8
Бразилія	6,7	4,9	10,9	7	12,7	6,4
Німеччина	12,4	9,0	9,0	6	9,5	4,8
Мексика	5,4	3,9	8	6	8,8	4,4

Продовження таблиці 2.3

Японія	7,8	5,7	10,0	5,8	5,6	2,8
В'єтнам	-	-	-	-	4,8	2,5
Англія	6,7	4,8	7,0	3,9	4,8	2,5
Іспанія	2,8	2	3,7	2,0	3,8	2
Обсяг ринку пива загальний	138		180		200,4	

Джерело: складено автором на основі статистичних даних.

Проаналізувавши таблицю 2.3, можна сказати, що за 20 років ринок пива збільшився більш ніж на 50 млрд. літрів пива, а країнами обсяг ринку пива змінюється нерівномірно, що обумовлено внутрішніми процесами в країні. Якщо розглядати споживання пива країнами, то можна сказати цей напій третій після води та чаю з вживання людиною та середнє значення у світі на 2020 рік 51,4 л. на людину. Країни лідери по споживанню пива на людину - Чехія, де значення показника становить близько 146,7 л/ос. на рік, Німеччина та Австрія – 107,8 л/ос., Польща – 102,0 л/ос., у Росії - 55 л/ос. на рік [6].

Серед імпортованого пива країни-члени ЄС віддавали перевагу мексиканському пиву (211 мільйон літрів або 52% імпортного пива у 2018 році). При цьому Мексика випередила Сербію – 48 мільйонів літрів (12%), США – 39 мільйонів літрів (10%), Україну - 11 мільйонів літрів (3%), і Тайвань – 9 мільйонів літрів (2%) – про це свідчать дані Євростату.

Ринок алкогольної продукції - одна з сфер, що динамічно розвивається та внаслідок своїх обсягів виробництва та споживання продукції викликає інтерес як вітчизняних, так і іноземних виробників та інвесторів [1].

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) у 2018 році на кожну людину старше 15 років припадає 6,6 літрів чистого спирту на рік. Починаючи з 2014 року, цей показник зростає в середньому на 0,2%.

Світове виробництво вин за останні роки має відносно нестабільний характер. У 2014 році обсяг виробництва значно знизився порівняно з 2013 роком (7,2%), в період із 2014 по 2016 рр. спостерігається незначне збільшення виробництва світового обсягу вина. У 2017 рік спостерігається зменшення

виробництва на 8,4% порівняно з 2016 роком, що становило 250 млн. гол. Порівняно з 2013 року виробництво вина скоротилося на 13.9%.

За даними Міжнародної організації виноградарства та виноробства (OVI) у 2020 році трійку найбільших виробників вин у світі склали Італія, Франція та Іспанія, на їхню частку сумарно припало близько 45% виробництва вина у світі.

Світове споживання вина останніми роками має стабільний характер, значення як у світі, так і по окремих країнах змінюються незначно. У 2016 році обсяг споживання знизився на 1,2% порівняно з 2015 роком, однак до 2017 року піднявся до рівня 2015 року.

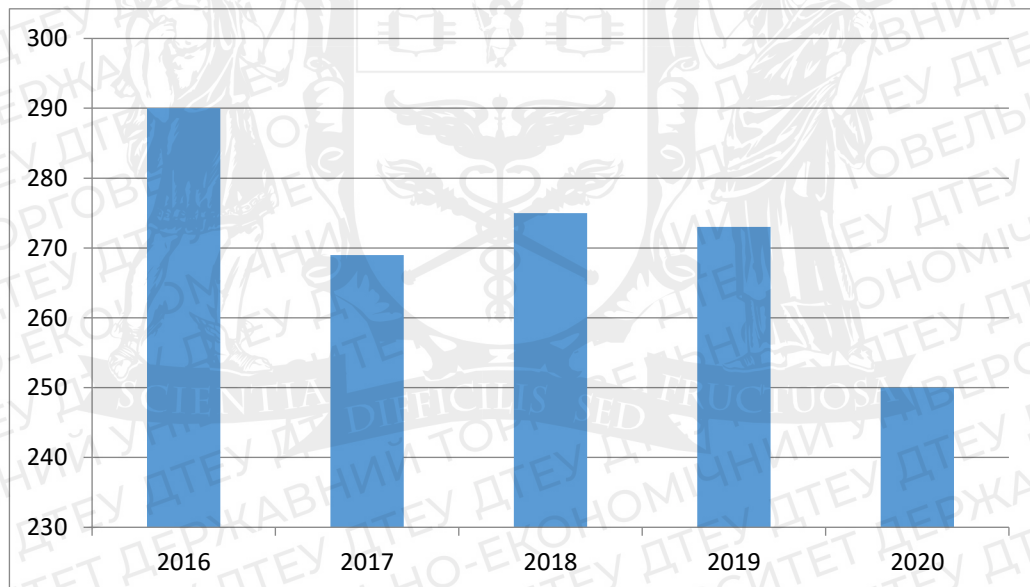


Рис. 2.3 Обсяги виробництва вина в світі за 2016-2020 роки

Джерело: складено автором на основі статистичних даних.

Найбільша частка у структурі світового споживання вина належить США – у 2018 році вона становила 13,4%. США утримує позицію лідера з 2011 року. За підсумками року у країні було випито 32,6 млн. гол. вина, що трохи перевищило показник попереднього року на 0,3%.

Основними експортерами вина залишаються Іспанія та Італія (22,1 та 21,4 млн. гл. за 2017 рік відповідно). Основні країни-імпортери представлені

Німеччиною (15,2 млн. гл.), Великобританією (13,2 млн. гл.) та США (11,8 млн. гл.), порівняно з ними, Росія імпортувала за 2017 рік 4,5млн. гл.

За даними Державної фіскальної служби України щодо зовнішньої торгівлі алкогольною продукцією у 2018 році вдалося не тільки досягти, а й перевищити передкризові обсяги товарообігу: 545,2 млн дол. США у 2014 році проти 590,2 млн дол. США у 2018 році. Після 2015 року, коли відбулося різке падіння товарообігу майже в 1,6 рази (з 545,2 до 342,4 млн дол. США), почалося поступове відновлення торгівлі. Разом зі зростанням товарообігу почав також збільшуватися торговельний дефіцит. Водночас, незважаючи на суттєву девальвацію гривні протягом 2014—2015 років, від'ємне торговельне сальдо навіть збільшилося. У 2014 році воно становило приблизно 30,2% від сукупного товарообігу, а в 2018 році вже 40,8%. В абсолютних показниках за всією номенклатурою алкогольної продукції це майже 240,5 млн дол. За результатами зовнішньоекономічної діяльності у 2018 році за усіма видами алкогольної продукції спостерігається від'ємне торговельне сальдо. Головними статтями, за якими імпорт перевищує експорт, є: вина виноградні, сушло (-85,4 млн дол.) і спирт (-134,0 млн дол.).

Таблиця 2.4

Частка найбільших країн контрагентів за видами алкогольної продукції у 2020 році

Міцний алкоголь			
Країна	Експорт	Країна	Імпорт
Невизначені країни	47,59	Англія	16,02
Казахстан	8,66	Німеччина	14,99
Латвія	7,67	Грузія	13,89
Інші	36,07	Інші	55,1
Винні продукти та вермути			
Невизначені країни	57,52	Італія	68,51
Азербайджан	19,65	Німеччина	16,15
Грузія	5,89	Україна	7,08
Інші	16,94	Інші	8,26
Пиво			
Білорусь	25,94	Бельгія	46,79
Молдова	18,51	Мексика	22,14

Продовження таблиці 2.4

Алжир	12,97	Німеччина	13,45
Інші	42,58	Інші	17,62
Вино			
Невизначені країни	53,79	Італія	28,26
Грузія	9,45	Грузія	16,47
Інші	26,99	Франція	15,02
		Інші	40,25

Джерело: складено автором на основі статистичних даних.

Таблиця 2.5

Обсяг зовнішньої торгівлі, млн.дол.		
	Експорт	Імпорт
Міцний алкоголь	97,199	231,158
Вермути та винні продукти	2,143	7,546
Пиво	35,427	51,238
Вино	40,031	125,44
ЗАГАЛЬНИЙ ТОВАРООБІГ, МЛН.ДОЛ.		590,216

Джерело: складено автором на основі статистичних даних.

Аналізуючи дані представлені в таблиці 2.4 та таблиці 2.5 можна зробити висновок про наступне:

- у структурі міцного алкоголю переважає імпорту продукції;
- у структурі винної продукції основним імпортером є Італія, а експортером низка країн;
- серед пива переважає імпорту з Бельгії та експорту до різних країн у сукупності;
- у категорії вино найбільший відсоток імпорту в категорії інші країни, щодо експорту також переважають різні країни.

Щодо показників обсягу зовнішньої торгівлі можна бачити переважання імпорту продукції до України над експортом.

Отже, після проаналізованих даних, можна сказати, що світовий ринок напоїв має схильність до коливань. Крім того, бачимо, що найпривабливішим ринком для збуту вітчизняної продукції є країни Європи та СНД. Обсяги експорту поступово повертаються до докризових показників, а на ринку

з'являються нові лідируючі компанії, що користуються можливостями зовнішнього середовища.

2.2 Особливості логістичного забезпечення експорту напоїв підприємства в умовах COVID-19

Поширення коронавірусу завдало серйозного удару по світовій логістиці та забезпеченню ланцюжків поставок сировини і готової продукції. Так, 7 квітня Міжнародний союз дорожнього транспорту (IRU) опублікував відкритий лист до урядів усіх країн з проханням про підтримку транспортної галузі в умовах поширення COVID-19. Криза викликала дисбаланс вантажопотоків, пов'язаний зі змінами попиту, призупиненням виробництв і введених обмежень. У зв'язку із цим фактором уряди держав і міжнародні організації повинні присвоїти найвищий пріоритет підтримці безперервності і міцності ланцюжків поставок [28].

Економіка Євросоюзу зараз відчуває на собі всі наслідки карантинних заходів. Рух вантажного транспорту повністю не закрили, проте діють певні обмеження. До того ж, клієнтів у транспортних компаній стало значно менше. Експонента кількості хворих в Європі в даний час досі зростає. В цілому, експерти прогнозують падіння європейського ринку вантажоперевезень мінімум на 40%.

Влада європейських країн вводить різноманітні преференції для основних гравців ринку логістики і, при наявності у компаній представництв в Латвії, Німеччині, Італії, інших європейських країнах, вони зможуть знизити податкову ставку і не платити оренду на час кризи (за даною інформацією потрібно стежити на сайтах урядів країна). У разі, якщо організації необхідно розірвати контракти у зв'язку з форс-мажорними обставинами, то необхідно отримати документ від локальної влади з підтвердженням визнання епідеміологічної ситуації в регіоні форс-мажорної. Наприклад, в Литві отримати таку довідку можна в регіональних торгово-промислових палатах.

Основні логістичні тенденції щодо експортування напоїв в ЄС та Україні наведено на рис.2.4:

Логістика в ЄС	Логістика в Україні
<ul style="list-style-type: none"> • Знизився обсяг внутрішньоєвропейських і міжнародних перевезень. У зв'язку з режимом самоізоляції, введеним у всіх країнах Європи, дороги стали практично порожніми. В ЄС скасували обмеження, що забороняють рух вантажного транспорту у вихідні дні. Ставки всередині Європи знижуються. 	<ul style="list-style-type: none"> • Логістична сфера України підраховує збитки. Відчутні проблеми з транспортуванням продуктів харчування та напоїв. Особливо високі ризики стосуються можливого загострення фітосанітарного контролю експортної продукції в країнах-імпортерах. Серйозно паралізовані Морські, автомобільні, авіаційні перевезення. На даний момент українські логістичні компанії переживають не найкращі часи. Складські площі простоюють у зв'язку зі зниженням обсягів вантажообігу. У важкій ситуації опинилися залізничні оператори, стивідори та автотранспортні компанії. Разом з тим є і ті, кому пандемія принесла нові перспективи: логісти відзначають, що загальним трендом є зміщення вантажопотоків на залізничний транспорт.

Рис. 2.4 Основні логістичні тенденції щодо експортування напоїв в ЄС та Україні

Джерела: [16]

Забезпечення оптимальної доступності населення до торговельних послуг є ключовим завданням торгівлі і важливим критерієм торговельної політики. Така доступність означає можливість споживачів задовольнити потреби в товарах і послугах з мінімальними витратами часу на придбання товару і за поміркованими (доступними) цінами [11].

Зростаючі вимоги й потреби клієнтів, прогресуюча глобалізація і все сильніший тиск з боку ринкових суперників спонукають сучасні підприємства до інтеграції в рамках ланцюгів поставок. Таке рішення дає їм змогу досягати глибшої спеціалізації в результаті поділу завдань між окремими учасниками

ланцюга, зменшення операційних витрат, поділу ризику, корисностей та інформації, пов'язаної зі здійснюваними діями, а також інтеграції заходів і результативної кооперації задля більш досконалого обслуговування кінцевого клієнта та здобуття конкурентної переваги [9]. Водночас серйозні зміни внесла в діяльність логістичних компаній та ланцюгів поставок пандемія коронавірусу, порушивши стандартні відносини між постачальниками, виробниками й споживачами. Закриття кордонів між країнами та введення режиму самоізоляції спричинили значне скорочення виробничих потужностей.

Однією з проблем зовнішньоекономічної та, зокрема, експортної діяльності в Україні є відсутність налагодженої системи, яка сприяла б безперешкодній організації доставки поставляються з нашої країни товарів. 9 Експортери не знають до кого звернутися, як знайти вагон або контейнер, які перевізники працюють на напрямку, скільки буде коштувати доставка експортного вантажу, та в які терміни вона буде реалізована.

Типовий ланцюг логістичного забезпечення експорту напоїв сучасними підприємствами представлено на рис. 2.5.



Рис. 2.5 Етапи експортування напоїв

Джерела: [9]

Окремим викликом для логістичного забезпечення експорту напоїв став карантин, який було введено у березні 2020 року у зв'язку із захворюванням на COVID-19.

Основними перешкодами, що стримують нормальну діяльність логістичних ланцюгів експорту в умовах COVID-19 є (рис. 2.6):

Перешкоди логістичних ланцюгів експорту напоїв	– недиверсифікованість ланцюгів постачань, що, у свою чергу, призводить до нестабільності організації логістичної діяльності;
	– чинник розтягнутості ланцюгів постачань, відсутність гнучкості та єдиного інформаційного простору для всіх ділянок глобальних логістичних мереж;
	– домінуюча роль Китаю як «світової фабрики» – це призводить до того, що серйозне порушення на китайському ринку безпосередньо ставить під загрозу глобальні ланцюги поставок.

Рис. 2.6 Перешкоди логістичних ланцюгів експорту напоїв в умовах Covid-19

Відповідно до проблемних умов діяльності підприємства в умовах карантинних обмежень можна виокремити ключові напрямки розвитку логістичних ланцюгів (рис. 2.7).

Без урахування пандемії світ цифрових мереж був найбільш ймовірним варіантом розвитку, до якого прагнуть ключові суб'єкти ланцюгів поставок, адже саме ця сфера охоплює більше 53% актуальності. Отже, зараз покупець бажає високотехнологічний товар відомого бренду, а учасник процесу задоволення потреби підтримує високий рівень інформованості, інвестує у компетентність персоналу та знижує можливі ризики. Водночас сьогодні впевнено можна стверджувати, що так само світ цифрових технологій є лідером у цьому сегменті поділу в умовах пандемії.

Напрями розвитку	Вихід із ринку напоїв слабких гравців Зростання попиту на послуги збірного вантажу Впровадження аутсорсингу Безконтактна кур'єрська доставка
	Розвиток автопілотних доставок Впровадження цифрових двійників Дотримання санітарних норм з боку перевізника Переведення логістичних заходів в онлайн-формат

Рис. 2.7 Ключові напрями розвитку логістичних ланцюгів в умовах Covid-19

Звичайно, якщо деякі елементи ланцюга поставок хоч і не зазнали певних змін в умовах пандемії, більші з них потребують певної адаптації та коригування.

За результатами останніх досліджень, проведених у компанії «Prologis Research», у процесі подолання спричиненої COVID-19 кризи у діяльності сучасних підприємств зростає попит на формування удосконалених логістичних ланцюгів з транспортування продукції, зокрема алкоголю та напоїв.

Понад усе зараз бракує сучасних логістичних об'єктів, розташованих близько до кінцевого споживача та призначених для обслуговування сектору електронної комерції. У перехідний період, щоб уникнути збоїв у постачанні, компанії змушені будуть збільшувати товарні запаси принаймні на 5–10%. Це також створить додатковий попит на склади загальною площею від 26 до 53 млн. м². [18]

В контексті представленого вище розкриємо основні елементи відновлення ланцюгів поставок у період пандемії (рис. 2.8). [10]

Отже, ними є: створення прозорості у багаторівневих ланцюгах постачань; оцінювання доступності запасів вздовж виробничо-збутового

ланцюга формування; аналіз реалістичного попиту кінцевих споживачів; оптимізація виробничих і дистрибуційних потужностей; виявлення й збереження логістичних потужностей; управління грошовими коштами й чистим оборотним капіталом.

Серед тих заходів, які варто вживати, для вирішення проблем, пов'язаних з пандемією можна виділити наступні:

1. Переміщення запасів в райони, які найменш схильні до карантину і мають хорошу транспортну доступність.
2. Своєчасне поповнення запасів, особливо з урахуванням специфіки окремих регіонів.
3. Інформування всіх клієнтів про ситуацію з доставкою товарів, а також зміна клієнтської бази, так як багато клієнтів можуть виявитися неплатоспроможними.
4. Стимулювання попиту за допомогою акцій і реклами, якщо є надлишкові запаси.

Алкоголь відомого одеського бренду експортують в Японію, Канаду, США, країни Прибалтики і СНД, Ізраїль, Грузію, Бельгію. Великою популярністю користуються не тільки вина компанії, але і коньяк, брендів, Виноградна і пшенична горілка. Особливість заводу в тому, що виробничі потужності розташовані в безпосередній близькості від виноградників. Сировину для виробництва алкоголю доставляють на завод буквально через 20 хвилин після збору. При цьому ягоди транспортують в спеціальних рефрижераторах з дотриманням температурного режиму.

Так само варто оцінити ситуацію, а саме подивитися, як кількісно змінився попит через пандемії, зробити прогноз на розвиток ситуації. Також необхідно провести оцінку ризиків і можливих втрат. Варто враховувати такі ризики як макроекономічні, політичні, валютні, епідемічні та інші. Все це дозволить поліпшити стабільність компанії, що дуже важливо в умовах кризи.



Рис. 2.8 Основні елементи відновлення експорту у період пандемії COVID-19

Цілком можливо, що після пандемії нас чекає зміна найбільших ланцюгів поставок, так як багато клієнтів стали ставитися з побоюванням до товарів з Китаю, причому це пов'язано не тільки зі страхом перед вірусом, скільки і з загрозою торгових воєн. Компанії стали ретельніше вибирати собі постачальників, щоб навіть при існуючих ризиках мати можливість задовольняти запити своїх клієнтів. При цьому компанії будуть прагнути диференціювати постачальників, шукати альтернативні шляхи. Досить затребуваними будуть постачальники з країн, які вірус торкнувся в найменшій мірі.



РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ COVID-19

3.1 Можливості розвитку логістичного забезпечення експорту напоїв до країн СНГ в умовах COVID-19

COVID-19 і його економічні наслідки стали поштовхом до стрімкого розвитку цифрових технологій та необхідності перегляду концептуального підходу та конфігурації формування досконалих логістичних ланцюгів на ПрАТ «Оболонь». Настала ера розвитку ланцюгів поставок нового покоління, які базуються на впровадженні новітніх цифрових технологій.

В загальному, стратегія ПрАТ «Оболонь» націлена на задоволення вимог та очікувань споживачів і, за рахунок цього, завойовування лідируючої позиції на ринку пива та безалкогольних напоїв, при постійній увазі до запобігання забрудненню і збереження навколишнього середовища та врахування інтересів зацікавлених сторін.

Підприємство у своїй діяльності дотримується стратегії стабілізації (обмеженого зростання) (рис. 3.1).

Стратегія
стабілізації
ПрАТ
«ОБОЛОНЬ»

- економія витрат: проведення поточного аналізу витрат виробництва для виявлення можливих резервів їх скорочення, що може стати вагомою перевагою на ринку серед конкурентів;
- постійна адаптація до зовнішнього середовища: пристосування до постійних змін зовнішнього середовища, недопущення порушень стабільності підприємства впродовж якомога довшого періоду;
- збереження науково-технічного і кадрового потенціалу: підтримання іміджу підприємства із збереженням його домінуючих позицій на ринку.

Рис. 3.1 Стратегія стабілізації ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором за даними підприємства.

На сьогодні, ПрАТ «Оболонь» у своїй діяльності застосовує інформаційно-управлінську систему «КУБ-4». Наразі дане системне

забезпечення є застарілим та не задовольняє повноцінно функціональні процеси на підприємстві.

Тож з метою подальшого розвитку управління виробничими процесами на ПрАТ «Оболонь» доцільно реалізувати нове програмне забезпечення 1С:Підприємство. Управління виробничим підприємством. Його цінова політика (140,0 тис. грн) є оптимальною та прийнятною для корпорації. За умови впровадження нового програмного забезпечення ПрАТ «Оболонь» матиме змогу забезпечити повноцінне функціонування виробничих та логістичних процесів, адже система пов'язана з автоматизацією контрольних та аналізуючих операцій щодо планування збуту і транспортних поставок, взаємозв'язку із споживачами та контрагентами, відслідковування запасів та проведення взаєморозрахунків. Запропоноване програмне забезпечення зможе забезпечити компанії переваги щодо результативного управління підприємством, покращити якість та швидкість реагування на зовнішні фактори, а також підвищити рівень якості продукції та обслуговування.

За таких умов можна виокремити кількісні та якісні переваги для підприємства внаслідок впровадження нового автоматизованого програмного комплексу. Серед них:

- зростання обсягів реалізації продукції;
- зростання показників оборотності коштів на підприємстві;
- зменшення витрат на оплату праці, часу на оформлення документації, що значно підвищить рівень продуктивності праці;
- зменшення запасів на складах;
- зниження виробничого браку;
- зниження показників виробничих та транспортно-заготівельних витрат.

Такі переваги ПрАТ «Оболонь» може отримати внаслідок реалізації управлінських методів аналізу та планування затрат, які використовуються у процесі раціоналізації запасів та формуванні логістичних потоків (включаючи внутрішні перевезення).

Логістичні операції ПрАТ «Оболонь» здійснює відповідно до потреб виробництва та ринку збуту, використовуючи при цьому власний автопарк. Для експорту солоду до країн Європи компанія залучає залізничні перевезення та морське транспортування до країн Африки чи Азії. Крім того, у розпорядження ПрАТ «Оболонь» є власний автопарк зерновозів та вантажів для здійснення внутрішніх логістичних перевезень. У тому випадку, якщо експорт солоду чи продукції відбувається морськими перевезеннями, доставка до пункту відправлення відбувається орендованими перевізниками в спеціалізованих контейнерах.

Логістичне забезпечення експорту ПрАТ «Оболонь» формує динамічні товаропотоки у процесі реалізації продукції за кордон. Контроль за транспортуванням напоїв відбувається за допомогою спеціалізованого програмного комплексу, який встановлюється на транспортних засобах.

Подальший розвиток експорту ПрАТ «Оболонь», орієнтований на отримання максимального прибутку від розширення закордонних ринків з мінімальними витратами, а також на досягнення очікуваної ефективності та виконання плану, має ґрунтуватися на оновленні портфелю брендів, які плануються до експорту.

Визначені подальших цілей компанії ПрАТ «Оболонь» у завоювання ринків країн СНД складають основу для формування стратегії експорту, яка дозволить підприємству правильно спланувати систему критеріїв, пріоритетів та сценаріїв розвитку логістичної діяльності з експорту.

Отже, стратегія експорту ПрАТ «Оболонь» може будуватись на таких ключових складових (рис.3.2):

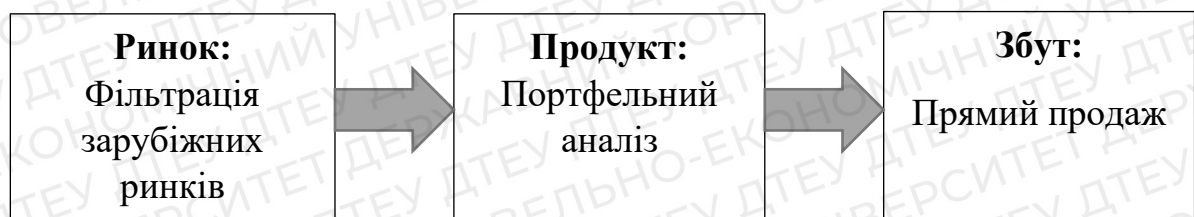


Рис. 3.2 Складові стратегії розвитку експорту для ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором за даними підприємства.

Після проведеного аналізу у минулих розділах можна зробити висновок, що ринок напоїв сусідніх держав є помірено насиченим. Компанія ПрАТ «Оболонь» зосереджена на здійсненні поставок, використовуючи оптимальні логістичні шляхи з низькими витратами.

Тож, наступним кроком у розробці стратегії розвитку логістичного забезпечення експорту напоїв ПрАТ «Оболонь» є визначення портфелю брендів, з яким доцільно виходити на невідомий ринок. На основі маркетингових досліджень вирішено зосередитись на таких портфелях брендів (рис.3.3):

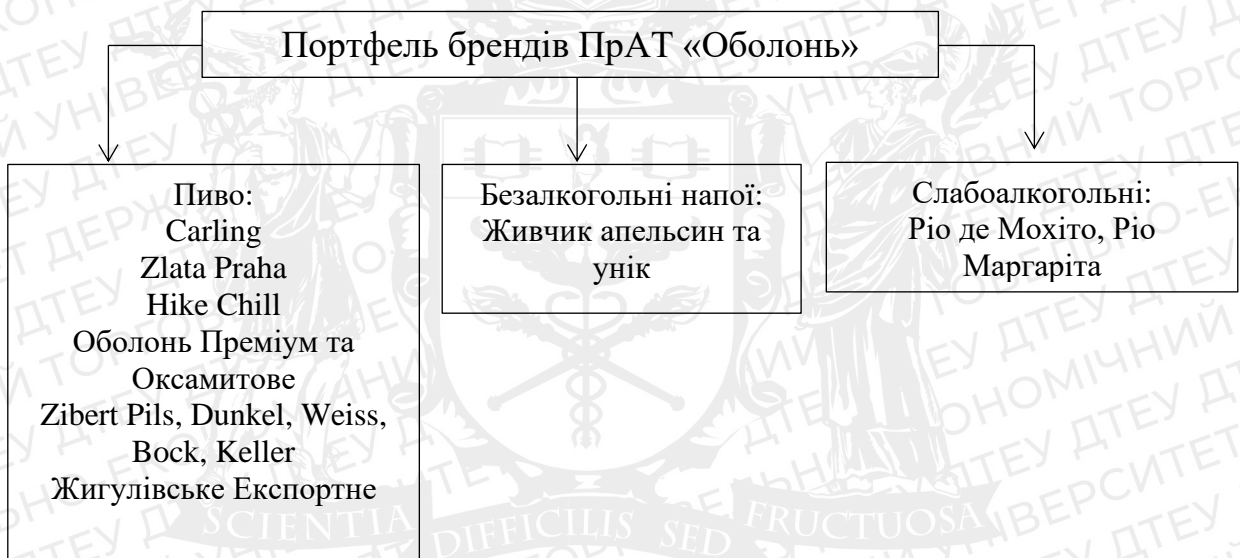


Рис. 3.3 Портфель брендів для експорту ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором за даними підприємства.

Отже, на основі представлених вище результатів дослідження пропонується інвестиційний проект, який буде спрямований на розширення ринків експорту компанією ПрАТ «Оболонь» до країн СНД. Розширення ринку експорту до визначених територій значно покращить такі ключові аспекти роботи міжнародної компанії:

- збільшення обсягів ринку пива;
- відсутність простоювання заводів;
- збільшення додаткових робочих місць;
- підвищення попиту;

- збільшення обсягу продажу продукції компанії;
- збільшення прибутку;
- популярність та лояльність підприємства серед нових споживачів.

Крім того, з метою удосконалення логістичного забезпечення експорту напоїв ПрАТ «Оболонь» доцільно впровадити системне забезпечення щодо моніторингу транспорту Wialon Local (Віалон Локал), який є досить зручним у користуванні, оптимізує діяльність підприємства та створює зручну систему відслідковування та контролю за функціонуванням транспортно-логістичних ланцюгів [23]. Внаслідок впровадження вище вказаного програмного забезпечення ПрАТ «Оболонь» зможе наростити дохід підприємства.

Програмний комплекс може забезпечити підприємству можливість підключення супутникових навігаційних систем, цифрових та аналогових моніторів, які допускають відслідковування транспортного засобу та партії продукції у процесі поставки, реєструвати показники моніторів у реальному часі. Відслідковувати вантаж можна за допомогою спеціальних додатків на будь-якому електронному пристрої (смартфон, планшет, ПК).

Вартість такого впровадження коштуватиме підприємству 120,0 тис. грн, проте, в результаті впровадження системи Wialon підприємство отримує: виключення рейсів які відхиленні від маршруту, зниження ризику викрадення транспортного засобу, підвищення дисципліни серед водіїв, раціональне використання пального.

Таблиця 3.1

Вихідні дані для розрахунку впровадження Wialon Local системи на ПрАТ «Оболонь»

Стаття	Показник
Кількість транспортних засобів, од	20
Вартість палива, грн/л	34
Вартість сервісного обслуговування транспортного засобу на 10000 км, грн	3 000
Кількість диспетчерських місць, од.	1
Заробітна плата диспетчера, грн/міс.	6 800

Продовження таблиці 3.1

Інвестиції в проект впровадження системи Wialon Local (контролери, датчики рівня палива, програмне забезпечення, монтажні роботи), грн	120 000
--	---------

Джерело: складено автором за даними підприємства.

Таблиця 3.2

Ефект від впровадження системи Wialon Local на ПрАТ «Оболонь»

Показник	До впровадження	Після впровадження	Ефект
Середній пробіг одного транспортного засобу, км/міс	10 202	9 818	384
Середній пробіг 20 транспортних засобів, км/міс	204 040	196 360	7 680
Середні витрати на паливо на 1 транспортний засіб, грн/міс	19 208	16 785	2 423
Середні витрати на паливо на 20 транспортних засобів, грн/міс	384 160	335 700	48 460
Економічний ефект за рахунок зниження пробігу на весь автопарк грн/рік			97 560
Економічний ефект за рахунок зниження витрат на паливо грн/рік			581 520
Всього: економічний ефект рахунок впровадження контролю витрат на паливо та зниження пробігу грн/рік			679 080

Джерело: складено автором за даними підприємства.

Таким, чином визначені зміни після впровадження програмного комплексу матимуть такі показники: зниження середнього пробігу 20 транспортних засобів на 6 565 км/міс. з економією щороку 97 560 грн.; середні витрати на паливо на 20 транспортних засобів, грн/міс знизилась на 48 460 грн/міс з річною економією 581 520 грн. Зведений загальний ефект від впровадження Wialon Local на ПрАТ «Оболонь» представлено у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Загальний ефект від впровадження системи Wialon Local на ПрАТ «Оболонь»

Показник	Значення
Інвестиції, грн.	120 000

Продовження таблиці 3.3

Оплата праці диспетчера, грн/рік	81 600
Загальні витрати, грн	201 600
Чистий дохід від впровадження грн/рік	477 480

Джерело: складено автором за даними підприємства.

Отже, з вище зазначених розрахунків можна зробити висновок, що термін окупності впровадженого програмного забезпечення Wialon Local на солодовому заводі «Оболонь» складатиме 6 місяців.

При ретельно спланованому впровадженні ПрАТ «Оболонь» зможе домогтися ефективних результатів від розвитку логістичних ланцюгів експортованої продукції (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

Комплекс рекомендацій щодо управління логістичними ланцюгами експорту продукції ПрАТ «Оболонь»

Напрямок	Цілі	Методи	Ефект
ІС: Підприємство. Управління виробничим підприємством	Стратегічний розвиток підприємства шляхом інноваційної спрямованості	Удосконалення бізнес-процесів, шляхом автоматизації логістичних процесів та облікових систем.	Зниження операційних і управлінських витрат на 15 %; економії оборотних коштів на 2 %; зменшення циклу реалізації на 25 %; зниження комерційних витрат на 35 %; зниження страхового рівня складських запасів на 20 %; зменшення дебіторської заборгованості на 12 %; збільшення оборотності коштів у розрахунках на 25 %; збільшення оборотності матеріальних запасів на 30 %; поліпшення утилізації основних фондів 30 %
Оптимізація логістичних витрат	Контроль та стимулювання зниження рівня логістичних витрат	Визначення найбільш гнучкого виду логістичних витрат та дотримання принципів оптимізації та пошуку резервів	Підвищення ефективності управління витратами

Продовження таблиці 3.4

Wialon Local	Скорочення транспортних витрат	Постійний моніторинг, аналіз та облік транспортних витрат	Чистий дохід від впровадження 477 480 грн/рік
--------------	--------------------------------	---	---

Джерело: складено автором за даними підприємства.

Таким чином, запропоновані рекомендації дозволять підприємству отримати переваги в організації ефективного управління компанією, сприяти підвищенню швидкості реакції на зміни навколишнього середовища та якості обслуговування клієнтів.

3.2 Оцінка успішності експортної діяльності: прогнози та ризики

Надалі, після того, як сформовано ефективний портфель брендів з продукцією:

1. Пиво: Carling, Zlata Praha, Nike Chill, Оболонь Преміум та Оксамитове, Zibert Pils, Dunkel, Weiss, Bock, Keller, Жигулівське Експортне, Premium Extra Brew.
2. Безалкогольні напої: Живчик апельсин та унік.
3. Слабоалкогольні: Піо де Мохіто, Піо Маргаріта.

для нових експортних ринків країн СНД, доречно спрогнозувати майбутні вигоди ефективності проекту, а також проаналізувати, які можливі ризики можуть виникнути в разі застосування нової експортної стратегії.

Наступним етапом слід спрогнозувати майбутні вигоди ефективності проекту, а також проаналізувати, які можливі ризики можуть виникнути у разі застосування нової стратегії. У таблиці 3.5 наведено основні витрати по проекту.

Визначимо склад учасників проекту і сформуємо таблицю із зазначенням статусу їх участі в проекті (табл. 3.6). Також, відповідно до

відомості нарахування заробітної плати на підприємстві ПрАТ «Оболонь» призначимо основну заробітну плату учасників проекту за годину.

Таблиця 3.5

**Основні витрати на реалізацію стратегії розвитку експорту
ПрАТ «Оболонь»**

Стаття	Вартість, грн.
Замовлення маркетингових досліджень у компанії «Nielsen»	1 300 000,00
Створення складального підрозділу	400 000,00
Розробка POS-матеріалів та орендування торгових точок каналів традиційної та сучасної торгівлі	400 000,00
Всього:	2 100 000,00

Джерело: складено автором за даними підприємства.

Таблиця 3.6

Розрахунок заробітної плати для учасників проекту

Етапи реалізації	Учасники	Оплата, год.
Підготовка	Керівник	104,0
	Менеджер ЗЕД	67,0
	Маркетолог (3 особи)	50,0
	Проектувальник (2 особи)	50,0
Формування стратегії	Керівник	104,0
	Менеджер ЗЕД	67,0
	Маркетолог (3 особи)	50,0
	Проектувальник (2 особи)	50,0

Впровадження	Спеціаліст-діловод	58,0
	Sales-менеджер	68,0
	Менеджер ЗЕД	67,0
Фінішні роботи	Керівник	104,0
	Менеджер ЗЕД	67,0
	Маркетолог (2 особи)	50,0

Джерело: складено автором за даними підприємства.

За даними таблиці 3.6 можемо бачити, що загальні витрати на оплату праці учасників проекту щодо реалізації експортної стратегії складатимуть 956,0 грн./год.

У таблиці 3.7 наведено розрахунок витрат відповідно до кожного етапу реалізації проекту.

Таблиця 3.7

Розрахунок витрат на реалізацію проекту (поетапно)

Етап	Зарплата	Матеріали	Витрати на роботи, що виконуються сторонніми організаціями	Фіксовані витрати	Всього
Прийняття проекту	93 745	-	15 500	-	109 245
Розробка стратегії	40 290	19 550	9 790	-	69 630
Вихід на новий ринок СНД	102 540	19 650	-	3 550 600	3 672 790
Фінішні роботи	16 800	80	-	-	16 880
Всього:	253 375	39 280	25 290	3 550 600	3 868 545

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Аналізуючи розрахунки представлені у табл. 3.7 можемо бачити, що загальні витрати на реалізацію стратегію виходу експорту на новий ринок СНД складатимуть 3 868 545 грн.

Оскільки проект є інноваційним та потребує додаткових інвестицій, то для розрахунку основних показників ефективності проекту з розширення ринків експорту до країн СНД доцільно скласти табл. 3.8, в якій представлені вихідні дані.

Таблиця 3.8

Вихідні дані для розрахунку показників ефективності стратегії

Показники	Значення, грн.
1. Вартість проекту (витрати по проекту), в тому числі:	3 868 545
ЕВІТДА (= дохід – змінні витрати – постійні витрати)	1 018 038
Рентабельність по ЕВІТДА, %	823%
2. Грошові потоки по місяцях, грн.:	

Продовження таблиці 3.8

в 1 міс	1 240 000
в 2 міс	2 300 000
в 3 міс	4 240 000
в 4 міс	9 650 300
3. Ставка дисконту, %	30
4. Допустимий для підприємства термін окупності інвестиційний, років	4

Джерело: розраховано автором за даними підприємства.

Результати розрахунку ефективності проекту наведено у табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Оцінка ефективності проекту

Показник	Рік					Сума
	0	1	2	3	4	
Інвестиції	-1300000		-450000		-450000	2200000
Доходи		1240000	2300000	4240000	9650300	17430300
Ставка дисконтування	1	0,76	0,59	0,45	0,35	-
NPV	-1300000	951250	1202785,4	1834023	2969600	5657658,4
Дисконтований операційний грошовий потік		951250	1202785,4	1834023	2969600	6957658,4
Дисконтований інвестиційний грошовий потік						2200000
IRR						82%
PI=6957658,4/2200000=3,16 Проект приймається, оскільки PI > 1.						3,16
DROI=PI-1=3,16-1=2,16 Проект приймається, оскільки DROI > 0						2,16
DPP = 1 + 2200000/951250 = 3,3р.						3,3
BCR=43873080/3663167=11,97						11,97

Джерело: розраховано автором за даними підприємства.

Зведені результати проведених розрахунків згруповано у табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Показники економічної ефективності проекту виходу на нові ринки

Показник	Значення
Середньорічна доходність	6 957 658,4
NPV	5 657 658,4
IRR	82%
PP (строк окупності)	3,3 роки
Чистий дохід	6 183 510,5

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Аналізуючи проведені розрахунки можемо зробити висновок про позитивну тенденцію стратегії розвитку, яка в майбутньому зможе забезпечити отримання доходу для ПрАТ «Оболонь». Загальний термін окупності складає 3,3 роки при оцінюванні проекту на 5 років. Тож отримані результати свідчать про доцільність впровадження.

На останок слід проаналізувати можливі ризики у процесі здійснення експортної поставки на новий ринок та приблизні напрями їх вирішення (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Ризики проекту виходу на новий ринок

Назва	Характеристика	Імовірність ризику	Шляхи подолання
Затримка постачання продукції	Проблеми з поставкою продукції можуть призвести до затримки реалізації проекту	6%	Чітке встановлення договірних зобов'язань
Митні бар'єри	Існування технічних бар'єрів, які містять вимоги до імпортованої продукції	10%	
Підвищення курсу валюти	Загроза витрат, пов'язаних із зміною національних валют до долара	5%	
Затримка виробництва	Проблеми з виробом продукції призведуть до проблем з постачанням	2%	

Джерело: складено автором за даними підприємства

Таким чином, серед ризиків проекту переважають зовнішні ризики. Аналізуючи отримані дані, можна зробити висновок, що найбільш суттєвими є ризики виникнення митних бар'єрів та зростання курсу іноземної валюти. Запобігти іншим ризикам проекту можна завдяки чіткому формулюванню зобов'язань у договорі між контрагентами.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Однією зі складових переробної промисловості є пивоварна галузь. Дана галузь є прибутковою й привабливою для вітчизняних та іноземних виробників, які інвестують в українські пивоварні заводи. Вітчизняне пивоварне виробництво розвивається в основному за рахунок великих та середніх підприємств.

Управління логістичним забезпеченням зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь» неможливе без встановлення цілей експорту та імпорту, комплексного дослідження нового ринку, виокремлення факторів, які можуть вплинути на розвиток ЗЕД, а також оцінювання ефективності експортної діяльності підприємства.

У першому розділі кваліфікаційної роботи було проведено комплексний аналіз підприємницької діяльності ПрАТ «Оболонь», його фінансово-економічні показники та стан експортної і імпоротної діяльності за 2016-2020 роки господарювання.

Провівши дослідження можна бачити ефективність управління доходами та витратами на ПрАТ «Оболонь», оптимізацію кількості власних та залучених коштів, а також ведення прибуткової діяльності загалом.

Підприємство здійснює доволі активну експортну діяльність до різних країн світу, зокрема країн ближньої Європи. Проте ПрАТ «Оболонь» керується стратегією подальшого розвитку та завоювання нових ринків збуту, з метою розширення експортної діяльності та розповсюдження продукції власних торгових марок по всьому світі.

У другому розділі роботи було досліджено стан та тенденції світового ринку напоїв, його динаміку та потреби, а також вивчено особливості логістичного забезпечення експорту напоїв в умовах коронакризи. За результатами аналізу теоретичних засад було виявлено, що важливим при розробці стратегії є врахування специфіки галузі, у якій функціонує українське підприємство ПрАТ «Оболонь».

Після проаналізованих даних, можна сказати, що світовий ринок напоїв має схильність до коливань. Крім того, бачимо, що найпривабливішим ринком для збуту вітчизняної продукції є країни Європи та СНД. Обсяги експорту поступово повертаються до докризових показників, а на ринку з'являються нові лідируючі компанії, що користуються можливостями зовнішнього середовища.

Третій розділ випускної роботи присвячено оцінці можливостей розвитку логістичного забезпечення експорту напоїв до країн СНД та успішність експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» за умови виходу на ринки СНД. Фінансова частина запропонованого проекту оптимістична: очікуваний чистий дохід «Оболонь» складатиме 6 183 510,5грн. Строк окупності проекту 3,3 роки при оцінюванні тривалості проекту в 5 років. Проект має позитивну середньорічну дохідність та чисту теперішню вартість. Також оцінено можливе виникнення ризиків у вигляді митних бар'єрів та зростання курсу іноземної валюти.

Провівши відповідні розрахунки, прогнозуючи майбутню ефективність проекту та виокремивши відповідні ризики, проект з виходу на ринок країн СНД для компанії ПрАТ «Оболонь» є фінансово-ефективним та доцільним для реалізації з низькою ймовірністю виникнення ризиків.

Підсумовуючи, зазначимо, що інтеграція національного виробника пива, алкогольних та безалкогольних напоїв до європейського ринку сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства, покращенню якісних параметрів напоїв, підвищенню прибутковості українського підприємства, розширенню його можливостей з експорту пива та напоїв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амбросов В.Я. Механізм ефективного функціонування підприємств / В.Я. Амбросов, Т.О. Маренич // Економіка України. – 2014. – № 6. – С. 60- 66.
2. Бауерокс Дональд Дж. «Логістика: інтегрований ланцюг поставок» / Дональд Дж. Бауерокс, Девід Дж. Клосс, Пер. з англ. – 2-ге вид. – М.: ЗАТ «Олімп-Бізнес», 2012. – С. 577-579.
3. Бондаренко С. М., Свиринюк О. В. Аналіз сучасних стратегій. Збірник наукових праць. 2019. С. 56–62
4. Боднарчук О. І. Поняття «зовнішньоекономічна діяльність» та етапи її розвитку в Україні. Юридичний науковий електронний журнал. 2019. №1. С. 83- 86.
5. Вісник корпорації «Оболонь» / за ред. А. Церковної. – Студія корпоративних комунікацій. – 2015. – № 30 (жовтень-грудень). – 47 с.
6. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0. Київ: Політехніка, 2019. 200 с.
7. Вудвуд В. Проблеми виробництва харчової промисловості України в сучасних умовах господарювання. Молодий вчений. 2019. № 2(19). С. 17-20
8. Гальцова О.Л. Сучасний стан експортного потенціалу АПК України. Економіка та держава. 2019. № 3. С. 12-17
9. Економіка логістичних систем : монографія / М. Васелевський, І. Білик, О. Дейнека та ін.; за заг. ред. Є. Крикавського та І. Кубіва. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2015. – 596 с.
10. Кабанець І.А. Визначення основних логістичних підходів до управління інноваційними процесами. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2539>
11. Карвовський Я. І. Логістика в управлінні стосунками з клієнтами / Я.І. Карвовський, К.М. Блонський // Вісн. нац. ун-ту «Львів. Політехніка».Логістика. – 2016. – №552. – С. 35–39

12. Карась Д.М. «Шляхи мінімізації витрат на логістичну діяльність підприємства» Ефективна економіка – 2016.– № 12 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5319>
13. Кислий В. Розвиток транспортно-логістичних кластерів в Україні / В.Кислий, Т. Жарик // Економіка України. – 2015. – № 12. – С. 28–37.
14. Концептуальні засади удосконалення ринкового регулювання розвитку вітчизняної галузі хмелярства / Рижук С.М. Ратошнюк Т.М. та ін. Житомир: ПП «Рута», 2018. 36 с.
15. Колодізева Т.О. Методичне забезпечення оцінки ефективності логістичної діяльності підприємств : монографія / Т.О. Колодізева, Г.Р. Руденко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. – 292 с.
16. Корінь М. В. Логістика та її роль в забезпеченні ефективної діяльності підприємств / М. В. Корінь // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – № 35. – С. 148–152.
17. Кульчицька А. Є. Специфіка та тенденції розвитку ринку крафтової продукції в Україні / А. Є. Кульчицька, Т. О. Царьова // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2018. – 12. – С. 3–14.
18. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
19. Литвинов О. І., Стратегічні напрями стабілізації та розвитку економічної діяльності торговельних підприємств / Ефективна економіка 2013 – № 10 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2421>
20. Ляшко К. Дослідження українського ринку пива: тенденції та прогноз. – 2016. – URL : <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/issledovanie-ukrainskogo-rynka-piva.html>
21. Матвій І.Є. Роль логістичної інфраструктури та аутсорсингу у забезпеченні ефективної діяльності підприємства // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2015. – № 580. – 450 с.

22. Маргасова В. Г., Акименко О. Ю. Вихід вітчизняних підприємств на європейський ринок в умовах посилення інтеграційних процесів. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2018. № 3 (15). С. 7-14.
23. Мельник О.Г. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. Інноваційна економіка, 2018. – №5. С. 63-66.
24. Михальчук Л.Ю. Аналіз впливу логістичних витрат на ефективність функціонування логістичної системи / Л. Ю. Михальчук, М. О. Микитин // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – №1. – С. 30–34.
25. Морозова І. В. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Приазовський економічний вісник. 2019. №6. С. 17-23.
26. Москаленко Н. О. Використання міжнародного досвіду оцінки ринкових позицій підприємств та можливостей розвитку бізнесу. Економіка та суспільство. 2016. №2. С. 280–285.
27. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
28. Офіційний сайт компанії ПрАТ «Оболонь». – URL : <http://obolon.ua>
29. П'ятницька Г.Т. Управління підприємством в епоху глобалізму: монографія / Г.Т. П'ятницька. – К: «Логос», 2015. – 568 с.
30. Дроздова В.А. Перспективи сокового ринку: причини та наслідки Приазовський економічний вісник. 2018. Вип. 6 (11). URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2018/6_11_uk/31.pdf
31. Рижук С.М., Ратошнюк Т.М. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності вітчизняного хмелярства / Вісник аграрної науки. 2020. № 6. С. 74-84
32. Ринок енергетичних напоїв в Україні. URL: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/rynok-jenergeticheskikh-apitkov-v-ukraine-poslednie-tendencii-lidery-rynka-predpochteniya-potrebitelej.html>

33. Романів О. Я. Півний туризм як перспективний туристичний продукт України. – 2017. – URL : <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/202-1.pdf>
34. Скоробогатова Н. Є., Ремінський М. М. Формування зовнішньоторговельної стратегії вітчизняних експортно-орієнтованих підприємств під впливом пандемії covid-19. «Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут", №19, 2021. с.89-98
35. Тюха І.В., Савчук І.В. Світові тенденції ринку безалкогольних напоїв. Економіка та держава. 2017. № 12. С. 48-51.
36. Фурман І.В., Гонтарук Я.В. Теоретичні основи формування стратегії розвитку аграрних підприємств зернового напрямку. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 23. С. 80-87.
37. Хахаєва М. Маркетингове дослідження макросередовища ринку безалкогольних напоїв. Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (27 жовт. 2020 р.) / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. Електрон. дані. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2020. С. 734–736.
38. Хвищун Н.В. Логістичні складові підвищення конкурентоспроможності підприємства / Н. В. Хвищун // Логістика: теорія та практика. – 2016. – №1. – С. 126–134
39. Чернописька Н.В. Методичні підходи до оцінювання логістичної діяльності підприємства / Н.В. Чернописька // Вісник НУ «Львівська політехніка» – 2015. – №608. – С. 265-271.
40. Чухлата Ж. Г. Особливості стратегічного управління підприємством в сучасних умовах. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 62. С. 362–367.



ДОДАТКИ

Додаток А

Фінансовий звіт діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2021 рік

Підприємство: ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ОБОЛОНЬ» за Рік 2021, за ЄДРПОУ

КОДИ		
2021	01	01
05391057		

ДОКУМЕНТ ПРИНЯТО

Формат №3 Код за ДКУД: 1801004

Стаття	Код	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	7 436 901	6 884 761
Повернення податків і зборів	3005	-	700
у тому числі податку на додану вартість	3006	-	-
Цільового фінансування	3010	7 456	5 558
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	-	-
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	73 991	123 238
Надходження від повернення авансів	3020	-	14 181
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	154	273
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	62	9
Надходження від операційної оренди	3040	-	-
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	-	-
Надходження від страхових премій	3050	-	-
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	-	-
Інші надходження	3095	7 401	117 676
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	4 878 357	4 633 350
Праці	3105	436 830	386 328
Відраховувань на соціальні заходи	3110	111 504	99 381
Зобов'язань з податків і зборів	3115	1 552 977	1 499 907
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	-	-
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	375 149	370 651
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	1 177 828	1 129 256
Витрачання на оплату авансів	3135	99 323	45 259
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	-	20 134
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	20 557	6 573
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	-	-
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	-	-
Інші витрачання	3190	38 508	25 828
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	387 909	429 636
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200	53 217	89 457
необоротних активів	3205	4 484	20 273
Надходження від отримання: відсотків	3215	-	-
дивідендів	3220	-	-
Надходження від деривативів	3225	-	-
Надходження від погашення позик	3230	-	-
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	-	-
Інші надходження	3250	30	-



Витрачання на придбання фінансових інвестицій	3255	37	(-)
необоротних активів	3260	112 073	103 723
Виплати за деривативами	3270	(-)	(-)
Витрачання на надання позик	3275	(-)	(-)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(-)	(-)
Інші платежі	3290	(-)	(-)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-54 379	6 007
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від: Власного капіталу	3300	-	-
Отримання позик	3305	151 119	23 983
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	-	-
Інші надходження	3340	-	2 275
Витрачання на: Викип власних акцій	3345	(-)	(-)
Погашення позик	3350	274 459	186 829
Сплату дивідендів	3355	(-)	(-)
Витрачання на сплату відсотків	3360	217 592	272 045
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(-)	(-)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(-)	(-)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(-)	(-)
Інші платежі	3390	(-)	(-)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-340 932	-432 616
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-7 402	3 027
Залишок коштів на початок року	3405	8 549	7 852
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	9 548	(2 330)
Залишок коштів на кінець року	3415	10 695	8 549

Керівник

Булх Ігор Васильович

Головний бухгалтер

Бахов Іван Іванович

ЕП Булах Ігор
ВасильовичЕП Бахов
Іван Іванович

Фінансові результати діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2020 рік

Підприємство **ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ОБОЛОНЬ»** за ЄДРПОУ **05391057**
 Дата (рік, місяць, число) **2020 01 01**
 КОДП

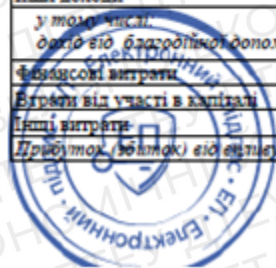
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
 за **2020** Р.

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Форма №2 Код за ДКУД **1801003**

I ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 276 795	4 317 376
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестрахування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 221 350)	(3 681 739)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	1 055 445	635 637
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	72 875	77 373
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(261 612)	(237 456)
Витрати на збут	2150	(572 716)	(597 589)
Інші операційні витрати	2180	(9 919)	(21 153)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	284 073	-
збиток	2195	(-)	(143 188)
Доход від участі в капіталі	2200	39 058	90 188
Інші фінансові доходи	2220	273	624
Інші доходи	2240	212 807	8 407
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(317 982)	(260 919)
Відсотки від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(1 418)	(16 986)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-



Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	216 811	-
збиток	2295	(-)	(321 874)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	68 207	(38 443)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	285 018	-
збиток	2355	(-)	(360 317)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

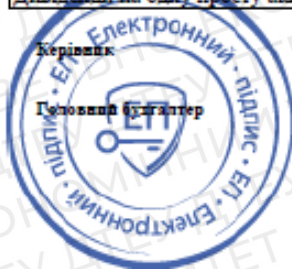
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	285 018	(360 317)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2 528 474	2 596 130
Витрати на оплату праці	2505	490 335	400 260
Відрахування на соціальні заходи	2510	104 619	85 302
Амортизація	2515	343 372	377 302
Інші операційні витрати	2520	1 069 534	1 072 182
Разом	2550	4 536 334	4 531 176

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325127	325127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325127	325127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	876,63590	(1 108,23463)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	876,63590	(1 108,23463)
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-



Керівник

Головний бухгалтер

ІП Бухак Ігор Васильович

ІП Бакор Іван Іванович

Бухак Ігор Васильович

Бакор Іван Іванович

Фінансові результати діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2019 рік

Підприємство **ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"** (записаною в реєстрі)
 Дата (рік, місяць, число) **2020 | 01 | 01**
 за ЄДРПОУ **05391037**

КОДИ
 ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
 за **Рік 2019** р.

Форма №3 Код за ДКУД **1801004**

Стаття	Код	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Находження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	6 884 761	5 748 768
Повернення податків і зборів	3005	700	-
у тому числі податку на додану вартість	3006	-	-
Цільового фінансування	3010	5 558	5 371
Находження від отримання субсидій, дотацій	3011	-	-
Находження авансів від покупців і замовників	3015	123 238	41 303
Находження від повернення авансів	3020	14 181	-
Находження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	273	623
Находження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	9	-
Находження від операційної оренди	3040	-	-
Находження від отримання роялті, авторських винагород	3045	-	-
Находження від страхових премій	3050	-	-
Находження фінансових установ від повернення позик	3055	-	-
Інші надходження	3095	117 676	36 722
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	(4 633 350)	(3 605 510)
Праці	3105	(386 328)	(325 089)
Відрядувачів на соціальні заходи	3110	(99 381)	(86 352)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(1 499 907)	(1 310 506)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(-)	(-)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(370 651)	(245 010)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(1 129 256)	(1 065 496)
Витрачання на оплату авансів	3135	(45 259)	(-)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(20 134)	(-)
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(6 573)	(3 368)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(-)	(-)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(-)	(-)
Інші витрачання	3190	(25 828)	(14 652)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	429 636	487 310
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Находження від реалізації фінансових інвестицій	3200	89 457	411 591
необоротних активів	3205	20 273	7 158
Находження від отримання:			
відсотків	3215	-	-
дивидендів	3220	-	-
Находження від деривативів	3225	-	-
Находження від погашення позик	3230	-	-
Находження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	-	-
Інші надходження	3250	-	-

Витрачання на придбання фінансових інвестицій	3255	(-)	(687)
необоротних активів	3260	(103 723)	(149 088)
Виплати за деривативами	3270	(-)	(-)
Витрачання на надання позик	3275	(-)	(-)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(-)	(-)
Інші платежі	3290	(-)	(-)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	6 007	268 974
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Находження від:			
Власного капіталу	3300	-	-
Отримання позик	3305	23 983	25 000
Находження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	-	-
Інші надходження	3340	2 275	-
Витрачання на:			
Викуп власних акцій	3345	(-)	(-)
Погащення позик	3350	186 829	508 423
Сплату дивідендів	3355	(-)	(-)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(272 045)	(274 530)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(-)	(-)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(-)	(-)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(-)	(-)
Інші платежі	3390	(-)	(2 275)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-432 616	-760 228
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	3 027	-3 944
Залишок коштів на початок року	3405	7 852	12 624
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	(2 330)	(828)
Залишок коштів на кінець року	3415	8 549	7 852

Керівник

ЕП Булах Ігор
Васильович

Булах Ігор Васильович

Головний бухгалтер

ЕП Бахов Іван
Іванович

Бахов Іван Іванович

