

**Державний торговельно-економічний університет**

**Кафедра міжнародного менеджменту**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Управління розвитком експортної діяльності виробника напоїв»**

**(за матеріалами ПрАТ «Оболонь», м. Київ)**

Студента 4 курсу, 5 групи,  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
освітньої програми «Менеджмент  
зовнішньоекономічної діяльності»

Нестеренко  
Микита  
Дмитрович

Науковий керівник  
професор, доктор економічних наук,  
професор кафедри міжнародного менеджменту

Будзяк  
Василь  
Миронович

Гарант освітньої програми  
доцент, кандидат економічних наук,  
доцент кафедри міжнародного менеджменту

П'янкova  
Оксана  
Василівна

**Київ 2023**

## АНОТАЦІЯ

**Нестеренко М.Д. «Управління розвитком експортної діяльності виробника напоїв (за матеріалами ПрАТ «Оболонь», м. Київ)».**

Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2023.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації виходу пивного підприємства на експортний ринок ЄС. Дослідження тенденцій розвитку світового ринку пива. Прогнозування експортної діяльності з країнами ЄС.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, експорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, пиво, ЄС.

## SUMMARY

Nesterenko M.D. "Management of the development of the export activity of the beverage producer (based on the materials of PrJSC "Obolon", Kyiv)". Manuscript.

Graduation qualification work in the specialty "Management" with educational program "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2023.

The graduation thesis is devoted to the practical aspects of the organization of the entry of a beer enterprise to the EU export market. Study of trends in the development of the world market of wine drinks. Forecasting export activity with EU countries.

Key words: FEZ subject, export, management decision, organizational support, beer, EU.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»...	6
1.1. Основні характеристики та фінансові показники діяльності ПрАТ «Оболонь».....	6
1.2. Загальні показники експортної діяльності підприємства.....	16
РОЗДІЛ II. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ПИВА ПРАТ «ОБОЛОНЬ».....	25
2.1. Дослідження основних тенденцій розвитку світового ринку пивних напоїв.....	25
2.2. Оцінка перспектив експорту пивних напоїв ПрАТ «Оболонь» до країн ЄС .....	33
РОЗДІЛ III. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ ПИВА ПРАТ «ОБОЛОНЬ» ДО ЄС.....	43
3.1. Організаційно-управлінські заходи щодо забезпечення ефективного експорту ПрАТ «Оболонь» до країн ЄС.....	43
3.2. Прогнозування результативності експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» з країнами ЄС.....	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	70

## ВСТУП

Ефективна взаємодія української економіки зі світовим господарством можлива лише за умови функціонування в країні експортного комплексу, розвиток якого знаходиться на досить високому рівні.

Його структурно-функціональні особливості мають бути визначені у взаємозв'язку з основними тенденціями розвитку сучасної міжнародної торгівлі, стратегічними ресурсами розвитку країни та національними інтересами.

Пивна галузь галузь України займає особливе становище на світовому ринку, яке в умовах глобального поділу праці та міжнародної конкуренції залежить від здатності ефективно реалізувати потенціал продовольства та сільського господарства у вирішенні світових продовольчої, енергетичної та екологічної проблем на основі взаємовигідних економічних відносин.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності сучасних пивних підприємств залежить від їх здатності успішно управляти експортною діяльністю. В умовах глобалізації та поглиблення євроінтеграційних процесів актуальною є розробка своєчасного та комплексного підходу до оцінки ефективності експортної діяльності пивних підприємств.

Більш детального дослідження потребують питання формування та ефективного використання експортного потенціалу вітчизняних пивних підприємств[2].

**Актуальність теми.** Особливо актуальним у нинішній час є виважене управління розвитком експортної діяльності винних підприємств, створення інноваційної експортної програми підприємства, та вдосконалення системи управління та організації експорту за умов виходу на нові світові ринки.

**Мета роботи** – дослідження та розробка теоретичних та практичних засад щодо експортної діяльності підприємства, її вдосконалення з урахуванням умов та потреб, що існують на світовому ринку.

Виходячи із мети роботи, необхідно вирішити наступні **завдання**:

1. Охарактеризувати підприємство ПрАТ «Оболонь» та охарактеризувати основні показники фінансової діяльності
2. Дослідити напрямки зовнішньоекономічної діяльності обраного підприємства
3. Визначити основні тенденції розвитку пивного господарства на світовому ринку та чинники розвитку ринку пивних напоїв
4. Дати характеристику експортній діяльності ПрАТ «Оболонь»
5. Означити доцільність вибору експортних ринків, зокрема щодо експорту продукції в країни ЄС
6. Запропонувати нововведення щодо управлінської діяльності стосовно експорту підприємства
7. Проаналізувати доцільність введення та спрогнозувати результативність запропонованих заходів.

**Об'єкт дослідження** – процес розвитку експортної діяльності підприємства з виготовлення пивних напоїв.

**Предмет дослідження** – теоретичні та практичні засади підвищення ефективності управління експортною діяльністю підприємства ПрАТ «Оболонь» при виході на нові експортні ринки.

**Методи дослідження:** статистичний метод, аналітичний метод, метод економічного аналізу, метод порівняння, PEST-аналіз.

**Практичне значення одержаних результатів.** Практичне значення роботи полягає в тому, що запропоновані методи підвищення ефективності управління експортною діяльністю підприємства при виході на експортні ринки країн ЄС після проведеного аналізу доцільності застосування показали позитивний результат та можуть бути застосовані на підприємстві для подальшого розвитку та розширення діяльності.

## РОЗДІЛ І.

### ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

#### 1.1. Основні характеристики та фінансові показники діяльності ПрАТ «Оболонь»

ПрАТ «Оболонь» - національна корпорація з випуску пива, безалкогольних напоїв, а також мінеральної води. Окрім того, корпорація займається випуском інших супутніх товарів, а саме пивоварного солоду, гранульованої пивної дробини, бандажної стрічки. Продукція компанії є відомою по всій Україні, а також в багатьох країнах світу, куди компанія експортує своє пиво. Розглянемо загальні відомості про цю компанію [7]

Засновником корпорації «Оболонь» була юридична особа, ВАТ «Оболонь», головний офіс компанії, який купує та розподіляє акції, знаходиться в м. Києві.

Компанія має правління та загальні збори, що є вищим органом управління корпорації, де вирішуються важливі для компанії питання шляхом голосування з вагою голосу відповідно до кількості акцій. Рішення в корпорації приймаються невеликою групою акціонерів, яким належить контрольний пакет акцій.

Всього на підприємствах ПрАТ «Оболонь» працює майже 7,5 тисяч людей, серед них 1900 працює на головному підприємстві в Оболонському районі міста Києва.

Компанія є підприємством повного циклу, а відтак її стратегія передбачає диверсифікацію виробництва, широке використання сировини (передусім хмелю та ячменю) власного виробництва, інноваційний підхід до виробництва та інших напрямків діяльності, абсолютну екологічну безпеку та повну соціальну відповідальність.

Компанія – це на сьогоднішній день потужна корпорація, яка крім головного підприємства має ще десяток інших підприємств по всій Україні.

Управління ПрАТ «Оболонь» здійснюється з використанням змішаної, з елементами матричної та лінійної, структури управління (див. Додаток А).

Компанія виробляє якісну та екологічно безпечну продукцію, що підтверджується відповідними сертифікатами відповідності.

ПрАТ «Оболонь» - це класичне підприємство галузі харчової промисловості, основною продукцією якого є пиво, безалкогольні напої, пивні напої та мінеральна вода. Для своєї діяльності ПрАТ «Оболонь» добуває воду з підземних джерел та використовує у виробництві своєї продукції.

Крім виробництва та логістики, компанія також займається дистрибуцією своєї продукції, продає її як гуртовим, так і роздрібним споживачам. В рамках роботи корпорації здійснюються такі види діяльності: виробнича, маркетингова, будівельна, орендна, посередницька, лізингова, рекламна, інвестиційна, фінансова, культуро-соціальна, добродійна, представницька, науково-дослідна, юридична, а також інші види діяльності підприємства, прописані в статуті компанії.

ПрАТ «Оболонь» займає стратегічно вигідне положення, оскільки розташоване на однаковій відстані від головних ринків збуту, джерел постачання сировини, на перехресті важливих транспортних магістралей, що дає можливість використовувати усілякі види транспортування (у тому числі річковий транспорт) продукції з метою оптимізації потоків.

Структурна побудова апарату ПрАТ «Оболонь» формується самостійно власниками підприємства виходячи з перспективних обсягів обороту, товарної і функціональної спеціалізації та інших факторів.

Система управління ПрАТ «Оболонь» наведена на рис. 1.1

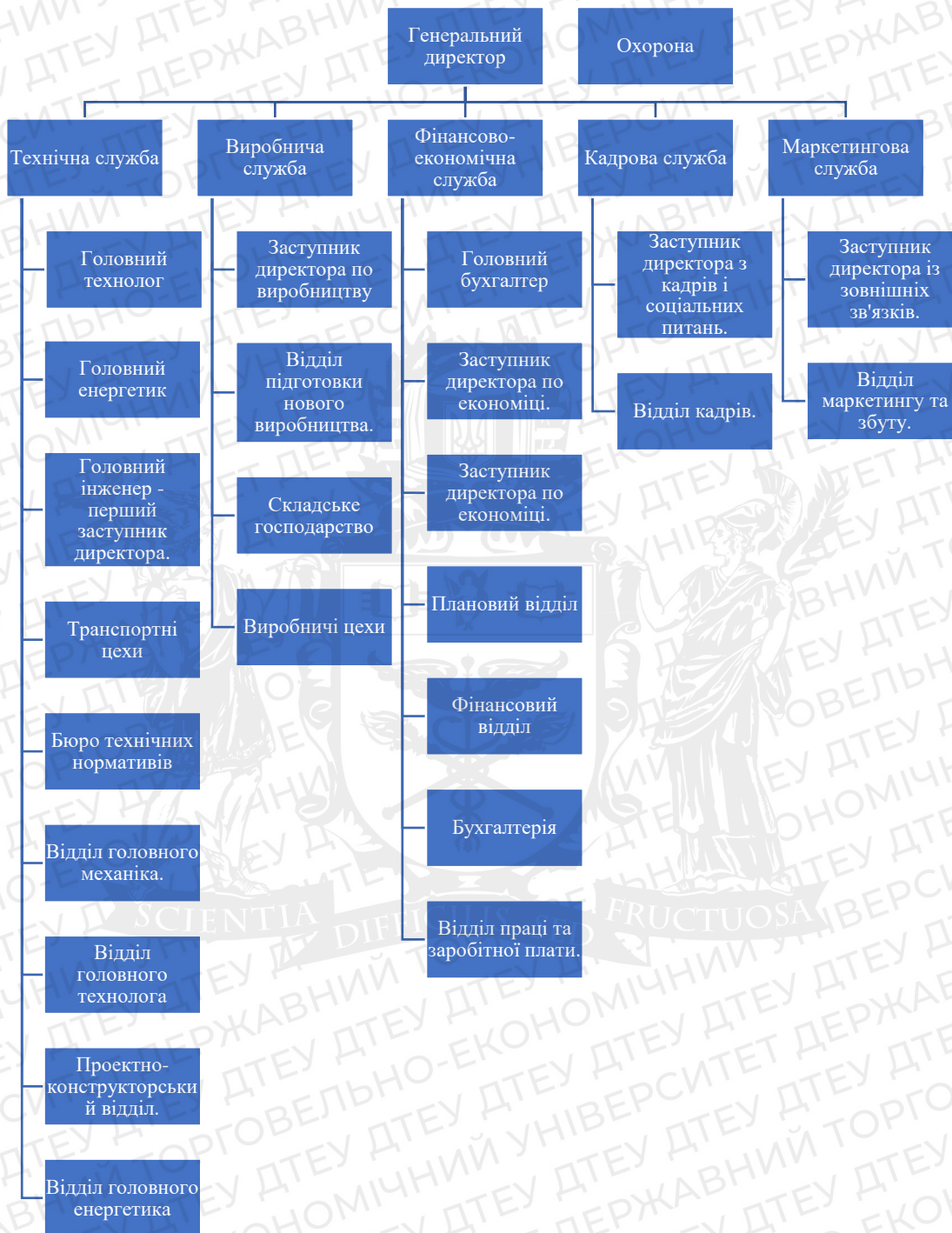


Рисунок 1.1 - Схема організаційної структури управління ПрАТ «Оболонь»

Джерело: [1]

Діяльністю підприємства керує директор. Для забезпечення стратегічного, поточного й оперативного керівництва підприємством використовується лінійна структура управління, безпосередньо підлегла директору та директорам кожного окремого відділу. Кожен з них керує певною частиною роботи з



управління виробничим процесом та має в розпорядженні відповідні функціональні служби. Перевагами такої організаційно-структурної побудови виступають: висока компетентність фахівців з виконання окремих функцій; стандартизація процесів управління; централізація стратегічних та децентралізація оперативних управлінських рішень.

Продукція ПрАТ «Оболонь» представлена як у кожному магазині України так і за кордоном. Пропонуємо зобразити реалізацію продукції Оболонь на рисунку 1.2.

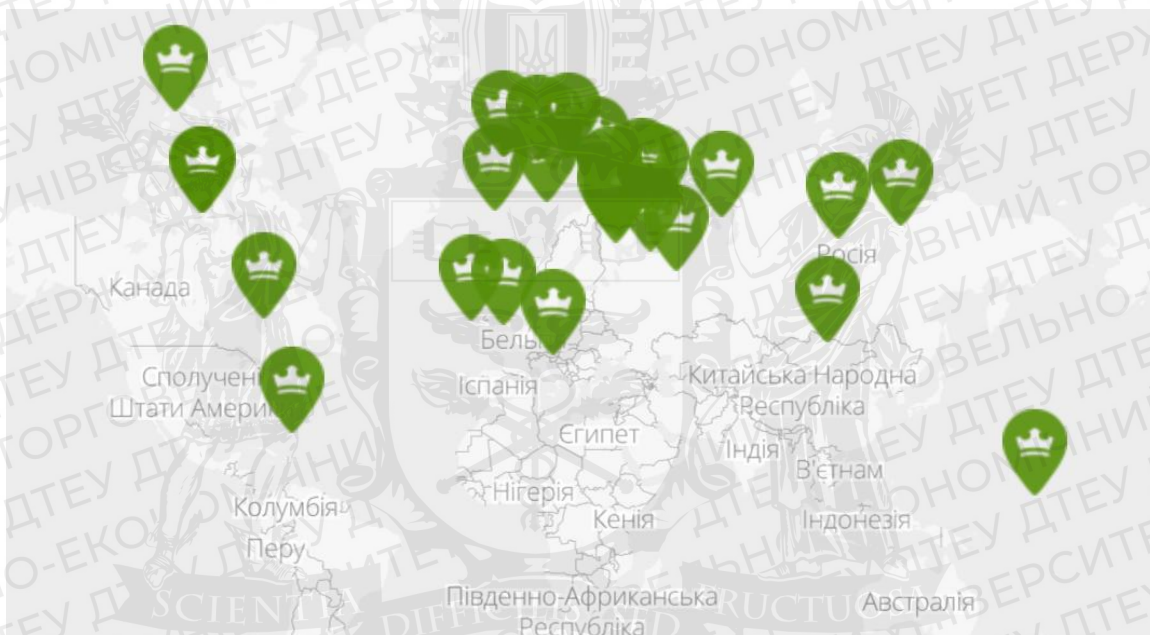


Рисунок 1.2 – Географія співробітництва ПрАТ «Оболонь»

Джерело [3]

ПрАТ «Оболонь» займається продажем як безалкогольних так і алкогольних товарів, асортимент яких ми пропонуємо проаналізувати на рисунку 1.3.

Під час загальної оцінки діяльності ПрАТ «Оболонь» аналіз доходів основної діяльності має особливо важливе значення, оскільки доходи мають прямий вплив на формування загального фінансового результату підприємства. Проведемо аналіз доходів основної діяльності обраного підприємства з метою пошуку шляхів збільшення доходів та скорочення витрат підприємства.



Рисунок 3.1 – Асортимент продукції ПрАТ «Оболонь»

Джерело [3]

### 3.1

Для проведення аналізу роботи підприємства та обрахунку показників було взято дані фінансової звітності ПрАТ «Оболонь» за останні 3 роки (2019 - 2021 рр).

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства наведено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Аналіз фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Оболонь», 2019-2021 рр.

Показники	2019	2020	2021	Відхилення (+,-) базового періоду до	
				2021/ 2019	2021/ 2020
Чистий дохід від реалізації, тис. грн.	6 054 556,0	7 259 009,0	8 539 293,0	2 484 737,0	1 280 284,0
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	4 837 297,0	5 929 948,0	7 305 801,0	2 468 504,0	1 375 853,0
Валовий прибуток, тис. грн.	1 217 259,0	1 329 061,0	1 233 492,0	16 233,0	-95 569,0
Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн.	727 734,0	638 910,0	561 296,0	-166 438,0	-77 614,0

Продовження табл. 2.1					
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	563997	536004	435344	-128 653,0	-100 660,0
Власний капітал, тис. грн.	1 842 083,0	2 267 034,0	2 546 501,0	704 418,0	279 467,0
Необоротні активи, тис. грн.	2 064 009,0	2 230 618,0	2 241 855,0	177 846,0	11 237,0
Оборотні активи, тис. грн.	1 644 246,0	2 027 894,0	2 281 534,0	637 288,0	253 640,0

Джерело: розроблено автором за даними Додатку А

Аналізуючи загальну картину фінансових показників діяльності ПрАТ «Оболонь», бачимо, що незважаючи на Пандемію Коронавірусу компанія мала вищий показник чистого прибутку в 2020 ніж в 2021 за аналізований період, який становив 536004 тис. грн. Також це стосується інших показників діяльності, так як дохід від реалізації, власний капітал та необоротні активи.

Досліджено, що в ПрАТ «Оболонь» є достатньо власного капіталу, для того щоб забезпечити свою платоспроможність і фінансову стійкість.

Щодо 2021-го року, то він в основному характеризується погіршенням основних показників діяльності в порівнянні з 2019 та 2020 , чистий прибуток зменшився на 100660 тис. грн, валовий прибуток на 95569 тис. грн, що, безумовно негативно впливає на роботу підприємства. Проте незважаючи на негативну тенденцію щодо прибутковості, ПрАТ «Оболонь» станом на кінець 2021-го року вдалося збільшити оборотні активи в порівнянні з 2020 роком на 253640 тис. грн., необоротні на 11237 тис. грн. та власний капітал на 279467 тис. грн.

На рис. 1.4 зображено динаміку показників фінансово-економічної діяльності досліджуваного підприємства за 2019-2021 роки.

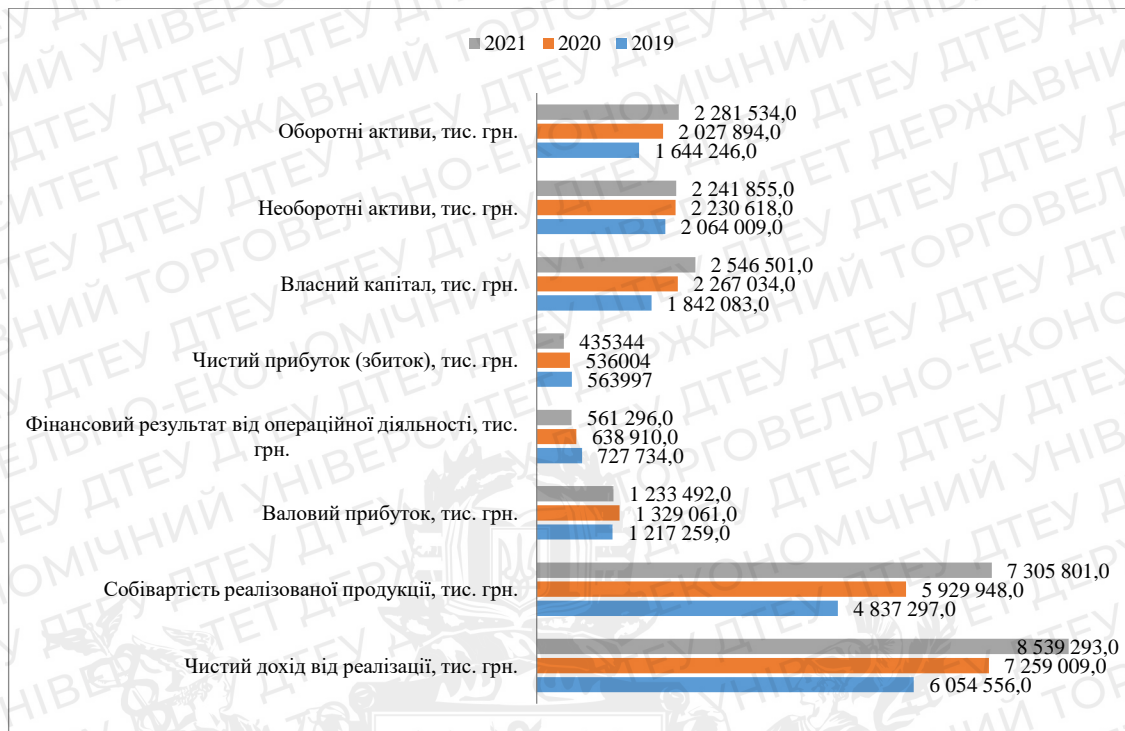


Рисунок 1.4 – Показники фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021 рр, тис. грн

Джерело: розроблено автором за даними Додатку А

Графік, наведений на рис. 1.4 наочно ілюструє зміни показників фінансово-економічної діяльності, описані вище.

Важливим показником діяльності компанії є ліквідність, яка прямо впливає як на конкурентоспроможність підприємства так і на якість управління.

Основні показники ліквідності підприємства наведені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства ПрАТ «MONDELEZ УКРАЇНА», 2019-2021 рр.

Назва показника	Нормативне значення	Розраховане значення			Абсолютне відхилення	
		2019 р.	2020 р.	2021 р.	2021/2019	2021/2020
Коефіцієнт покриття	>1	1,49	1,42	1,26	-0,2	-0,2
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>0,5	0,83	0,85	0,87	0,03	0,02

Продовження табл. 1.3

Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,02	0,02	0,06	0,03	0,04
-----------------------------------	------	------	------	------	------	------

Джерело: розроблено автором за даними Додатку А

Отримані дані показують, що в 2021 р. коефіцієнт швидкої ліквідності набув більшого за нормативне значення, і на кожну гривню поточних зобов'язань припадає 0,87 грн високоліквідних оборотних активів. За період 2019-2021 років ситуація змінилася в покращилась так як показник зріс з 0,83 до 0,87, що свідчить про високу платоспроможність компанії.

Негативне значення показує коефіцієнт абсолютної який знаходиться за межею нормативного значення.

Таким чином, проаналізувавши загальну діяльність підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2019- 2021 рр, можна сказати, що обсяги чистого доходу та валового прибутку зменшились, що свідчить, про те, що компанія в 2021 році зазнала втрат, які негативно вплинули на її ключові показники. Можна припустити, що основною причиною цих втрат послужило зростання витрат на перевезення сировини з Південної Америки, що призвело до збільшення кінцевої ціни та відповідно зменшення обсягів збуту (про що свідчить зменшення виручки від реалізації та відповідно валового прибутку).

Надзвичайно важливим аспектом дослідження тематики цінової політики є поняття «рентабельність». Рентабельність розглядається як один із критеріїв оцінки якості управління підприємством.

Провівши дослідження та аналіз показників рентабельності ПрАТ «Оболонь», маю змогу визначити ефективність фінансово-економічного механізму та прибутковість діяльності, яка є явним результатом постійної модернізації її конкурентоспроможності.

Далі було проведено обрахунки показників рентабельності, які дають можливість оцінити вплив конкурентоспроможності ПрАТ «Оболонь» на показники рентабельності (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Оболонь», 2019- 2020 рр.

Показники	2018	2019	2020	Абсолютне відхилення, %	
				2020/ 2018	2020/ 2019
Рентабельність продукції	10,74	13,54	19,62	182,72	144,84
Рентабельність продажів	0,20	0,18	0,14	71,85	78,89
Рентабельність активів	15,21	12,59	9,62	63,28	76,46
Рентабельність діяльності підприємства	32,83	31,21	27,27	83,07	87,37

Джерело: розроблено автором за даними Додатку А

На основі розрахунків показників рентабельності, я можу зробити наступні висновки:

- рентабельність активів компанії відповідає нормативним значенням, що свідчить про те, що ПрАТ «Оболонь» ефективно використовує свої активи;
- рентабельність діяльності в 2021 зменшилась що свідчить про зменшення чистого прибутку порівняно та збільшення витратах;
- рентабельність продукції навпаки демонструє позитивні зміни в 2021 році, що означає те, що валовий прибуток має нижчі темпи росту, ніж у собівартості реалізованої продукції;
- рентабельність продажів зменшилась на досить великий відсоток, що означає зменшення чистого прибутку не лише за рахунок зменшення доходу від реалізації товарів, але й через зростання витрат підприємства.

Показники рентабельності підприємства наведено на рис. 1.5.

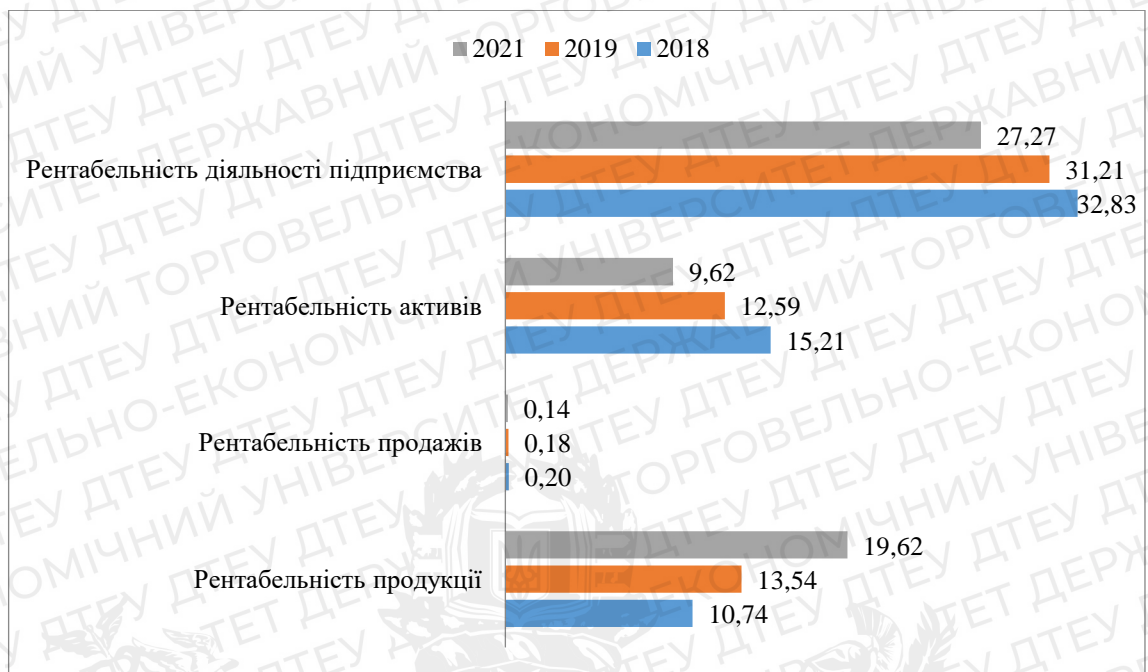


Рисунок 1.5 – Динаміка зміни показників рентабельності ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021 рр.

Джерело: розроблено автором за даними Додатку А

Таким чином, аналізуючи дані наведені на рис. 2.8 видно зменшення показників рентабельності діяльності підприємства, що свідчить про зниження ефективності господарської діяльності підприємства.

Дослідивши загальні рентабельність компанії, видно, що її показники не є задовільними та потребують суттєвого покращення. Саме тому мною буде розроблений комплекс різних заходів, які матимуть позитивний вплив не лише на цінову політику ПрАТ «Оболонь», але й на його фінансові показники діяльності.

Для покращення фінансових результатів ПрАТ «Оболонь» необхідно підвищувати рівень якості продукції, що виробляється, адже це сприятиме лояльності нових споживчих ринків. Також доцільним є створення компетентного штату працівників відділу експорту та регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

## 1.2. Загальні показники експортної діяльності підприємства

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності сучасних пивних підприємств залежить від їх здатності успішно управляти експортною діяльністю. Сучасні тенденції розвитку світового ринку пива, максимальна адаптивність стратегії підприємства до вимог мінливого зовнішнього середовища, особливості організації сировинної бази пивного підприємства.

Більш детальне дослідження формування та ефективного використання експортного потенціалу вітчизняних пивних підприємств необхідне у зв'язку з адаптивністю пивних підприємств, особливостями організації сировинної бази пивних підприємств.

Багато авторів пропонують розраховувати показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності пивних підприємств на основі даних про витрати на виробництво експортної продукції, вартість експортної продукції у відпускних цінах та вартість експортної продукції у зовнішньоторговельних цінах. Маючи таку інформацію, експортери можуть визначити повну ефективність експорту, економічну ефективність експортного виробництва та грошову ефективність експорту, що характеризують весь процес виробництва та реалізації продукції[8].

ПрАТ «Оболонь» провідний світовий виробник та експортер пивної продукції, найбільший експортер пива з України та один із найбільших виробників пива в Україні. За 2021 рік ПрАТ «Оболонь» поставила 10 мільйонів пляшокпива з України по всьому світу.

Детальніше динаміку експорту ПрАТ «Оболонь» представлена на рисунку 1.6.



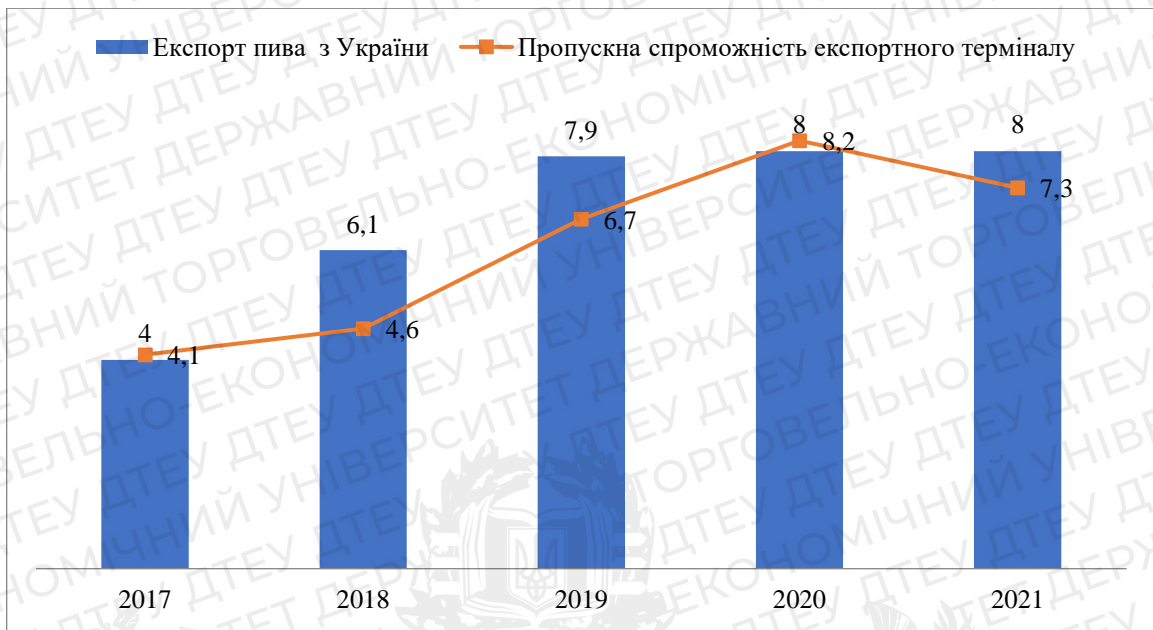


Рисунок 1.6 – Динаміка експорту пива ПрАТ «Оболонь» за період 2018-2022, млн. пляшок

Джерело: [5]

Збої в експорті через війну в Україні змусили ПрАТ«Облонь» тимчасово призупинити операції з переробки сировини для виробництва своєї продукції, що призвело до зниження обсягів продажу. У 2022 фінансовому році ПрАТ «Оболонь» переробила 0,9 млн. тонн хмелю, що на 31% менше, ніж минулого року, що передбачає завантаження виробничих потужностей на 60%.

Наступним дослідимо структуру експорту пива ПрАТ «Оболонь» за основними країнами (рис. 1.7).

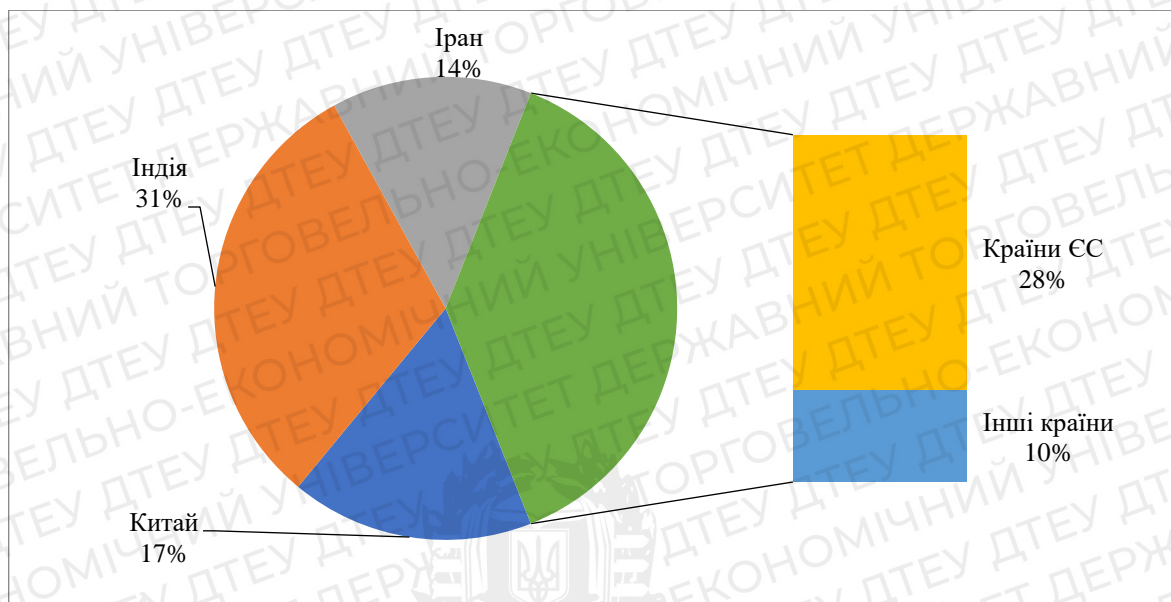


Рисунок 1.7 – Географічна структура експорту пива «Оболонь» ПрАТ «Оболонь» за 2021, %

Джерело: [3]

Якби бачимо, основним експортним ринком є країни Азії, частка яких в загальному експорті складає 68%, експорт в країни ЄС – 28%, в решту країн – 10%.

Ключовою проблемою в 2022 році для ПрАТ «Оболонь» стала неможливість експорту товарів через порти Чорного моря України, що зупинило всі експортні операції через глибоководні порти. Альтернативні експортні шляхи через кордон Україна-ЄС не були готові поглинути великі потоки товарів на експорт, тому ПрАТ «Оболонь» призупинили практично всю експортну діяльність.

Оболонь, керуючись принципом самофінансування, відповідно до свого Статуту, має право самостійно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність у будь-якій сфері, пов'язаній з предметом його діяльності. При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності Товариство користується всіма правами суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності відповідно до чинного законодавства України [10].

Наразі Товариство проводить маркетингові дослідження щодо можливостей розширення експортних ринків.

Основними видами зовнішньоекономічної діяльності Товариства є:

- Експорт товарів, продукції та послуг, вироблених всередині організації;
- Імпорт товарів, продукції та послуг, необхідних для потреб організації;
- Експорт та імпорт капіталу та робочої сили;
- Надання послуг іноземним організаціям: виробничих, транспортних, консультаційних, маркетингових, професійних, посередницьких, агентських, брокерських, адміністративних, бухгалтерських, юридичних тощо;
- Науково-технічне, науково-дослідне, виробниче, навчальне та інше співробітництво з іноземними організаціями;
- Діяльність, пов'язана з наданням патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших об'єктів нематеріальної власності суб'єктам господарювання за межами України;
- Організація та проведення заходів у сфері виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що проводяться на комерційній основі за участю іноземних суб'єктів господарської діяльності;
- Інша діяльність у формі товарообмінних (бартерних) операцій та зустрічної торгівлі з юридичними особами інших країн відповідно до чинного законодавства України [17]

Коли завод виходить на зовнішній ринок зі складним продуктом, який є висококонкурентним і добре відомим споживачам, є сенс покласти на іноземного посередника, який знає місцевий ринок, в даному випадку європейський, і має на ньому міцні позиції. Посередники підвищують ефективність зовнішньоторговельних операцій з наступних причин:

1. краще знання ринку та постійних клієнтів;

2. зменшення витрат на транспортування та зберігання продукції;
3. скорочення термінів доставки та паперової тяганини
4. надання передпродажних та післяпродажних послуг тощо.

При виході на зовнішні ринки та здійсненні експортних операцій метою компанії є отримання прибутку від експорту. Цей прибуток має бути вищим, ніж прибуток від продажу товарів на внутрішньому ринку. В іншому випадку витрати на організацію експортних операцій є недостатніми та неефективними [16].

Успішна експортна діяльність вимагає аналізу ефективності експорту, створення оптимальної структури експорту та прийняття обґрунтованих бізнес-рішень.

Під час експорту компанії несуть такі витрати:

- Собівартість товарів, що експортуються
- Транспортні витрати
- Організаційні витрати.

Собівартість товару - це витрати на виробництво товару для підприємства. Транспортні витрати - це витрати на транспортування товарів, понесені підприємством-експортером.

Організаційні витрати - це плата за підписання контрактів, митні збори та транспортування товарів через кордон.

Таким чином, експортні витрати відповідають сумі вартості товару, транспортних витрат та організаційних витрат.

Для визначення ефективності напрямків діяльності підприємства у сфері ЗЕД, потрібен ретельний аналіз його стану. Проведення аналізу експортних та експортних операцій включає:

- визначення виконання зобов'язань за вартістю, фізичним обсягом та ціною експортних товарів;
- визначення виконання зобов'язань за термінами їхніх поставок та якістю;
- з'ясування причин недовиконання зобов'язань за тими чи іншими

позиціями.

Для аналізу ЗЕД ПрАТ «Оболонь» використовують систему аналітичних показників (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Показники ефективності експорту ПрАТ «Оболонь» за 2019-2021 рр.

Показник	Формула	Розрахунок	2019	2020	2021
Частка сум контрактів, прострочених у звітному періоді	$I_{п.к.} = \frac{K_n}{K_b} * 100\%, \text{ де}$ Кп – сума контрактів, прострочених протягом року; Кв – сума контрактів, що підлягають виконанню у звітному періоді.	$I_{п.к.}(2019) = (3/4) * 100 = 75$ $I_{п.к.}(2020) = (2/4) * 100 = 50$ $I_{п.к.}(2021) = (1/4) * 100 = 25$	0,75	0,5	0,25
Коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю	$K_{варт.} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} * P_{i\phi}}{\sum_{i=1}^n Q_{in} * P_{in i-1}}, \text{ де}$ Рiφ і Qiφ – фактичні ціни та кількість товару i; Pin і Qin – планові ціни та кількість товару i; n – кількість товарів.	$K_{варт.}(2019) = (37953 * 47,7) / (38000 * 48) = 0,99$ $K_{варт.}(2020) = (39535 * 66,4) / (40000 * 70) = 0,94$ $K_{варт.}(2021) = (41684 * 88,5) / (42300 * 90) = 0,97$	0,99	0,94	0,97
Коефіцієнт виконання зобов'язань з експорту товарів за фізичним обсягом	$K_{физ.об.} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} * P_{in}}{\sum_{i=1}^n Q_{in} * P_{in i-1}}, \text{ де}$ Qiφ – фактична кількість експорту; Pin і Qin – планові ціни та кількість товару i; n – кількість товарів.	$K_{физ.об.}(2019) = (37953 * 47,7) / (38000 * 47,7) = 0,99$ $K_{физ.об.}(2020) = (39535 * 66,4) / (40000 * 66,4) = 0,99$ $K_{физ.об.}(2021) = (41684 * 88,5) / (42300 * 88,5) = 0,99$	0,99	0,99	0,99
Коефіцієнт виконання зобов'язань з експорту товарів за ціною	$K_{цiна.} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} * P_{i\phi}}{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} * P_{in i-1}}, \text{ де}$ Рiφ і Qiφ – фактичні ціни та кількість товару i ; Pin – планова ціна товару i; n – кількість товарів.	$K_{цiна.}(2019) = (38000 * 47,7) / (38000 * 48) = 0,99$ $K_{цiна.}(2020) = (39535 * 66,4) / (39535 * 70) = 0,95$ $K_{цiна.}(2021) = (42300 * 88,5) / (42300 * 90) = 0,98$	0,99	0,95	0,98

Джерело: зроблено на основі даних підприємства

У період з 2019 по 2021 рік підприємство ПрАТ «Оболонь» мало незначну кількість прострочених контрактів. У 2019 році цей показник був найвищим [18]. Прострочені контракти пов'язані виключно із залежністю

виробництва від надою корів, який в свою чергу залежить від погодних умов. Також прослідковується зростання коефіцієнту виконання зобов'язань за вартістю, що пов'язане із сезонністю ринку молока та коливанням цін на 1 тону пастеризованого молока. Зростання показника являється позитивною тенденцією для підприємства, що свідчить прийняття підприємством правильних рішень щодо ціноутворення на пастеризоване молоко.

Для загальної характеристики експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» використовують такі показники (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Показники загальної експортної та імпоротної діяльності ПрАТ «Оболонь» по Франції за 2019-2021рр

Показник	Формула	Розрахунок	2019	2020	2021
<p><b>Ефективність експорту</b> (частка виторгу в загальному обсязі експорту підприємства)</p> <p>Якщо показник &gt;1 і вище показника ефективності реалізації на внутрішньому ринку, то реалізація на зовнішньому ринку буде ефективнішою у порівнянні із реалізацією на внутрішньому ринку.</p>	$E_{ef.e.} = \frac{ЧВ}{ОП}$ $ЧВ = (ВВ * Кр) - Дв - МП,$ <p>ЧВ – чистий виторг в іноземній валюті за реалізований товар, переведений у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки; ВВ – валютний виторг за експортний товар; Кр – діючий ринковий курс іноземної валюти до гривні; Дв – додаткові витрати всередині країни, пов'язані з експортом товару; МП – митні платежі; ОП – обсяг продажу за експортом</p>	<p>ЧВ(2019) = (54859,5 *33)-20000-0) =1790362,18 Eef.e.. 2019) =1790362,18/1810362 =0,99 ЧВ(2020) = (82035*32)-21000-0) =4354200 Eef.e.. 2020) =2604120/2625120=0,99 ЧВ(2021) = (122967,5*30)-21000-0) =4897701 Eef.e.. 2021) =3668025/ 3689025 =0,99</p>	0,99	0,99	0,99
<p><b>Рентабельність експорту</b> (сума інвалютного доходу від реалізації експортних товарів, що припадає на кожну витрачену гривню)</p>	$P_e = \frac{H_e}{C_v} * 100\%$ <p>Не – гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютної виручки в гривнях за курсом НБУ на день надходження валютної виручки; Св – собівартість виробництва експортного товару</p>	<p>Рe(2019) = 1790362,18 /2881290,34 =0,62 Рe(2020) = 2625120/2662818,15 =0,98 Рe(2021) = 3689025/2990693,36 =1,23</p>	0,62	0,98	1,23

По показникам ефективності експорту підприємство має негативні тенденції. У в 2019 році прослідковується спад даних показників, що було пов'язано із стрімким падінням курсу долара.

Отже, діагностика загального фінансового стану підприємства та його зовнішньоекономічних операцій дала змогу встановити, що ПрАТ «Оболонь» в загальному має позитивну динаміку по більшості ключових показників і має змогу виходити на нові ринки.

У зв'язку з тим, що ПрАТ «Оболонь» працює в умовах війни, пропонуємо розглянути можливість експорту товарів в умовах російсько-української війни.

Експорт у ПрАТ «Оболонь» здійснюється двома способами – водним та наземним. На початку війни на Одещині діяло лише два порти - в Ізмаїлі та Рені. Судно ходить у будь-якому разі через Босфорський порт у Стамбулі і там обов'язково (особливо під час війни) проходити комісію на наявність забороненого. Це може бути зброя, бомби, контрабанда, наркотики тощо. Конвої відправляються з турецького порту Босфор і далі розподіляються всіма доступними портами Одеси. Судно під час руху супроводжують каравани з одного боку транспорту та з іншого для забезпечення безпеки. Страхування вантажів та перевезень не працює під час воєнного стану/надзвичайних ситуацій у територіальних водах, але за нього потрібно сплачувати на території України (такі правила). Після навантаження та перевірки в Одесі кордон закривається. Називається "Коносамент". Після цього конвой виводить судно на рейд з 5 до 10 ранку (важливо, щоб це був день, світлий час доби) та виводить його у відкрите море. Усі вони мають піти, супроводжувати Туреччину та повернутися до одеських портів. Без перевірки судна його не експортуватимуть до інших країн. Перевірка здійснюється українською стороною, турецькою та російською туди та назад (за домовленістю між Україною, Росією та Туреччиною). Потім відбувається «доставка» товару до певної країни, з якою укладається договір [9].

Якщо сушею, то перевезення йдуть через сусідні країни, а саме Молдову та Румунію. Плата за переказ не стягується, вона не потрібна. Є два варіанти





## **РОЗДІЛ II. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ПИВА ПРАТ «ОБОЛОНЬ»**

### **2.1. Дослідження основних тенденцій розвитку світового ринку пива**

Сучасний розвиток світової економіки характеризується посиленням конкуренції на глобальних ринках, а нові тенденції докорінно змінюють структуру конкурентних переваг багатьох країн. Така ситуація накладає велику відповідальність на виробників, фахівців та науковців щодо раціонального використання наявних ресурсів для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції[13].

Ця тенденція є результатом поступового науково-технічного прогресу і втілюється в тому, що в усіх промислово розвинених країнах виробництво стає все більше орієнтованим на потреби індивідуального споживача.

Так як досліджувана компанія заматиметься експортом пива пропонуємо дослідити загальні тенденції на аринку пива та визначити основні країни експортери та імпортери пива та визначити частку України на світовому ринку пива.

Згідно з даними UN Comtrade [7], пиво (виготовлене з солоду) було 171-м продуктом, що найбільше продається у світі в 2016 році з торговельною вартістю 13,8 млрд доларів США. Найбільшим експортером, безперечно, була Мексика з часткою 27% у загальному обсязі експорту пива, за нею йдуть три виробника пива з ЄС: Нідерланди, Бельгія та Німеччина з частками 14%, 11% та 9% відповідно. Імпорт пива був ще більш концентрованим: тільки на США припадало 35% світового імпорту пива, за ними йдуть Франція та Великобританія (5,5%), Китай (4,5%) та Італія (4,3%).

На рисунку 2.1 показано 10 провідних країн-виробників пива за три періоди за 2013–2021 роки, оскільки останній глобальний набір даних про виробництво пива доступний лише до 2021 року) та їхня частка у загальному обсязі виробництва пива. Склад топ-10 країн практично не змінився за періоди,

що розглядаються. Єдина різниця між країнами полягала в тому, що Польща замінила Південну Африку у списку 10 найкращих. Однак у списку відбулися зміни у порядку. Китай зайняв лідируючі позиції щодо збільшення коефіцієнта за ці роки. Німеччина та Японія скоротили свою частку у світовому виробництві пива, а Бразилія та Мексика її значно збільшили. Сумарна концентрація топ-10 країн за періоди, що розглядаються, не змінилася і становила близько 67–68%.

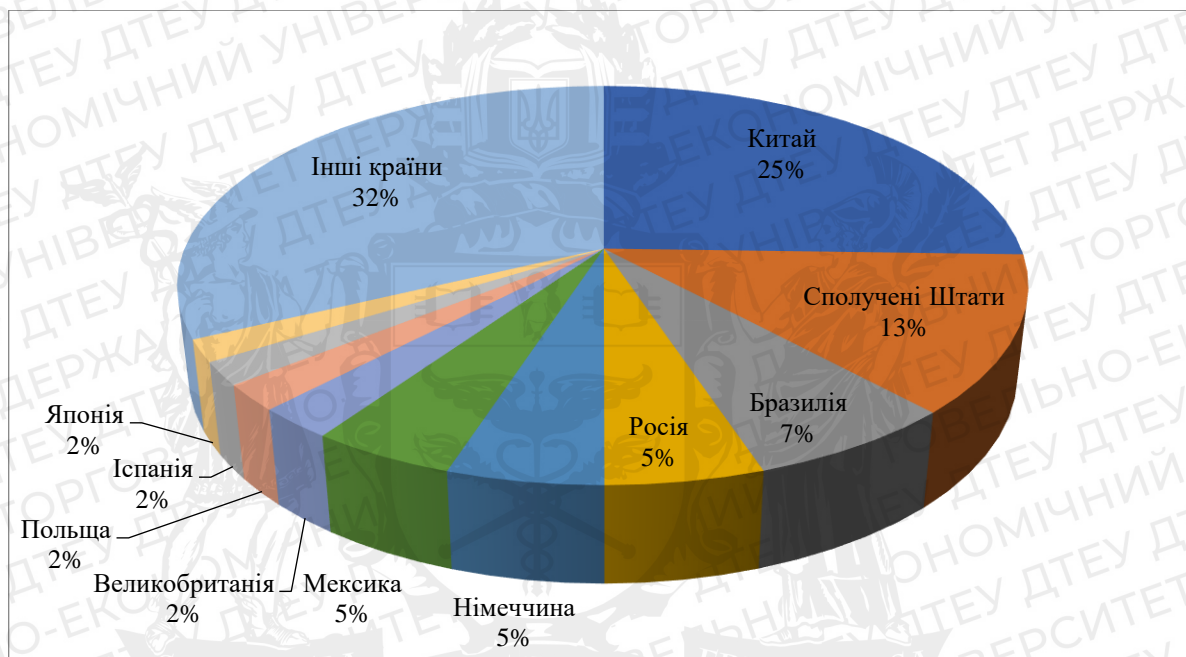


Рисунок 2.1 Структура світового виробництва пива за період 2013-2021 рр за основними країнами, %

Джерело: [8]

Якщо ми подивимося на світове виробництво на рівні компаній, ми можемо побачити чіткі тенденції. В останні роки найважливіша зміна на ринку відбулася, коли AB InBev купила другу за величиною компанію SABMiller у 2015 році. Після злиття зростання частки AB InBev на світовому ринку пива було помірним завдяки очищенню портфеля від колишніх брендів SABMiller, як алкогольних, так і безалкогольних. З іншого боку, другий Heineken також зміг досягти зростання на 1%, а китайська пивоварня China Res Snow Breweries стала третьою за величиною броварнями у світі. Паралельно частка інших

зросла з 48% до 56%, що свідчить про жорстку конкуренцію на ринку пива лише на рівні підприємств (рис. 2.2).

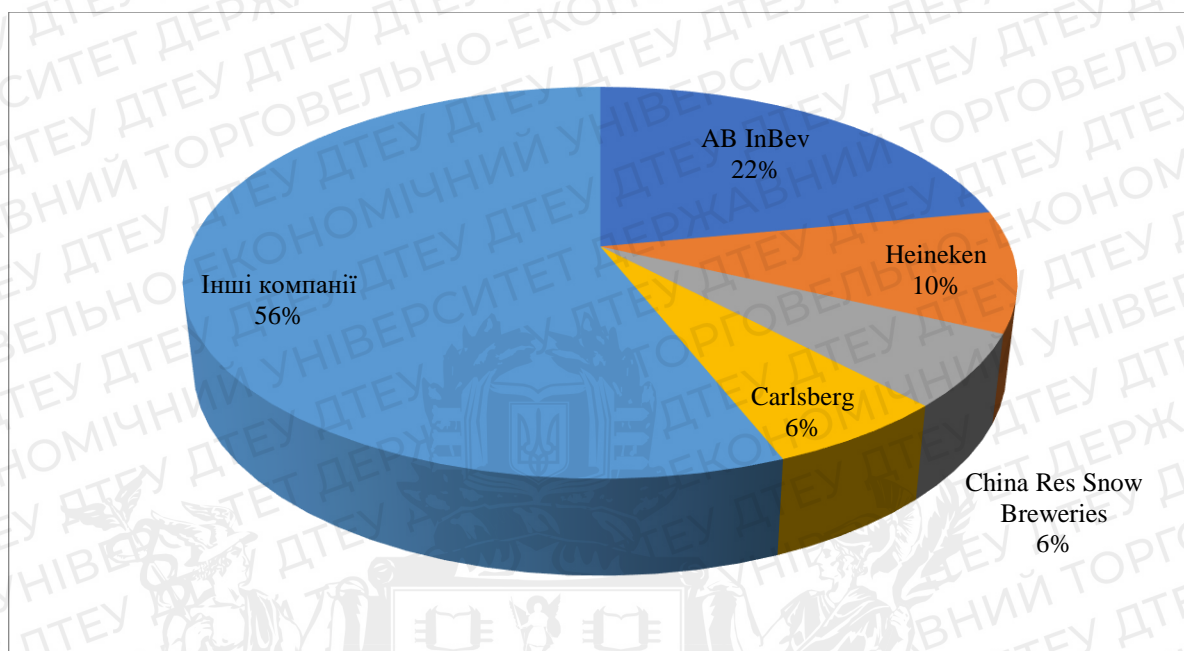


Рисунок 2.2 Структура світового виробництва пива за 2021 рр за основними компаніями, %

Джерело: [9, 10]

На рисунку 2.3 показані провідні країни-експортери пива за 2021 рік та їх частка у загальному обсязі експорту пива. В останньому періоді Мексика поступилася першим місцем Нідерландам, проте частка трьох провідних країн у загальному обсязі експорту постійно знижується. Це також стосується концентрації 10 провідних країн, у аналізований період він знизився з 80,78% у 2019 році до 75,49% в 2021 році. Однак рейтинг топ-10 країн за ці 30 років майже не змінився. Канада вибула зі списку, а Португалія з'явилася новим учасником в останньому періоді.

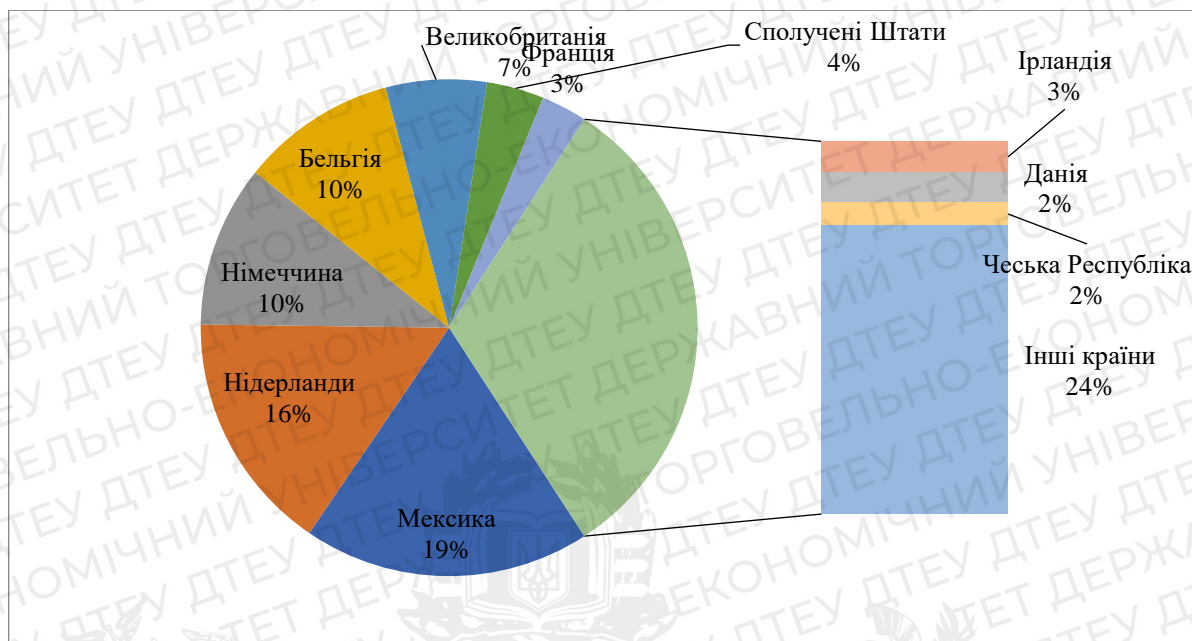


Рисунок 2.3 Частка світових експортерів пива за 2021 рр за основними країнами, %

Джерело: [11]

На рисунку 2.4 представлені 10 провідних країн-імпортерів пива за той ж три період та їх частка у загальному обсязі імпорту пива.

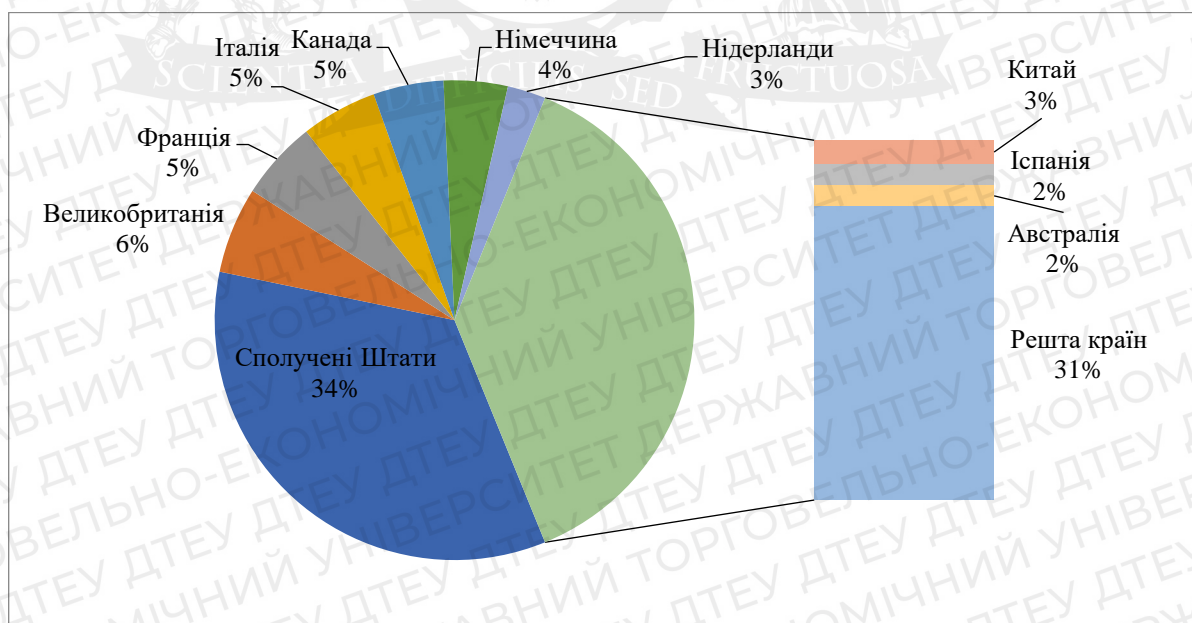


Рисунок 2.4 Частка світових імпортерів пива за 2021 рр за основними країнами, %

Джерело: [11]

Сполучені Штати зберігають своє лідируюче становище протягом останніх 30 років з дуже високою часткою імпорту. Другою країною у списку є Великобританія, з - 5,82% за 2021 рік. Сумарна концентрація 10 провідних країн становить 69% світового імпорту пива. Більшість країн завжди були у цьому списку, хоча Японія та рф зникли, а Нідерланди та Австралія потрапили до списку в останній період.

В підсумку пропонуємо визначити частку України у світовій торгівлі пива на 2021 рік ( рис. 2.5.)

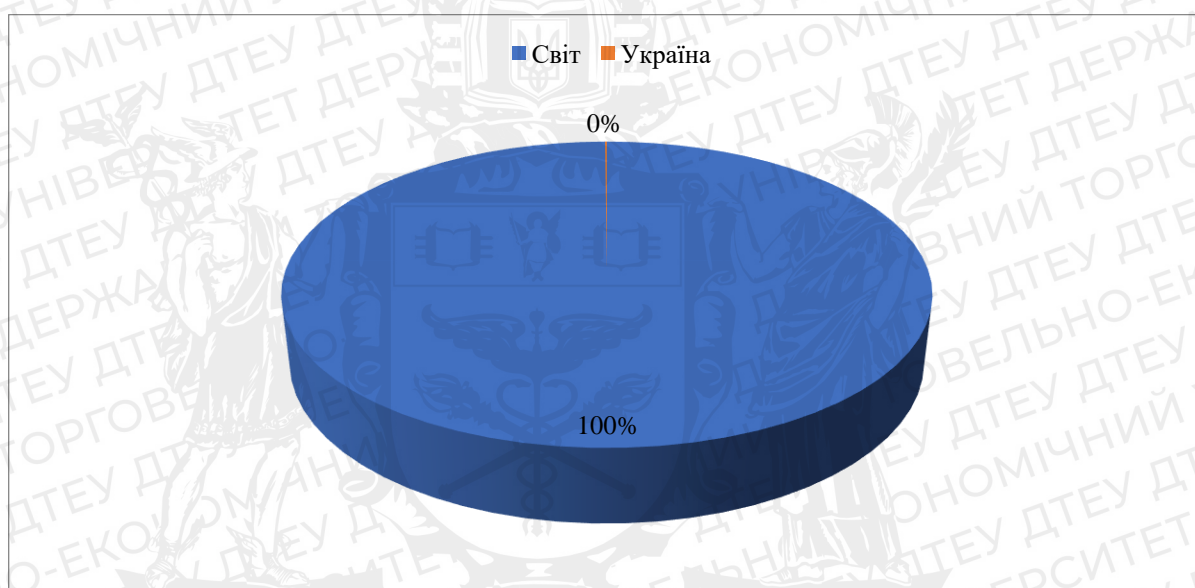


Рисунок 2.5 – Частка України у світовій торгівлі пива станом на 2021 рік,

%

Джерело: [12]

Частка України у світовій торгівлі пивом є мізерною, станом на 2021 рік

Україна посідала 45 місце серед світових експортів пива [12].

Загальний експорт пива Україною наведений в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

## Експорт пивних напоїв Україною до країн світу

Код	Товар	Варість експорту 2022 (тис. дол.)	Торговельний баланс (тис. дол.)	Щорічне зростання вартості між 2018-2022 роками (% річних)	Щорічне зростання кількості в 2018-2022 рр. (% на рік)	Щорічне зростання вартості між 2021-2022 роками (% річних)	Річний приріст світового імпорту в 2018-2022 рр. (% на рік)	Частка у світовому експорті (%)	Місце у світовому експорті	Середня відстань країн-імпортерів (км)	Концентрація країн-імпортерів
Всі товари	Всі продукти	44443214	-10780854	2	-8	-35	7	0,2	61	2149	0,05
'2208	Спирт етиловий неденатурований міцністю менше 80 %; спиртні напої, лікери та інші алкогольні напої...	68604	-122491	-8	-8	-22	5	0,2	39	2462	0,1
'2202	Води, в т.ч. мінеральні води та газовані води з додаванням цукру чи інших підсолоджувачів...	56533	-34526	14	8	-57	7	0,2	48	1169	0,11
'2207	Спирт етиловий неденатурований міцністю >= 80 %; спирт етиловий та інші алкогольні напої, ...	50625	50623	99	62	116	13	0,4	27	916	0,68
'2203	<i>Пиво з солоду</i>	<i>19097</i>	<i>-35959</i>	<i>-11</i>	<i>-17</i>	<i>-55</i>	<i>2</i>	<i>0,1</i>	<i>45</i>	<i>2785</i>	<i>0,14</i>
'2204	Вино зі свіжого винограду, в т.ч. кріплені пива; виноградне сушло, частково ферментоване та справжнє ...	8711	-108914	-24	-30	-47	3	0	55	2338	0,11
'2201	Води, в т.ч. природні або штучні мінеральні води та газовані води без додавання ...	3033	-12589	-4	-15	-33	2	0,1	52	2080	0,32
'2205	Вермути та інші пива зі свіжого винограду, приправлені рослинами або ароматичними речовинами	466	-3935	-27	-29	-68	12	0,1	31	4585	

Продовження табл. 2.1

'2206	Сидр, перрі, медовуха та інші зброжені напої та суміші зброжених напоїв і безалкогольних...	326	-13285	-20	-28	-57	7	0	57	2202	0,45
'2209	Оцет, зброжений оцет і замінники оцту, отримані з оцтової кислоти	152	-806	8	8	-13	5	0	64	910	0,67

Джерело: [12]

Аналізуючи дані по експорті пива Украно, ми бачимо, що країа є 45 експортером пива у світі. В 2022 році незважаючи на війну в країні відбувся приріст експорту пива, що засвідчує ефективність діяльності українських компаній.

Розглядаючи країни ЄС у форматі потенційного експортного ринку для винних підприємств нашої держави, зокрема говорячи про ПрАТ «Оболонь», прямими конкурентами для нас є Німеччина, Бельнія та Франція, адже наша країна на даному етапі розвитку не має виробничих потужностей, щоб зрівнювати масштаби власного експорту з країнами, які посідають першість серед лідерів-експортерів пива у світі. Також з огляду на те. Що саме Франція та Німеччина постачають свою пивоварну продукцію на ринок країн ЄС, винні виробництва даних країн є безпосередніми конкурентами для ПрАТ «Оболонь».

Популярність вітчизняних спиртних напоїв зробила Азійсько-Тихоокеанський регіон найбільшим у світі споживачем алкогольних напоїв із загальною часткою ринку 59%, тоді як на Америку припадає лише 15%.

Фактично, кожна четверта пляшка пива, що споживається у світі (26,2%), є імпортною, а ринок імпортного пива зростає вдвічі швидше, ніж внутрішній ринок.

Хоча виробництво і споживання пива у світі зростає, географічна ситуація на світовому ринку пива змінюється. Частка традиційних країн-виробників пива, особливо Німеччина та Франції, поступово зменшується як у виробництві, так і в споживанні. Посилюється конкуренція з боку нових країн-виробників, таких як Мексика та США.

Оскільки пивна індустрія переживає ще один рік невизначеності та мінливих споживчих переваг, ми перерахували деякі з основних тенденцій ринку пива, які можна очікувати у 2023 році [13].

Стійкі методи пивоваріння. Зростає потреба у більш екологічно чистих варіантах алкоголю, оскільки клієнти дедалі більше усвідомлюють свої рішення купівлі. В результаті пивовари використовують інноваційні стійкі рішення у своєму виробництві та пропонують такі продукти, як стійке пиво. Деякі броварні переходять на інгредієнти місцевого виробництва на додаток до упаковки, що переробляється, і екологічно чистих джерел енергії, щоб скоротити викиди.

*Зростання популярності безалкогольного пива.* У міру того, як споживачі шукають здорового вибору напоїв, популярність безалкогольного пива останніми роками різко зростає завдяки продукту, випущеному найбільшими пивними брендами, такими як AB InBev та Heineken, а також появі незалежних пивоварів. До 2025 року AB InBev, компанія, яка контролює такі бренди, як Budweiser, Corona, Michelob та Modelo, планує, щоб 20% обсягу її пива було безалкогольним та алкогольним.

*Попит на світле пиво.* Світовий ринок світлого пива обумовлений зміною споживчих переваг у бік напоїв із нижчим вмістом алкоголю, оскільки люди все більше цікавляться здоров'ям та фізичною формою. Оскільки світле пиво має низьку алкогольну та калорійну цінність, воно дозволяє людям обмежити споживання алкоголю та калорій, що допомагає їм контролювати негативні побічні ефекти надмірного споживання пива, такі як діарея, збільшення ваги та втрата контролю над почуттями. Крім того, очікується, що швидке розширення супермаркетів, гіпермаркетів і спеціалізованих магазинів, особливо на ринках, що розвиваються, сприятиме зростанню ринку протягом прогнозованого періоду, оскільки це підвищить доступність світлого пива, стимулюючи продажі продукту.

*Баночне пиво.* Сьогодні споживачі постійно шукають продукти, які доповнять їхній спосіб життя. Оскільки людей приваблюють продукти, які



мають приємний смак, полегшують їхнє життя і привертають увагу банку - відмінний вибір, тому що вона легка, зручна, швидко охолоджується, її легко носити з собою, часто має яскраві зображення, що привертають увагу, і нескінченно переробляється.

Проте найголовнішим трендом у розвитку світового ринку пива беззаперечно, є збільшення його споживання, що в свою чергу спричинює збільшення експортно-експортних операцій. На цьому фоні багато країн імпортерів пива встановлюють відповідні тарифні сітки та створюють законодавчі акти щодо зовнішньоекономічної діяльності з метою врівноваження ситуації на ринку. Для невідготовлених та недостатньо розвинутих підприємств виробництва пива дана ситуація є не досить привабливою, адже при незначному експорті та невеликих виробничих потужностях витрати підприємства на експортні операції можуть бути не вигідними з огляду фінансових показників. Які на пряму залежать від кількості експортованої продукції.

## **2.2. Оцінка перспектив експорту пива ПрАТ «Оболонь» до країн ЄС**

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності сучасних пивних підприємств залежить від їх здатності успішно управляти експортною діяльністю. В умовах глобалізації та поглиблення євроінтеграційних процесів бажано розробити своєчасний та комплексний підхід до оцінки ефективності експортної діяльності пивних підприємств.

В умовах глобалізації та поглиблення євроінтеграції актуальним є розробка своєчасного та комплексного підходу до оцінки ефективності експортної діяльності пивних підприємств.

Сучасні тенденції розвитку світового ринку пива, максимальна адаптація стратегій компаній до вимог мінливого зовнішнього середовища та особливості організації сировинної бази пивного підприємства вимагають більш детального

вивчення питань формування та ефективного використання експортного потенціалу вітчизняних пивних підприємств.

Особливого значення набувають питання оцінки ефективності експортної діяльності вітчизняних підприємств пивної галузі та формування і ефективного використання експортного потенціалу.

Загальнонаукові та прикладні дослідження з даної проблематики свідчать, що оцінка ефективності експортної діяльності пивних підприємств Одеського регіону в контексті формування та ефективного використання експортного потенціалу досліджена недостатньо.

Українська пивна галузь є однією з традиційних, найбільш продуктивних і прибуткових традиційних галузей сільського господарства, що забезпечує населення цінними основними продуктами харчування та сировиною для виробництва.

Як 100% український виробник, компанія не лишилась осторонь переломних подій в країні. Компанія продовжує інвестувати у національну економіку, людей, екологію, культуру і спорт.

За понад 40 років роботи ПрАТ «Оболонь» залишається відповідальним працедавцем, надійним партнером і прозорим учасником ринку. Попри непросту ситуацію в Україні, нестабільні макроекономічні умови, компанія шукає можливості як в Україні так і за її межами, розвиваючи експортні ринки. Експортна карта ПрАТ «Оболонь» налічує понад 70 країн світу.

Щоденна кропітка праця, досвід міжнародних комунікацій допомогли в 2021 році ПрАТ «Оболонь» вийти на 9 нових ринків та налагодити співпрацю з 19 новими партнерами у різних країнах Латинської Америки, Африки, Азії та Австралії. У 2021 році компанія поповнила список країн ще п'ятьма додатковими: Оман, Гана, Мальдиви, Кіпр, Швейцарія.

Продукція ПрАТ «Оболонь» представлена в чотирьох країнах з ТОП-5 світового ринку пива: Китаї, США, Німеччині та Мексиці. Компанія має намір й надалі продовжувати розширювати географію експорту.

Структура експорту пива ПрАТ «Оболонь» в країнах ЄС наведена на рисунку 2.6.

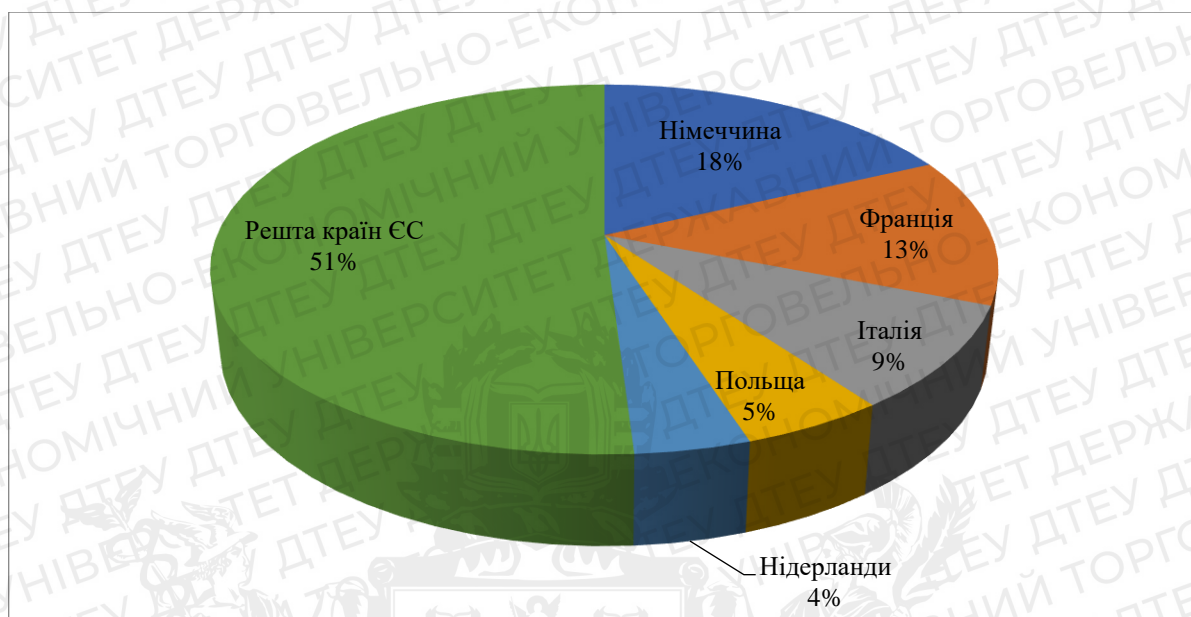


Рисунок 2.7 – Географічна структура експорту пива ПрАТ «Оболонь» станом до країн ЄС на 2021 рік, %

Джерело: [14]

Найбільший обсяг експорту в країнах ЄС пива припав на Німеччину (18%). Також пиво експортувалось до Франції (13%), Італії (9%), Польщі (5%) та Нідерландів (4%).

Найбільш привабливим ринком для ПрАТ «Оболонь» є ринок країн ЄС. Наступним етапом дослідження експортного ринку є характеристика ринку пива ЄС, а саме – огляд найбільших виробників, експортерів, імпортерів та рівня споживання

Отож, розпочемо з аналізу рівня виробництва пива в ЄС за основними країнами за три роки (табл. 2.2)

Таблиця 2.2

Динаміка виробництва пива за країнами ЄС за період 2019-2021 рр, мільйонно гектолітрів

Країна	2019	2020	2021	Темп зміни, %
<b>АВСТРІЯ</b>	9516	9149	9376	-1,47
<b>БОЛГАРІЯ</b>	4874	457	446	-90,85
<b>ХОРВАТІЯ</b>	3239	2344	2332	-28,00
<b>КІПР</b>	388	295	343	-11,60
<b>ЧЕСЬКА РЕСПУБЛІКА</b>	21604	20122	19559	-9,47
<b>ДАНІЯ</b>	5862	5874	624	-89,36
<b>ЕСТОНІЯ</b>	1293	1291	1366	5,65
<b>ФІНЛЯНДІЯ</b>	3814	3766	3699	-3,02
<b>ФРАНЦІЯ</b>	223	216	218	-2,24
<b>НІМЕЧЧИНА</b>	9161	87027	85443	832,68
<b>ГРЕЦІЯ</b>	4075	3377	4019	-1,37
<b>УГОРЩИНА</b>	6026	5466	5671	-5,89
<b>ІРЛАНДІЯ</b>	824	71	3828	364,56
<b>ІТАЛІЯ</b>	17288	15835	17643	2,05
<b>ЛАТВІЯ</b>	764	756	743	-2,75
<b>ЛИТВА</b>	3124	3224	3337	6,82
<b>ЛЮКСЕМБУРГ</b>	288	200	225	-21,88
<b>МАЛЬТА</b>	186	131	155	-16,67
<b>НІДЕРЛАНДИ</b>	24128	2214	22086	-8,46
<b>ПОЛЬЩА</b>	40411	39066	38277	-5,28
<b>ПОРТУГАЛІЯ</b>	7103	6589	6711	-5,52
<b>РУМУНІЯ</b>	1669	1663	164	-90,17
<b>СЛОВАЧЧИНА</b>	3195	3034	314	-90,17
<b>СЛОВЕНІЯ</b>	2021	1989	2231	10,39
<b>ІСПАНІЯ</b>	39516	34693	38109	-3,56
<b>ШВЕЦІЯ</b>	4395	4143	4154	-5,48

Джерело [15]

Отож, наалізуєчи каріни за рівним виробництва пива, ми можемо спорігати його збільшення у низки країни, що свідчить про популяризацію пива на Європейському ринку Прогнозовано, що рівень споживання пива у країнах ЄС зросте приблизно на 5% з огляду на теперішню ситуацію на ринку, тож ринок експорту країн ЄС є досить вигідним у розрізі експорту продукції ПрАТ «Оболонь». При цьому необхідно звернути увагу на те, що споживачі все більше надають значення якості пива, країні походження (з огляду на те, що ринок пива України є значно менш розвинутим, ніж ринок країн Європи, це ускладнює місію завоювання прихильності потенційних споживачів на європейському ринку), тож для зайняття вигідної позиції на експортному ринку ПрАТ «Оболонь» необхідно зосередити увагу на якості продукції, що

виготовляється, маркетинговому комплексі заходів. Також важливим є рух у напрямку позиціонування себе на європейському ринку шляхом прийняття участі в міжнародних виставках пива, що дасть змогу виробнику бути визнаним серед потенційних споживачів.

Наступним дослідимо структуру основних експортерів пива в 2021 році (рис. 2.8)

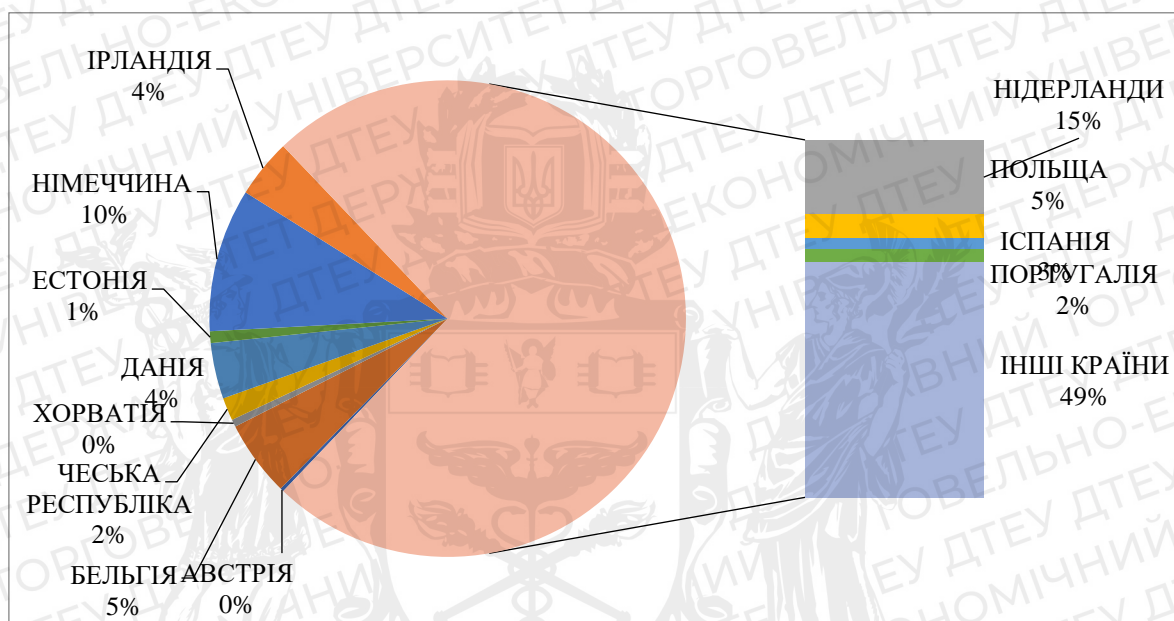


Рисунок 2.8 – Структура експорту пива за країнами ЄС за межами ЄС за 2021 р., %

Джерело [15]

Як видно з рис. 2.9., максимальний відсоток експорту належить нідерландам, Німеччині, бельгії та Чехії, які є не тільки провідними експортерами в ЄС, але й світовими. Експортний ринок німеччини є максимально привабливим для підприємства ПрАТ «Оболонь», адже дана країна не має високого рівня виробничих потужностей і не може повномірно покрити ринок споживання пива у власній країні.

Далі дослідимо структуру імпорту пива в країнах ЄС за 2021 рік (рис. 2.9).

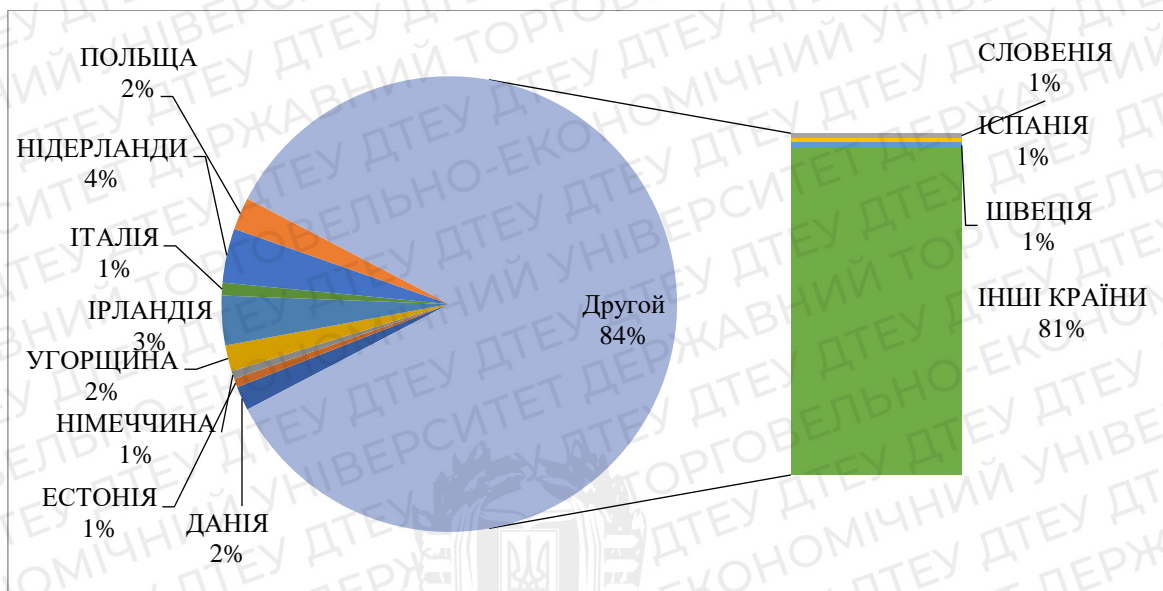


Рисунок 2.9 – Структура імпорту пива за країнами ЄС за межами ЄС за 2021 р., %

Джерело [15]

Для більш детальної характеристики привабливості експортного ринку країн ЄС, зокрема потенційного експортного ринку Німеччини для ПрАТ «Оболонь» необхідно дослідити рівень споживання пива в обраних країнах.

Не менш важливи при формуванні стратегії виходу на ринки збуту є аналіз обсягів споживання пива в країнах ЄС, який ми пропонуємо проаналізувати на рисунку 2.10.

З огляду на обсяги споживання країнами ЄС основними споживачами пива є такі країни, як Угорщина, Австрія, Польща та Німеччина. Також одну з провідних позицій серед споживачів винної продукції посідає Румунія, її показник становить 87 літрів пива на 1 людину за рік серед загального відсоткового співвідношення споживання пива обраними країнами. Розглядаючи показники виготовлення пива в Німеччині та порівнюючи їх з показниками споживання, можна зробити висновок, що рівень імпортованого пива у країні досить високий, що є вигідним для ПрАТ «Оболонь».

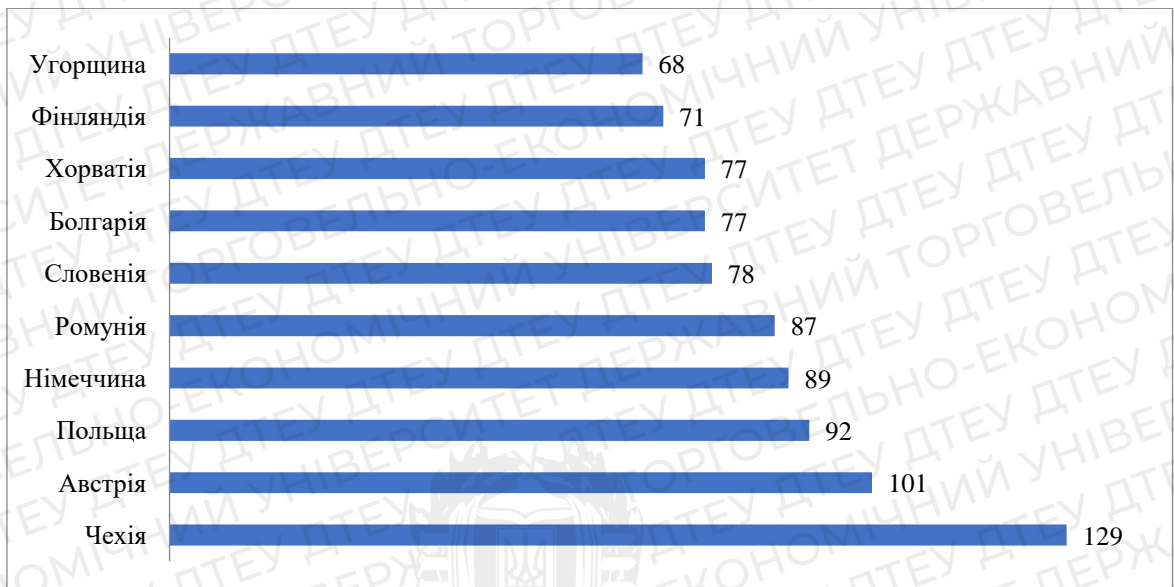


Рисунок 2.10 – Структура обсягу поживання пива за країнами ЄС за 2021 р., літри/чол в рік

Джерело [15]

Наступним визначемо динамку ціни на пиво в країнах ЄС за останні п'ять років (рис. 2.11).

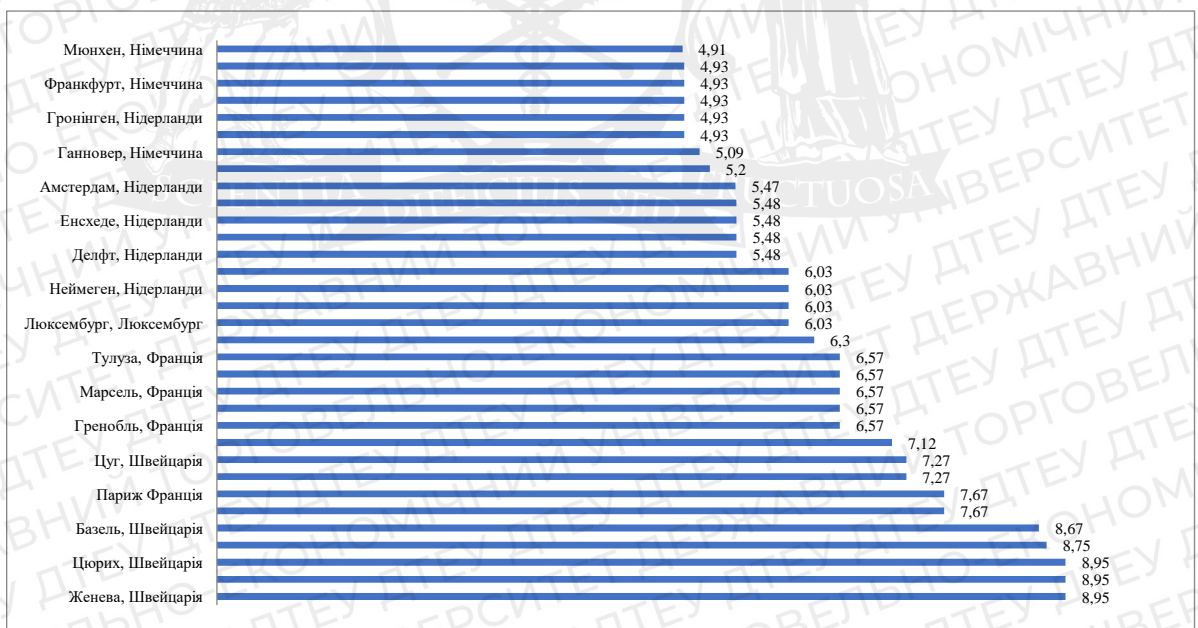


Рисунок 2.11 – Динаміка ціни на пляшку пива за країнами ЄС станом на 2020 рік, євро/0,5літр

Джерело [16]

Регулювання пива в ЄС відбувається відповідно до Директиви 92/83/ЄС [17].

Акцизний податок, що стягується з пива, залежить від кількості гектолітрів/градусів Плато або кількості гектолітрів/градусів спирту за обсягом готового продукту.

Країни ЄС можуть розділити пиво на категорії, що складаються не більше ніж із 4 ступенів Платона, і можуть стягувати однакову ставку мита за гектолітр з усіх сортів пива в кожній категорії.

Знижені ставки акцизу можуть застосовуватися до пива, звареного невеликими незалежними пивоварними заводами, якщо ці ставки [17]:

- не застосовуються до пивоварів, які виробляють понад 200 000 голів пива на рік;
- не більше ніж на 50% нижче за стандартну національну ставку акцизного збору.
- Знижені ставки повинні застосовуватися однаково до пива, що поставляється до цієї країни з невеликих пивоварень, розташованих в інших країнах ЄС.
- Знижені ставки, які можуть бути нижчими від мінімальної ставки, можуть застосовуватися до слабшого пива, тобто до пива з максимальною міцністю алкоголю за обсягом 2,8% об. (збільшено до 3,5% об. з 1 січня 2022 р. шляхом внесення поправок до Директиви (ЄС) 2020/1151).

Для підсолодженого або ароматизованого пива внесення поправок до Директиви (ЄС) 2020/1151 встановлює узгоджений підхід до вимірювання градусів Плато. Це робиться для того, щоб інгредієнти пива, додані після бродіння, враховувалися під час вимірювання градусів Плато. Директива про внесення поправок дозволяє країнам ЄС, які 29 липня 2020 року не враховували інгредієнти пива, додані після ферментації з метою вимірювання ступеня Платона, продовжувати використовувати методологію, що застосовується в даний час, протягом перехідного періоду до 31 грудня. 2030.



Отож, ми дослідили, що ринок ЄС є перспективним для ПрАТ «Оболонь» і пропонуємо побудувати стратегію виходу на цей ринков. (рис. 2.11).

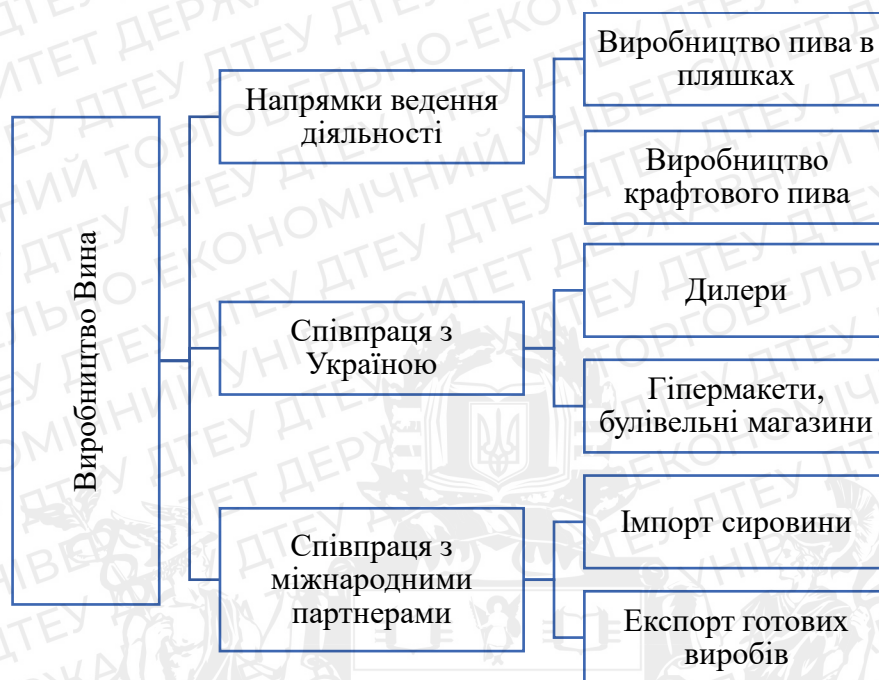


Рисунок 2.121– Стратегія виходу на ринок ЄС для ПрАТ «Оболонь»

Джерело: побудовано автором

Підсумовуючи вище проведений аналіз та на основі зібраних результаті, пропонуємо зробити наступні кроки для ПрАТ «Оболонь» для виходу на ринок пива ЄС:

1. Зробити маркетингове дослідження експортного ринку (проаналізувати економіку країни, до якої плануєте експорт своїх товарі чи послуг, дослідити політичну ситуацію в обраній країні, визначити ключові напрямки імпорту країни, тощо)
2. Вибрати правильний продукт – це одне із ключових успіху компанії (має ґрунтуватися на аналізі попиту на потенційному експортному ринку)
3. Адаптувати цей продукту до вимог ринку – потрібно постійно постачати ринок новими товарами, гідно пипиту на пиво, виготовляти саме той сарт пива, який користується найбільшим попитом
4. Перед виходом на іноземний ринок потрібно зробити комплексний аналіз цін конкурентів на аналогічні пляшки пива, які є на ринку.

5. Зробити власні розрахунок цін на свої товари (важливим моментом є прорахунок своєї ціни відповідно до умов поставки)
6. Визначитися як саме плануєте входити на ринок, а саме: через дистриб'юторів, подавати оптовикам чи Інтернет магазинам. Найкращий варіант це продавати оптовикам, так як вони можуть дати стабільні замовлення і брати продукцію на склад, бо Інтернет сайти купляють переважно під клієнта.
7. Затвердити план маркетингових комунікацій
8. Організувати логістику
9. Проаналізувати фінансову сторону, тобто умови і терміни оплати.
10. Почати продавати

Експорт для ПраТ «Оболонь» є надзвичайно важливим та відкриває нові можливості та перспективи. Так як на сьогоднішній день український ринок помітно просідає то експорт навпаки зростає. Ключовою перевагою роботи для ПраТ «Оболонь» з європейськими клієнтами є стабільність та відкритість, що дозволить вашій компанії забезпечити безперебійно роботу, а вашим працівникам сталу заробітну плату.

Підводячи підсумки та аналізуючи дані щодо рівня попиту на пиво у країнах ЄС, можна зробити висновок, що основним ринком для експорту продукції обраним підприємством ігідно обрати саме ринок Німеччини. У даній країні, як і в усіх країнах ЄС, середній споживач орієнтований на якість продукції, екологічність компонентів та впізнаваність бренду на світовому ринку.

## РОЗДІЛ III. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ ПИВА ПРАТ «ОБОЛОНЬ» ДО ЄС

### 3.1. Організаційно-управлінські заходи щодо забезпечення ефективного експорту ПрАТ «Оболонь» до країн ЄС

Даний підрозділ розпочнемо із аналізу схеми експортних операцій ПрАТ «Оболонь» пива до «Німеччини».

Схема здійснення експорту пива з України в Німеччині на умовах DAP наведена на рис. 3.1.

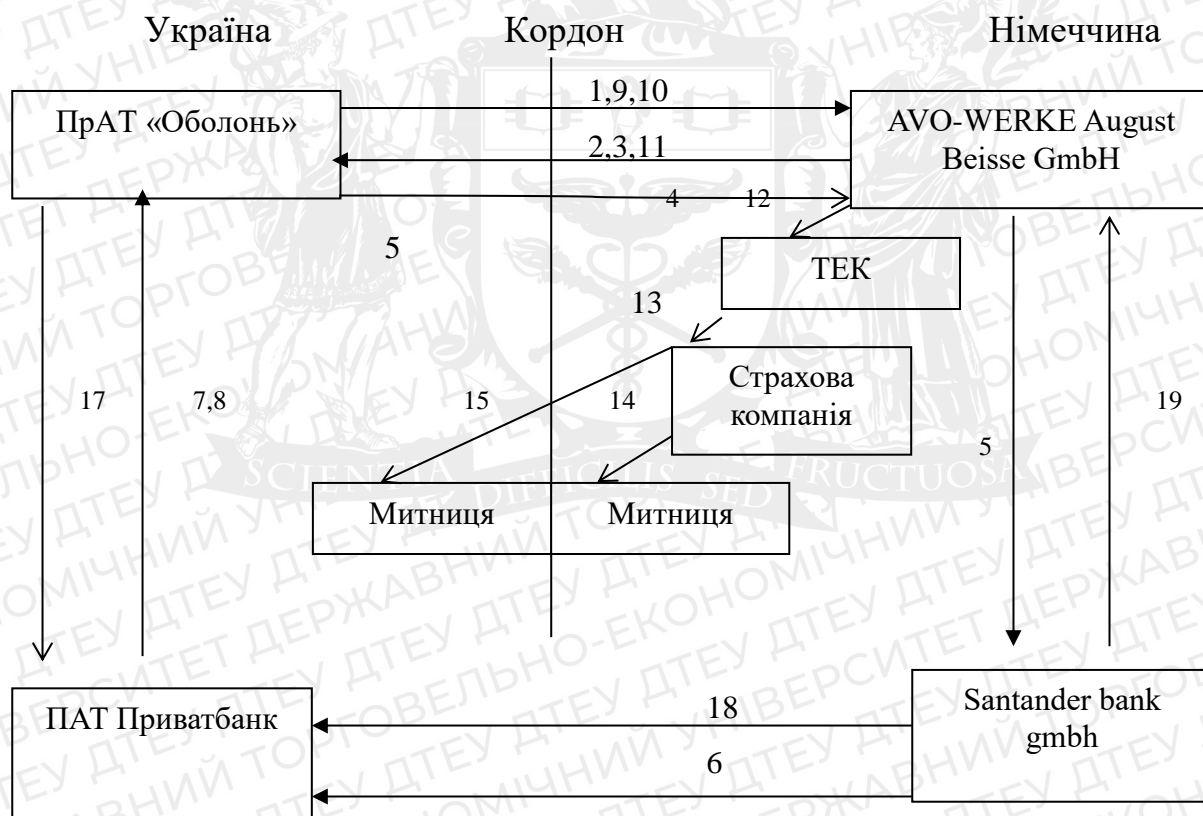


Рисунок 3.1. Схема здійснення експорту пива з України в Німеччину на умовах DAP (форма платежу - банківський переказ проти поставки товару)

Джерело: складено автором

1. ПАТ «ОБОЛОНЬ» надсилає оферту до AVO-WERKE August Beisse GmbH про бажання продати пиво.
2. AVO-WERKE August Beisse GmbH акцептує оферту.

3. ПРАТ «ОБОЛОНЬ» укладає попередній договір на умовах DAP з формою платежу банківський переказ проти поставки товару і відсилає в AVO-WERKE August Beisse GmbH один примірник.
4. AVO-WERKE August Beisse GmbH акцептує та повертає підписаний проект контракту без змін чи доповнень.
5. AVO-WERKE August Beisse GmbH передає Santander bank gmbh товаророзпорядчі документи.
6. Santander bank gmbh надсилає товаророзпорядчі документи ПРАТ «Оболонь», який перевіряє їх на відповідність.
7. ПРАТ «Оболонь» відправляє товаророзпорядчі документи AVO-WERKE August Beisse GmbH
8. ПРАТ «ОБОЛОНЬ» перевіряє документи на відповідність і акцептує.
9. ПРАТ «ОБОЛОНЬ» повідомляє AVO-WERKE August Beisse GmbH про готовність відправити товар.
10. AVO-WERKE August Beisse GmbH повідомляє ПРАТ «ОБОЛОНЬ» про готовність отримати товар відповідно до базисних умов поставки DAP.
11. ПРАТ «ОБОЛОНЬ» укладає договір з транспортно-експедиторською компанією про доставку товару на свій склад, відповідно до якого ТЕК повинна здійснити усі розрахунки, які виникнуть у процесі транспортування.
12. ТЕК направляє лист у страхову компанію, з якою укладено генеральний поліс щодо страхування вантажів, із проханням застрахувати обладнання на період його транспортування, а страховий поліс виписати на AVO-WERKE August Beisse GmbH.
13. ТЕК здійснює митне очищення товарів на території України.
14. Транспортування продовжується по території Німеччини на склад AVO-WERKE August Beisse GmbH.
15. AVO-WERKE August Beisse GmbH дає доручення своєму банку Santander bank gmbh здійснити переказ грошей за поставлений товар в банк

експортера - АТ КБ Приватбанк

16. AVO-WERKE August Beisse GmbH здійснює переказ коштів до АТ КБ Приватбанк

17. АТ КБ Приватбанк інформує ПРАТ «ОБОЛОНЬ» про одержання коштів.

Зовнішньоторговельна діяльність Німеччини регулюється на міжнародно-правовому (в основному представленому обов'язковими нормативними актами ЄС – Регламенти та Директиви) та національному рівнях.

Регулювання імпорту в Німеччині відбувається на основі наступних регламентів:

– Регламент ЄС від 26.02.2009 № 260/2009 «Про загальні правила імпорту» [18].

– Регламент ЄС від 07.07.2009 № 625/2009 «Про загальні положення регулювання імпорту з третіх країн» [19]

– Регламент ЄС від 15.07.2008 № 717/2008 «Про встановлення процедури загальноєвропейського управління кількісними квотами (контингентами)» [20]

Щодо України то регулювання експорту здійснюється на підставі Митного кодексу та відповідно то товарної класифікації УКТЗЕД, тобто всі товари, які ввозяться на територію України повинні пройти обов'язкове митне очищення на кордоні та відповідно сплачені усі мита.

Німеччина має велику кількість угод про преференційну торгівлю. В результаті імпорт з країн користується перевагами, пов'язаними зі зниженням витрат на митні формальності при виході на Європейський (німецький) ринок. Також сплата ввізного мита на пиво при наявності сертифікату EURO-1 є відсутньою, що визначено в митному кодексі обох країн

Інтенсивне постачання товарів зі складів ПРАТ «Оболонь» відбувається протягом року, орієнтовно по дві-три машини в день.

Постачання здійснюється вантажівками вантажопідйомністю від 1.5 до 20 т, транспортна компанія, що надає автомобіль, забирає вантаж тільки за умови

того, що він становитиме не менше 50% від усієї вантажопідйомності ТЗ. Відвантаження товарів відбувається щодня.

На даний момент ПрАТ «Оболонь» має десять вантажівок для перевезення продукції від компаній до складу, але цього недостатньо, щоб здійснювати оперативну доставку товарів. Підприємству доводиться звертатися за послугами у наданні транспорту у транспортні компанії. Часто буває, що відправник вантажів один, а вантажоодержувачів кілька, в таких ситуаціях набагато складніше знайти «перевізника».

Аналіз забезпеченості трудовими ресурсами дуже важливий з метою оцінки фактичної картини управління працівниками. Він дозволяє з'ясувати скільки працівників прийняли/звільнилося з роботи, яка економія/надлишок працівників установи, якісний склад працівників установи, їх структуру тощо.

Аналіз складу та структури персоналу ПрАТ «Оболонь» представлений у табл. 3.2

Таблиця 3.2.

Показники руху персоналу ПрАТ «Оболонь»

Показники	Рік			Абсолютне відхилення +/-		Темп приросту, %	
	2019	2020	2021	2021/ 2020	2020/ 2019	2021/ 2020	2020/ 2019
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	684	693	703	10	9	1,44	1,32
Прийнято протягом року, осіб	13	0	13	13	-13	-	-100,00
Звільнено протягом року, з них:	14	6	0	-6	-8	-100,00	-57,14
за власним бажанням	15	6	0	-6	-9	-100,00	-60,00
за порушення трудової дисципліни	0	0	0	0	0	-	-
Коефіцієнт обороту щодо прийняття	1,90058	0	1,84922	1,84922	-1,90058	-	-100,00
Коефіцієнт обороту зі звільнення	2,04678	0,8658	0	-0,8658	-1,18098	-100,00	-57,70
Коефіцієнт плинності кадрів	0,01901	0	0,01849	0,01849	-0,01901	-	-100,00

Джерело: розроблено автором за даними підприємства

Отже, середньооблікова чисельність працівників рік у рік зростає, негативним були показники 2020 року, коли в період Пандемії компанія змушена була звільнити працівників.

Коефіцієнт обороту щодо прийняття 2021 року становив 1,31, що у 1,76 менше, ніж 2020 року. Коефіцієнт обороту зі звільнення 2021 року становив 0, що у 1,02% менше, ніж 2021 року.

Наступним проаналізуємо забезпеченість ПрАТ «Оболонь» трудовими ресурсами за допомогою оцінки структуру робочої сили; звернути увагу на якісний склад працівників (загальноосвітній, професійно-кваліфікаційний рівень тощо) (див. рис. 3.2 та рис. 3.3).

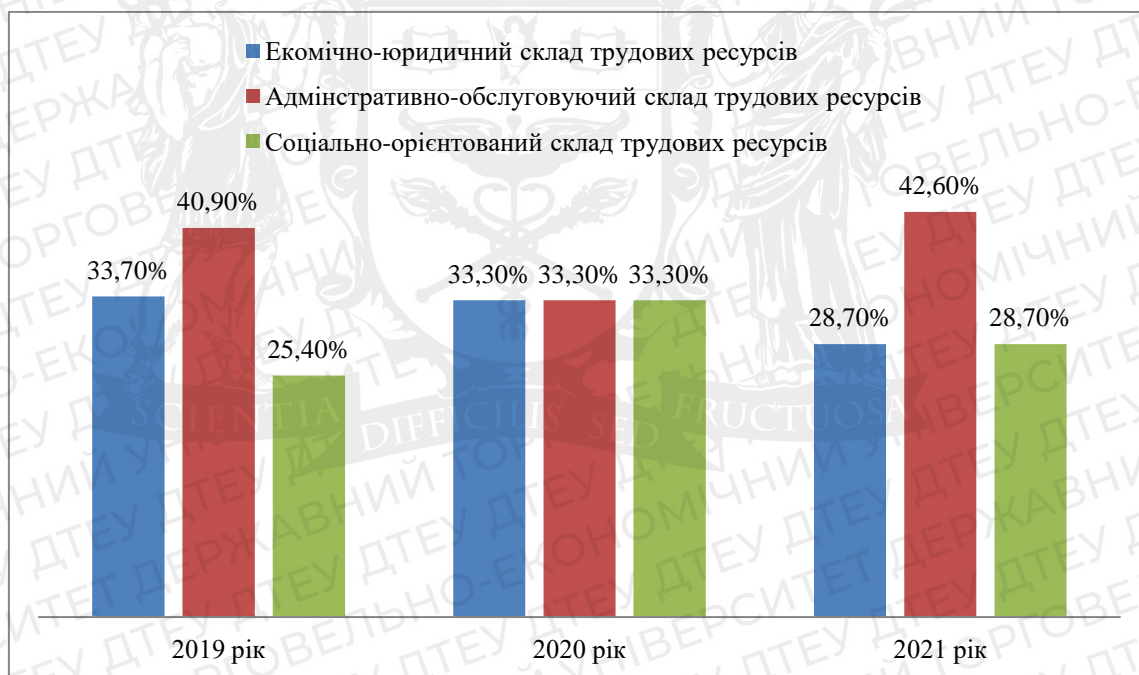


Рисунок 3.2 Структура робочої сили ПрАТ «Оболонь» за період 2019-2021 рр, %

Джерело: Авторські розрахунки.

З рис. 3.2 видно, що у 2020 році найбільша питома вага була відведена робочій силі з категорії адміністративно-обслуговуючий склад – 42,6 %, а найменша для економічно-юридичного складу – 28,6 %. У 2019 році частки робочої сили між обраними категоріями розподілились рівномірно та

становили – 33,3 %.

З рис. 3.3 видно, що у 2020 році ситуація така: найбільша питома вага була відведена працівникам з професійно-кваліфікаційним рівнем – 51,1 %, а найменша працівникам з загальним освітнім рівнем – 14,3 %.

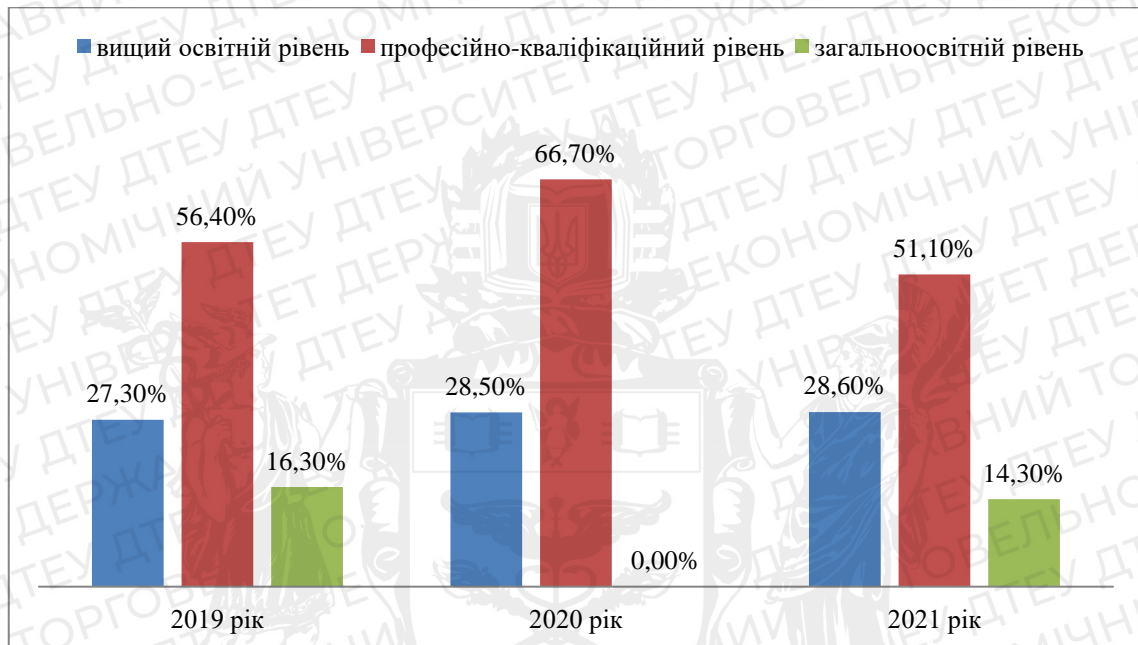


Рисунок 3.3. Якісний склад працівників ПрАТ «Оболонь» за період 2019-2021 рр, %

Джерело: Авторські розрахунки.

У 2019 році частки робочої сили між обраними освітніми рівнями розподілились так: найбільше питома вага відведена працівникам з професійно-кваліфікаційним рівнем – 66,7 %, а найменша працівникам з загальним освітнім рівнем – 0 %.

Отож, дослідивши ресурсне забезпечення імпорту, визначено, що для організації імпорту ПрАТ «Оболонь», на нашу думку потрібно найняти митного брокера та купити власний транспорт, що допоможе компанії зекономити кошти та відповідно імпорт буде вигідним.

З огляду на стратегію виходу підприємства на нові експортні ринки доцільно буде охарактеризувати основні завдання, що мають бути враховані в експортному проекті. Даний проект потрібно будувати за умови відповідності



підприємства регулярній політиці України щодо експорту товарів, необхідно враховувати усі можливі ризики, розрахувати бюджетування та обсяги необхідних ресурсів для реалізації проекту, також потрібно визначити просторові проміжки реалізації кожного з пунктів даного проекту. Задля цього доцільно використовувати діаграм Ганта (рис. 3.3).



Рисунок 3.3 – Діаграма Ганта для ПрАТ «Оболонь»

Джерело: зроблено автором

На основі аналізу позитивних та негативних моментів, що можуть виникнути при виході ПрАТ «Оболонь» в якості експортера пива на ринок країн ЄС, доцільно запропонувати наступні методи вдосконалення управління експортною діяльністю ПрАТ «Оболонь».

Перелік наступних методів головним чином покликаний на покращення експортної діяльності підприємства з огляду на ситуацію на міжнародному ринку, потенційних конкурентів, ринку споживачів та особливо їх лояльності до пропонованого продукту та рівня попиту на продукт на світовому ринку пива безпосередньо в розрізі характеристики обраного експортного ринку (рис. 3.4).

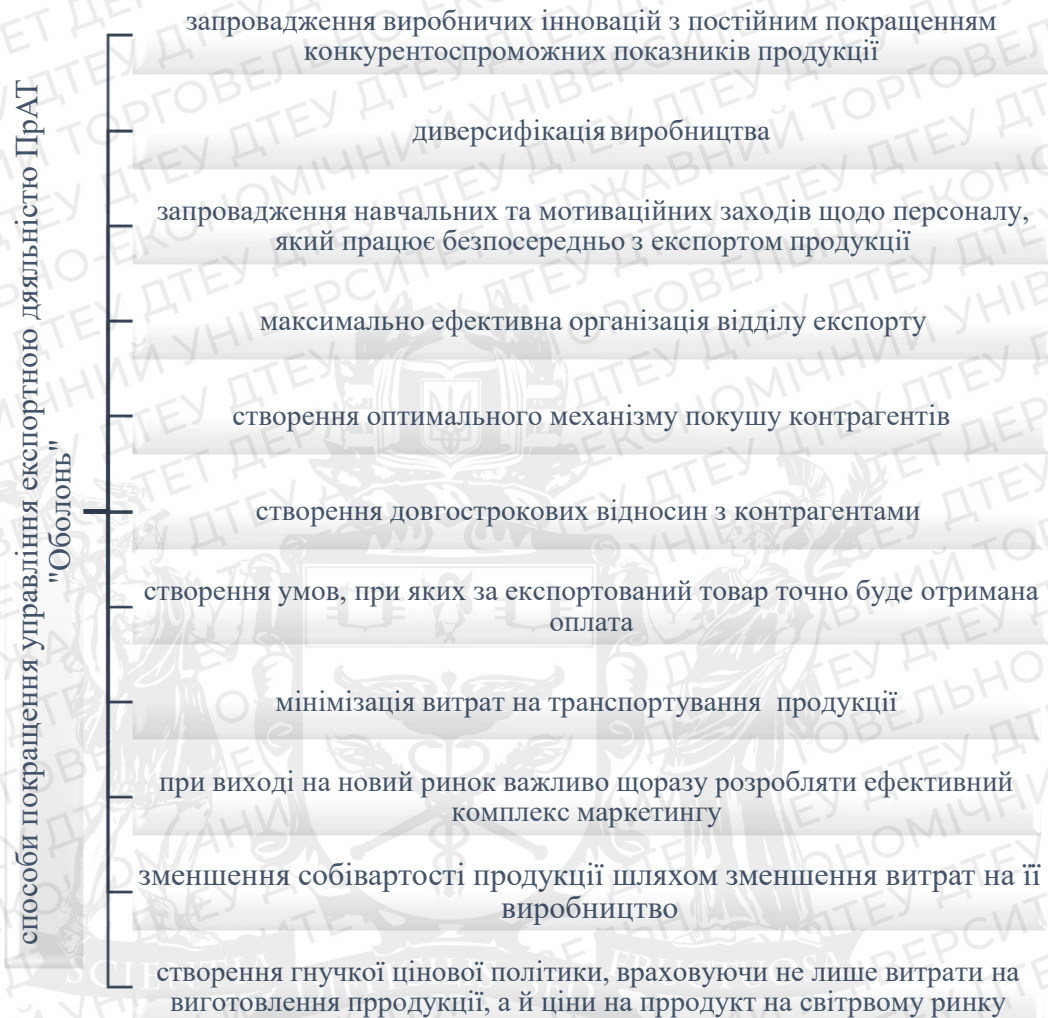


Рисунок 3.4 - Запропоновані ефективні методи щодо покращення управління експортною діяльністю підприємства

Джерело: зроблено автором

Якщо підприємство надасть перевагу прямим продажам без посередників, необхідно створити ефективні експортні служби.

Організація експортної діяльності в загальній структурі управління зовнішньоекономічною діяльністю ПрАТ «Оболонь» пропонується наступним чином. Основними завданнями експортної служби ПрАТ «Оболонь» є:

– участь у розробці стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

- сприяння розвитку зовнішньоекономічної діяльності з метою прискорення соціально-економічного розвитку підприємства;
- управління, постійне зміцнення та розвиток експортного потенціалу підприємства;
- забезпечення виконання зобов'язань, що випливають з контрактів і договорів, укладених з іноземними партнерами;
- аналіз кон'юнктури ринку в країнах ЄС, збір та накопичення відповідної інформації;
- організація імпортно-експортних операцій, забезпечення їх ефективності;
- здійснення рекламної та промоційної діяльності;
- планування та організація заходів тощо.

Таким чином, дотримуючись цих методів експортного контролю, ПраТ «Оболонь» має можливість вийти на ринок пива Німеччини з якісною, конкурентоспроможною продукцією, значно покращити імідж не тільки підприємства, а й країни в цілому, підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності та розширити виробництво в цілому.

### **3.2. Прогнозування результативності експортної діяльності ПраТ «Оболонь» з країнами ЄС**

Основним напрямом зовнішньоекономічної діяльності ПраТ «Оболонь» виступає організація експортних операцій з пива.

Оскільки, як правило, процедура розмитнення експортованої продукції передбачає заповнення митної декларації із детальним описом технічних характеристик товару, спеціалісти із експорту в ПраТ «Оболонь» обов'язково мають володіти технічними знаннями в галузі техніки, їх властивостей та використання.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності України здійснюється державою в особі її органів у межах їх компетенції; недержавними органами

управління економікою, що діють на підставі їх статутних документів; самими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

Однак на зовнішньоекономічну діяльність ПрАТ «Оболонь» найбільш безпосередній вплив має Державна митна служба України. Під час експорту пива ПрАТ «Оболонь», як правило, бере на себе зобов'язання та витрати з розмитнення товарів. Окрім тарифного регулювання, зважаючи на важливість повної безпеки товарів пива для використання населенням, Державна митна служба також здійснює нетарифне регулювання імпорту таких товарів (код 2203) згідно з УКТ ЗЕД). До заходів нетарифного регулювання імпорту належать:

- проходження обов'язкової оцінки відповідності продукції вимогам Технічного регламенту щодо медичних виробів: імпортовані пива мають супроводжуватись декларацією про відповідність, її копією чи спрощеною декларацією про відповідність;

- обов'язкове нанесення знаку відповідності технічним регламентам на імпортовану медичну продукцію та/або на інші об'єкти, що визначені такими технічними регламентами (табличку з технічними даними, пакування, супровідні документи тощо);

- пиво, вивезене з України підлягають санітарно-епідеміологічному та радіологічному контролю; він здійснюється посадовою особою контролюючого органу в зонах митного контролю на митній території України, а підтвердженням його проведення є наявність на товаросупровідних документах відбитку штампа «Санітарно-епідеміологічний контроль здійснено».

Таким чином, основна вимога нетарифного експортного регулювання пива – відповідність технічним регламентам (Технічний регламент щодо пива, затверджений постановою Кабінету Міністрів України) та проходження санітарного контролю на митниці.

Тому для здійснення митного контролю та митного оформлення пива, що переміщуються через митний кордон України, обов'язкові для подання такі документи:

- митна декларація;
- товарно-транспортний документ на перевезення (ПрАТ «Оболонь» переважно подає ЦМР) із штампом про проходження санітарно-епідеміологічного контролю;
- зовнішньоекономічний договір;
- рахунок (інвойс) або інший документ, який визначає вартість товару та містить специфікацію;
- декларація про відповідність технічним регламентам.

Як підприємство-експорт, ПрАТ «Оболонь» сплачує наступні види податків:

- податок на прибуток – здійснюється за загальною схемою і не має будь-яких особливостей, ставка 18% від валового прибутку;
- податок на додану вартість – відповідно до ст. 193 Податкового кодексу встановлено ставку ПДВ у розмірі 20 % бази оподаткування за операціями з товарами, призначеними для споживання та переробки. До переліку входять більшість імпортованих ПрАТ «Оболонь» товарів: солод, цукор, сироп, різні хімічні концентрати для смаку;
- митні платежі – при експорті пива на митну територію ЄС ввізне мито сплачується на загальних підставах згідно із ч. 1 ст. 286 Митного кодексу ЄС за ставками, встановленими Митним тарифом ЄС.

Усі перелічені митні платежі нараховуються на митну вартість товару. Митна вартість експортованих товарів базується на ціні, що фактично сплачена або підлягає сплаті за ці товари. Як правило, ця вартість визначається за ціною договору. Саме цей метод використовується при встановленні митної вартості імпортованої ПрАТ «Оболонь» техніки.

Оскільки ПрАТ «Оболонь» планує експорт пива, йому необхідно укласти міжнародний договір з іноземною компанією на їх купівлю. До умов, які повинні бути передбачені в міжнародному договорі, відносяться всі звичайні компоненти зовнішньоекономічного контракту, а саме:

1. Назва, номер договору (контракту), дата та місце його укладення;

2. Преамбула – у ній зазначається повне найменування сторін-учасників зовнішньоекономічної операції, під якими вони офіційно зареєстровані, із зазначенням країни, скорочене визначення сторін як контрагентів («Продавець», «Покупець»), особа, від імені якої укладається зовнішньоекономічний договір, документів, якими керуються контрагенти договору;

3. Предмет договору – визначається, який товар один з контрагентів зобов'язаний поставити іншому із зазначенням точного найменування, марки, сорту або кінцевого результату роботи, що виконується;

4. Кількість та якість товару – визначається одиниця виміру товару, прийнята для товарів такого виду, його загальна кількість та якісні характеристики;

5. Базисні умови поставки товарів – зазначається вид транспорту та базисні умови поставки (відповідно до Інкотермс), які визначають обов'язки контрагентів щодо поставки товару і встановлюють момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої, а також конкретний строк поставки товару;

6. Ціна та загальна вартість договору – визначається ціна одиниці виміру товару та загальна вартість товарів, що поставляються згідно з договором, та валюта контракту;

7. Умови платежів – визначає валюту платежу, спосіб, порядок та строки фінансових розрахунків та гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань;

8. Умови приймання-здавання товару – визначаються строки та місце фактичної передачі товару, перелік товаросупровідних документів (рахунок-фактура з оцінками митниці, міжнародна товарно-транспортна накладна (CMR), декларація про відповідність, сертифікат походження);

9. Упаковка та маркування – містить відомості про упаковку товару та маркування;

10. Форс-мажорні обставини – містить відомості про те, за яких випадків умови договору можуть бути не виконані сторонами;

11. Санкції та рекламації – встановлює порядок застосування штрафних санкцій, відшкодування збитків та пред'явлення рекламацій у зв'язку з невиконанням або неналежним виконанням одним із контрагентів своїх зобов'язань;

12. Урегулювання спорів у судовому порядку – визначаються умови та порядок вирішення спорів у судовому порядку щодо тлумачення, невиконання та/або неналежного виконання договору з визначенням назви суду або чітких критеріїв визначення суду будь-якою зі сторін залежно від предмету та характеру спору;

13. Місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін – зазначаються місцезнаходження (місце проживання), повні поштові та платіжні реквізити (№ рахунку, назва та місцезнаходження банку) контрагентів договору.

Однак за своїм змістом міжнародний договір є змішаним договором, тобто він може передбачати умови, властиві різним договорам: постачання, комерційної концесії, надання маркетингових послуг, використання торгової марки тощо. Тому окрім перелічених вище компонентів, такий договір може також включати такі умови:

- інформування постачальника про ринкову кон'юнктуру – дистриб'ютор повинен інформувати постачальника про свою діяльність, умови ринку та конкурентів на своїй території, про законодавче регулювання імпорту, маркування товарів, безпеки товарів постачальника тощо;

- ціни продажу – постачальник може встановити «верхню межу» коридора цін, в межах якого самостійно визначає ціни реалізації;

- гарантований мінімум продаж – договором може бути передбачено обов'язковий мінімальний обсяг продажів, невиконання якого спричиняє підвищення ціни або припинення договору;

- використання об'єктів інтелектуальної власності постачальника (зокрема, торгівельних марок, товарних знаків, комерційних назв) – як правило

додатково регулюється окремим ліцензійним договором, але обов'язково обговорюється в дистриб'юторському договорі;

- сумісна маркетингова політика – дистриб'ютор зобов'язується організувати продаж відповідно до маркетингової політики постачальника, включаючи необхідну символіку, пакування, кваліфікацію персоналу тощо.

Важливою умовою контракту є встановлення ціни на товар, адже саме від ціни значною мірою залежить ефективність зовнішньоекономічних операцій.

Спеціалісти ПрАТ «Оболонь» мають бути обізнані, передусім, із рівнем та базисом цін, знати способи розрахунку цін на товари та фіксації цін у контракті, визначитись, у якій валюті буде встановлена ціна товару та в якій проводитимуться платежі.

Зазвичай згідно з контрактом поставляються товари різної якості та асортименту, тому ціна встановлюється окремо за кожен одиницю, а окремим пунктом контракту вказується його загальна вартість. У цьому випадку цінові показники можуть бути вказані у специфікації, на які робиться посилання у тексті контракту.

Ціна на експорт пива формується на підставі ціни постачальника, вказаної в інвойсі, та вартості транспортування до кордону України – все обчислюють у євро. На кордоні ціна перераховується в гривнях за офіційним курсом НБУ. Потім мито, акциз, митний збір, ПДВ на імпорт та інші митні платежі утворюють вхідну ціну, а витрати на транспортування до споживача, зберігання й реалізацію, дорожній збір утворюють ціну реалізації. Отримана ціна фіксується на день виходу і прив'язується до курсу долара, зі зміною курсу змінюються й ціни.

Під час експорту пива, ПрАТ «Оболонь» планує надати такі знижки для своїх клієнтів:

- дилерська (дистриб'юторська) знижка – надається постачальниками ПраТ «Оболонь» на підставі дистриб'юторської угоди під час реалізації пива, вони коливаються залежно від виду й марки товарів та сягають у середньому 15-20% від ціни;



- знижка при авансовій оплаті товару – до 6% ціни;
- сезонні знижки – надаються за купівлю несезонних товарів в період сезонного розпродажу, коли падає попит на такі товари. Розмір сезонних знижок доходить до 50-80%;
- непомітні знижки – це форма надання додаткових безкоштовних послуг покупцю, наприклад, безкоштовне обслуговування медичної техніки.

Основними джерелами інформації про рівень цін виступають прайс-листи, які надаються компаніями-постачальниками ПрАТ «Оболонь» в електронній формі.

Умови платежу – один з ключових компонентів зовнішньоекономічного договору; цей розділ контракту містить узгоджені сторонами умови платежів, засіб і порядок розрахунків, а також гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань. Умови платежу включають: валюту платежу, засіб платежу і форму розрахунків, та додаткові відомості або застереження.

Форма розрахунків – це сформований у міжнародній і комерційній та банківській практиці і врегульований законодавством країни-учасника розрахунків спосіб оформлення, передачі та оплати товаророзпорядчих та платіжних документів, що виконуються через банк.

Оскільки ПрАТ «Оболонь» має багаторічний досвід співпраці із провідними клієнтами та добру репутацію, при укладанні зовнішньоекономічних дистриб'юторських договорів зазвичай використовується така форма розрахунків, як акредитив – за такої умови покупець оплачує вартість товару лише після його відправки та отримання пакету товаро-транспортних документів, які свідчать факт відправки. Акредитив гарантує як факт поставки товару, так і факт його оплати, та є вигіднішим для імпортера у порівнянні із такими формами розрахунку, як інкасо та передплата. Окремі клієнти, що мали найдовші партнерські відносини із ПрАТ «Оболонь», дозволяють розрахунок за відкритим рахунком – коли товар експортується без гарантій платежу з боку імпортера. В обох випадках ПрАТ «Оболонь» здійснює оплату шляхом банківського переказу.

Термін платежу і засіб платежу чітко встановлюються у контракті. Якщо терміни не встановлені, то платіж здійснюється через певне число днів після отримання пакету документів (при акредитиві) або поставки товару (при відкритому рахунку).

Валютою платежу в експортних операціях ПрАТ «Оболонь» найчастіше виступає євро.

З метою однакового розуміння сторонами контрактів термінів Міжнародною торговою палатою України розроблено правила їх тлумачення, які вперше було опубліковано у 1936 р. у збірнику під назвою «Інкотермс». З розвитком зовнішньоекономічної діяльності до цих правил вносилися зміни і доповнення.

Умови «Інкотермс» визначають, яким чином продавець і покупець розподіляють відповідальність, витрати і ризик при здійсненні контракту. Крім цього, в окремих методах визначення митної вартості товарів з метою нарахування митних платежів враховуються базисні умови поставки.

Відповідно до цього всі умови можна розділити на чотири групи: E, F, C, D. Аналогічно умовам розрахунку, базисні умови постачальника залежать від ступеня довіри та попереднього досвіду співпраці із ПрАТ «Оболонь». Довгострокові партнери пропонують умови поставки, за яких відповідальність та витрати експортера більші – умови груп «С» та «D», у той час як нові постачальники пропонують умови групи «F», які передбачають лише доставку до українського кордону або порту. За умов групи «F» витрати та ризики, пов'язані з доставкою товару від кордону до місця призначення, несе покупець, тобто ПрАТ «Оболонь».

Для імпорту крупних партій пива ПрАТ «Оболонь» переважно користується послугами автомобільного транспорту, іноді – морського (або поєднання двох).

Товари та транспортні засоби, якими вони переміщуються через митний кордон України, підлягають митному контролю та митному оформленню. Під час експорту пива необхідна наявність ряду зовнішньоторговельних документів

– оперативно-зовнішньоторговельних, комерційних, розрахункових, транспортних, страхових та митних.

Основним оперативно-зовнішньоторговельним документом є зовнішньоекономічний контракт. Комерційні документи мають містити вартісну, якісну та кількісну характеристику товару. Це, перш за все, рахунок-фактура або інвойс.

Транспортним документом є документ, який свідчить про завантаження вантажу на транспортний засіб, відправлення або прийняття його під відповідальність.

Наступним поведемо оцінку ризиків здійснення експорту пива, яка проводилася за двома параметрами: ймовірність реалізації ризику і ступінь впливу ризику на діяльність компанії за 5-ти бальною шкалою Лайкерта, відповідно до якої експерти мають вказати ступінь своєї згоди або незгоди із заданим твердженням

Ідентифікація зовнішніх ризиків і усереднені результати експертного опитування ПраТ «Оболонь» показано в табл. 3.3.

Як ми можемо побачити з табл. 3.3 найбільший вплив на діяльність ПраТ «Оболонь» має ризик коливання курсу валют, так як компанія продає пиво в євро, а продає їх в Україні в гривнях, таким чином, при кожному зменшенні курсу долара компанія несе втрати. Наприклад, якщо товар був закуплений при курсі 26 грн за долар, а коли був привезений в Україну курс становив 25,5, то компанія понесла збитки у розмірі 0,50 доларів, проте закупки здійснюються у тисячах доларів, то при різкому коливанню курсу валют (у бік зменшення) ПраТ «Оболонь» несе втрати на тисячі доларів.

Таблиця 3.3

## Реєстр зовнішніх ризиків ПрАТ «Оболонь»

Формулювання ризику	Джерело ризику	Ймовірність реалізації ризику	Вплив ризику на діяльність компанії	Узагальнена оцінка ризику
Коливання курсу валют	Ринковий ризик	4,78	4,78	22,83
Обмеження ввозу пива	Ринковий ризик	4,22	3,22	13,60
Зниження купівельної спроможності населення	Ринковий ризик	4,67	4,67	21,78
Зміна смаків та уподобань клієнтів	Торговельний ризик	2,67	3,44	9,19
Збій у доставці пива	Глобалізаційний ризик	3,11	4,56	14,17
Введення високих митних квот на ввезення пива	Політичний ризик	1,67	4,33	7,22
Мінливість тенденцій (поява нових видів пива)	Ризик дизайну	2,78	3,56	9,88
Підвищення цін на вино на світовому ринку	Глобалізаційний ризик	3,67	3,33	12,22
<b>Узагальнена оцінка (сума)</b>				<b>110,89</b>

Джерело: Авторські розрахунки

Не менш значного впливу на діяльність ПрАТ «Оболонь» здійснює ризик зниження купівельної спроможності населення, який визначає можливість споживача придбати продукцію і тому впливає на обсяги продаж компанії. На третьому місці у рейтингу зовнішніх ризиків ризик збою у поставці продукції, що може визвати зменшення обсягів продаж і погіршення фінансового стану компанії.

Ідентифікація внутрішніх ризиків і усереднені результати експертного опитування ПрАТ «Оболонь» показано в табл. 3.2.

Як ми бачимо з аналізу табл. 3.2 серед внутрішніх ризиків підприємства найбільш суттєвим є зниження попиту, що безпосередньо впливає на зменшення доходу від реалізації та зниження рівня рентабельності які опосередковано чинять вплив на фінансовий стан підприємства, що може призвести до його банкрутства.

На другому місці серед внутрішніх ризиків є ризик низького рівня внутрішньої комунікації менеджерів. Налагодження прозорості і довірливої

комунікації менеджерів дозволяє усунути протиріч під час прийняття управлінських рішень і мінімізувати управлінські помилки.

Таблиця 3.4

Реєстр внутрішніх ризиків ПрАТ «Оболонь»

Формулювання ризику	Джерело ризику	Ймовірність реалізації ризику	Вплив ризику на діяльність компанії	Узагальнена оцінка ризику
Зниження попиту	Ринковий ризик	3,22	4,89	15,8
Непривабливі умови постачань сировини	Фінансовий ризик	1,44	2,11	3,0
Непривабливі умови поставок готової продукції	Фінансовий ризик	2,00	2,22	4,4
Загроза банкрутства	Фінансовий ризик	2,33	1,78	4,1
Напружені стосунки в колективі	Кадровий ризик	1,33	3,56	4,7
Плинність кадрів	Кадровий ризик	2,11	3,56	7,5
Низький рівень внутрішньої комунікації менеджерів	Кадровий ризик	2,78	4,00	11,1
<b>Узагальнена оцінка (сума)</b>				<b>50,80</b>

Джерело: Авторські розрахунки.

На третьому місці в рейтингу внутрішніх ризиків є ризик плинності кадрів. Вважається, що відсутність плинності персоналу протягом значного періоду негативно впливає на розвиток організації.

Аналіз показав, що зовнішні ризики є найбільш небезпечними і становлять більшу загрозу для підприємства, їх узагальнена оцінка вдвічі більше, ніж узагальнена оцінка внутрішніх ризиків (110,89 проти 50,80).

Отже в підсумку пропонуємо дослідити ефективність експортних операційна продаж пива, вартість яких становитиме 25 грн, кількість 20000 пляшок (табл.. 3.5)

Вхідні дані для розрахунку ефективності експорту пива ПрАТ «Оболонь»

Назва	Значення
Найменування товару	Пиво в пляшках
Код УКТЗЕД	2204
Країна імпортер	Німеччина
Умови поставки	DDP Німеччина
Кількість товару, пляшок	20000
Ціна за пляшку пива в Україні	1
Ціна за пляшку пива в Німеччині	1.5
Собівартість товару, грн	14
Курс НБУ на дату інвоса, грн/євро	39,36

DAP Берлін Інкотермс

**1.Поставка та ризик-** «Поставка на місці» означає, що продавець здійснює поставку товару та передає ризик покупцю: коли товар надано у розпорядження покупця; на транспортному засобі, що прибув готовим для розвантаження; у названому місці; в узгодженому місці. Тобто при поставці всі ризики пов'язані з доставкою товару до узгодженого місця несе продавець.

**2.Вид транспорту-** правило використовується не залежно від обраного транспорту, а також у разі використання декількох видів транспорту.

**3.Точне визначення пункту поставки-** сторонам потрібно точніше обговорювати пункт поставки. По-перше ризик втрати та пошкодження товару переходить до покупця коли товар приїхав на пункт призначення. По-друге витрати до пункту призначення за рахунок продавця. По-третє продавець повинен укласти договір для точного визначення маршруту та витрат.

**4.Забезпечення надання товару-** стосується багаторазових перевезеннях «по ланцюгу».

**5.Витрати на розвантаження-** продавець не має розвантажувати товар. Однак якщо продавець несе витрати за договором перевезення які узгодили, чи не несе, по згоді сторін.

**6.Очищення для експорту-** вимагають від продавця здійснити очищення товару для експорту. Проте якщо товар іде через третю країну, товар можуть

затримати, та винуваним буде продавець, бо не довів товар до пункту призначення.

Наступним провело розрахунок ефективності експорту пива ПрАТ «Оболонь» (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Вхідні дані для розрахунку ефективності експорту пива ПрАТ «Оболонь»

Показник	Механізм розрахунку	Результат розрахунку
Собівартість товару для експорту	$CB = \text{Обсяг} * \text{Ціна}$	30000
Обсяг реалізації на внутрішньому ринку	$ВВЦ = \text{Обсяг} * \text{ціна внутр}$	20000
Вартість реалізації на внутрішньому ринку (Врер)	Дані надані компанією	17400
Експортні митні формальності (ЕФМ), грн	Дані надані компанією	25650
Вартість перевезення, грн (ВП)	Дані надані компанією	7500
Вартість навантаження, грн (ВН)	Дані надані компанією	5450
Інші витрати (ІВ)	Дані надані компанією	10500
Витрати пов'язані з експортом (Веxр)	$Веxр = \text{ЕМФ} + \text{ВП} + \text{ВН}$	38600
Валютний чистий дохід (ВД)	$ВЧД = \text{Обсяг} * \text{ціна} * \text{курс}$	1180800
Валовий дохід (ВД)	$ВД = ВВЦ - CB - Веxр$	86400
Прибуток (П)	$П = ВД - \text{інші витрати}$	75900
Податок на прибуток (ПП)	$ПП = A * 18\%$	13662
Чистий прибуток (ЧП)	$ЧП = П - ПП$	62238
Ефект від операції, грн		
при продажу на зовнішньому ринку	$Еexр = ВЧД - (CB + Веxр)$	1112200
при продажу на внутрішньому ринку	$Евр = ВВЦ - (CB + Веxр)$	-48600
Ефективність операції, грн / грн		
при продажу на зовнішньому ринку	$КЕexр = ВД / (CB + Веxр)$	1.2594
при продажу на внутрішньому ринку	$Кевр = ВВЦ / (CB + Веxр)$	0.2915
Рентабельність після оподаткування	$Рент = ЧП / (CB + Веxр) * 100$	90.7259
Дохід від експорту, євро	Кількість товару * ціну за пляшку в Нім	300000
Собівартість, грн	Кількість товару * собівартість товару	280000
Витрати експорту на DAP Берлін грн	Кількість товару * 15	300000
Повні витрати грн	Собівартість + Витрати DAP	580000
Ефективність експорту	Дохід від експорту: повні витрати	2.0358
Ефект(прибуток від експорту)	Дохід від експорту – повні витрати	-280000

Податок	18% від прибутку	13662
Чистий прибуток	Прибуток - податок	62238

Отож, дана експорту операція буде ефективною, адже її значення складає 2,03 і експорт пива для ПрАТ «Оболонь» буде вигідним та прибутковим. Чистого прибутку ми маємо 62238 грн.

ПрАТ «Оболонь» має великий потенціал на ринку пива не тільки в Україні, але й закордоном і може використати запропоновані заходи щодо оптимізації експорту пива в своїй діяльності.





## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження дозволило розробити теоретичні та практичні засади підвищення ефективності експортної діяльності пивного підприємства ПрАТ «Оболонь».

У роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти експортної діяльності пивного підприємства. Визначено теоретичну частину досліджуваної проблеми та розглянуто сутність поняття "експортна діяльність".

ПрАТ «Оболонь» - національна корпорація з випуску пива, безалкогольних та пивних напоїв, а також мінеральної води. Окрім того, корпорація займається випуском інших супутніх товарів, а саме пивоварного солоду, гранульованої пивної дробини, бандажної стрічки. Продукція компанії є відомою по всій Україні, а також в багатьох країнах світу, куди компанія експортує своє пиво.

Аналізуючи загальну картину фінансових показників діяльності ПрАТ «Оболонь», бачимо, що незважаючи на Пандемію Коронавірусу компанія мала вищий показник чистого прибутку в 2020 ніж в 2021 за аналізований період, який становив 536004 тис. грн. Також це стосується інших показників діяльності, так як дохід від реалізації, власний капітал та необоротні активи. Досліджено, що в ПрАТ «Оболонь» є достатньо власного капіталу, для того щоб забезпечити свою платоспроможність і фінансову стійкість.

Якби бачимо, основним експортним ринком є країни Азії, частка яких в загальному експорті складає 68%, експорт в країни ЄС – 28%, в решту країн – 10%. Ключовою проблемою в 2022 році для ПрАТ «Оболонь» стала неможливість експорту товарів через порти Чорного моря України, що зупинило всі експортні операції через глибоководні порти. Альтернативні експортні шляхи через кордон Україна-ЄС не були готові поглинути великі потоки товарів на експорт, тому ПрАТ «Оболонь» призупинили практично всю експортну діяльність.

Згідно з даними UN Comtrade, пиво (виготовлене з солоду) було 171-м продуктом, що найбільше продається у світі в 2016 році з торговельною вартістю 13,8 млрд доларів США. Найбільшим експортером, безперечно, була Мексика з часткою 27% у загальному обсязі експорту пива, за нею йдуть три виробника пива з ЄС: Нідерланди, Бельгія та Німеччина з частками 14%, 11% та 9% відповідно. Імпорт пива був ще більш концентрованим: тільки на США припадало 35% світового імпорту пива, за ними йдуть Франція та Великобританія (5,5%), Китай (4,5%) та Італія (4,3%).

Аналізуючи дані по експорті пива Україною, ми бачимо, що країна є 45 експортером пива у світі. В 2022 році незважаючи на війну в країні відбувся приріст експорту пива, що засвідчує ефективність діяльності українських компаній.

З огляду на обсяги споживання країнами ЄС основними споживачами пива є такі країни, як Угорщина, Австрія, Польща та Німеччина. Розглядаючи показники виготовлення пива в Німеччині та порівнюючи їх з показниками споживання, можна зробити висновок, що рівень імпортованого пива у країні досить високий, що є вигідним для ПрАТ «Оболонь».

Підводячи підсумки та аналізуючи дані щодо рівня попиту на пиво у країнах ЄС, можна зробити висновок, що основним ринком для експорту продукції обраним підприємством ігідно обрати саме ринок Німеччини. У даній країні, як і в усіх країнах ЄС, середній споживач орієнтований на якість продукції, екологічність компонентів та впізнаваність бренду на світовому ринку.

Таким чином, дотримуючись цих методів експортного контролю, ПрАТ «Оболонь» має можливість вийти на ринок пива Німеччини з якісною, конкурентоспроможною продукцією, значно покращити імідж не тільки підприємства, а й країни в цілому, підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності та розширити виробництво в цілому. Отож, дана експортна операція буде ефективною, адже її значення складає 2,03 і

експорт пива для ПрАТ «Оболонь» буде вигідним та прибутковим. Чистого прибутку ми маємо 62238 грн.

ПрАТ «Оболонь» має великий потенціал на ринку пива не тільки в Україні, але й закордоном і може використати запропоновані заходи щодо оптимізації експорту пива в своїй діяльності.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондарева Т.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2011. No 3. С. 91–104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eupmg\\_2011\\_3\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eupmg_2011_3_11) (дата звернення 01.06.2023)
2. Мельник О.Г. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Інноваційна економіка*. 2013. No5. с. 63–66. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_5\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_5_18) (дата звернення 01.06.2023)
3. Веб сайт компанії «Оболонь», URL: <https://obolon.ua/ua/about/structure> (дата звернення 01.06.2023)
4. Інституційний репозитарій ТНТУ імені Івана Пулюя (203) URL: <http://elartu.tntu.edu.ua>. (дата звернення 01.06.2023)
5. Статистичний щорічник України. За ред. О. Г. Осауленка. К. : Державне підприємство «Інформаційно-аналітичне агентство», 2016. 534 с.
6. Економіка харчової промисловості том 9, URL: <https://core.ac.uk/225559029> (дата звернення 01.06.2023)
7. UN Comtrade. United Nations Commodity Trade Statistics Database. URL: <https://comtrade.un.org/db/default.aspx> (дата звернення 17.06.2023)
8. FAOSTAT. Food and Agriculture Data. 2020. URL: <http://www.fao.org/faostat/en/#data> дата звернення 17.06.2023)
9. Institute of Alcohol Studies. *The Alcohol Industry*; Institute of Alcohol Studies: London, UK, 2021.
10. Anderson, K.; Meloni, G.; Swinnen, J. Global Alcohol Markets: Evolving Consumption Patterns, Regulations, and Industrial Organizations. *Annu. Rev. Resour. Econ.* 2021, 10, 105–132
11. World Bank. World Integrated Trade Solution. 2021. URL: <https://wits.worldbank.org/WITS/WITS/Restricted/Login.aspx> дата звернення 17.06.2023)
12. List of products at 4 digits level exported by Ukraine in 2022 at the same aggregation level as the product: 2204 Wine of fresh grapes, incl. fortified wines;



20. Council Regulation (EC) No 717/2008 (2008) URL: <https://www.legislation.gov.uk/eur/2008/717/content> (дата звернення 09.06.2023)
21. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : *Навч. посібник*. К. : Знання, 2012. 463 с. <http://hdl.handle.net/123456789/2445> (дата звернення 10.06.2023)
22. Чернобай Л.І. Чинники формування витрат на експортну діяльність: загальна характеристика та класифікація. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2019. № 720. С. 315-327. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2013\\_769\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_769_20) (дата звернення 10.06.2023)
23. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: *навчальний посібник*. за ред. Ю.Г.Козака, Н.С.Логвінової, М.А.Зайця. 4-ге вид., перероб. та доп. К.: Освіта України. 2012. 272 с.
24. Буковинська бібліотека. Причини, що спонукають підприємства до експорту, і фактори, які ускладнюють його. URL: <http://buklib.net/books/25847/> (дата звернення 10.06.2023)

## ДОДАТОК А

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

v
---

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2021 року**

Форма №1

Код за  
ДКУД

1801001

АКТИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2020	31 грудня 2021
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи		1000	1 825	1 771
первісна вартість		1001	9 409	9 007
накопичена амортизація		1002	(7 584)	(7 236)
Незавершені капітальні інвестиції	7	1005	280 918	95 277
Основні засоби	7	1010	1 883 595	2 072 946
первісна вартість	7	1011	2 682 782	3 011 322
знос	7	1012	(799 187)	(938 376)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	-	-
інші фінансові інвестиції		1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	23	1045	64 280	71 861
Інші необоротні активи		1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>		<b>1095</b>	<b>2 230 618</b>	<b>2 241 855</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	8	1100	665 435	874 847
Виробничі запаси		1101	396 873	470 141
Незавершене виробництво		1102	31 052	32 054
Готова продукція		1103	140 362	249 032
Товари		1104	97 148	123 620
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	9	1125	569 829	722 462
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	9	1130	38 072	36 101
з бюджетом	9	1135	120 311	103 123
у тому числі з податку на прибуток		1136	1 612	3 486
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	6, 9	1145	332 513	231 880
Інша поточна дебіторська заборгованість	9	1155	1 452	566
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	10	1165	271 043	296 699
Готівка		1166	-	-
Рахунки в банках	10	1167	271 043	296 699
Витрати майбутніх періодів	9	1170	6 102	5 280
Інші оборотні активи	11	1190	23 137	10 576
<b>Усього за розділом II</b>		<b>1195</b>	<b>2 027 894</b>	<b>2 281 534</b>
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
<b>Баланс</b>		<b>1300</b>	<b>4 258 512</b>	<b>4 523 389</b>

Примітки на стор 11-41 є невід'ємною частиною цієї консолідованої фінансової звітності

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2021 року  
Форма №1  
(продовження)**

<b>ПАСИВ</b>	<b>Примітки</b>	<b>Код рядка</b>	<b>31 грудня 2020</b>	<b>31 грудня 2021</b>
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	12	1400	1 883	1 883
Капітал у дооцінках		1405	-	-
Додатковий капітал		1410	-	-
Емісійний дохід	12	1411	83 546	83 546
Резервний капітал	12	1415	17 296	18 044
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	12	1420	2 164 309	2 443 028
Неоплачений капітал		1425	(-)	(-)
Вилучений капітал		1430	(-)	(-)
<b>Усього за розділом I</b>		<b>1495</b>	<b>2 267 034</b>	<b>2 546 501</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання		1500	-	-
Довгострокові кредити банків		1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	13	1515	69 984	61 618
Довгострокові забезпечення		1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу		1521	-	947
Цільове фінансування		1525	-	-
<b>Усього за розділом II</b>		<b>1595</b>	<b>69 984</b>	<b>62 565</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	15	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	13	1610	25 602	13 613
товари, роботи, послуги	14	1615	1 519 503	1 382 896
розрахунками з бюджетом		1620	17 211	25 499
у тому числі з податку на прибуток		1621	15 904	20 819
розрахунками зі страхування		1625	1 431	2 257
розрахунками з оплати праці		1630	7 061	13 214
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами		1635	3 681	10 090
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками		1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	6, 14	1645	39 165	118 791
Поточні забезпечення	16	1660	303 126	344 964
Доходи майбутніх періодів		1665	-	-
Інші поточні зобов'язання		1690	4 714	2 999
<b>Усього за розділом III</b>		<b>1695</b>	<b>1 921 494</b>	<b>1 914 323</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>				
		1700	-	-
<b>Баланс</b>		<b>1900</b>	<b>4 258 512</b>	<b>4 523 389</b>

Керівник

Булах І.

Головний бухгалтер

Бахов І.



Підприємство

ПРАТ "Оболонь"  
(найменування)Дата (рік, місяць, число)  
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2021	02	25
05391057		

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

## I. Фінансові результати

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	17	2000	8 539 293	7 259 009
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	18	2050	(7 305 801)	(5 929 948)
<b>Валовий прибуток</b>		<b>2090</b>	<b>1 233 492</b>	<b>1 329 061</b>
Збиток		2095	(-)	(-)
Інші операційні доходи	19	2120	79 107	49 335
Адміністративні витрати	18	2130	(276 211)	(248 589)
Витрати на збут	18	2150	(453 646)	(294 647)
Інші операційні витрати	20	2180	(21 446)	(151 250)
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток</b>		<b>2190</b>	<b>561 296</b>	<b>683 910</b>
збиток		2195	(-)	(-)
Дохід від участі в капіталі		2200	-	-
Інші фінансові доходи		2220	380	937
Інші доходи		2240	-	-
Фінансові витрати	21	2250	(13 919)	(16 415)
Втрати від участі в капіталі		2255	(-)	(-)
Інші витрати	22	2270	(8 759)	(6 274)
<b>Фінансовий результат до оподаткування: прибуток</b>		<b>2290</b>	<b>538 998</b>	<b>662 158</b>
збиток		2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	23	2300	(103 654)	(126 154)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	(-)	(-)
<b>Чистий фінансовий результат: прибуток</b>		<b>2350</b>	<b>435 344</b>	<b>536 004</b>
збиток		2355	(-)	(-)

## II. Сукупний дохід

Стаття	Примітки	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	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>		<b>2450</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом		2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>		<b>2460</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>		<b>2465</b>	<b>435 344</b>	<b>536 004</b>

Примітки на стор 11-41 є невід'ємною частиною цієї консолідованої фінансової звітності

6

Підприємство

ПрАТ "Оболонь"  
(найменування)Дата (рік, місяць, число)  
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2021	02	25
05391057		

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

**I. Фінансові результати**

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	18	2000	6 054 556	5 937 123
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	19	2050	(4 837 297)	(4 827 863)
<b>Валовий прибуток</b>		<b>2090</b>	<b>1 217 259</b>	<b>1 109 260</b>
Збиток		2095	(-)	(-)
Інші операційні доходи	20	2120	139 637	118 468
Адміністративні витрати	19	2130	(262 400)	(232 227)
Витрати на збут	19	2150	(353 808)	(266 724)
Інші операційні витрати	21	2180	(12 954)	(49 247)
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток</b>		<b>2190</b>	<b>727 734</b>	<b>679 530</b>
збиток		2195	(-)	(-)
Дохід від участі в капіталі		2200	-	-
Інші фінансові доходи		2220	8 783	16 677
Інші доходи		2240	288	598
Фінансові витрати		2250	(23 853)	(1 908)
Втрати від участі в капіталі		2255	(-)	(-)
Інші витрати		2270	(18 321)	(29 416)
<b>Фінансовий результат до оподаткування: прибуток</b>		<b>2290</b>	<b>694 631</b>	<b>665 481</b>
збиток		2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	22	2300	(130 634)	(125 607)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	(-)	(-)
<b>Чистий фінансовий результат: прибуток</b>		<b>2350</b>	<b>563 997</b>	<b>539 874</b>
збиток		2355	(-)	(-)

**II. Сукупний дохід**

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів		2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів		2405	(5 091)	5 091
Накопичені курсові різниці		2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств		2415	-	-
Інший сукупний дохід		2445	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>		<b>2450</b>	<b>(5 091)</b>	<b>5 091</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом		2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування		2460	-	-
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>		<b>2465</b>	<b>558 906</b>	<b>544 965</b>

Примітки на стор 9-37 є невід'ємною частиною цієї консолідованої фінансової звітності

4

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2018 року  
Форма №1  
(продовження)**

ПАСИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2018	31 грудня 2019
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	13	1400	1 883	1 883
Капітал у дооцінках		1405	5 091	-
Додатковий капітал		1410	11 509	-
Емісійний дохід	13	1411	83 546	83 546
Резервний капітал		1415	13 117	15 662
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)		1420	1 478 031	1 740 992
Неоплачений капітал		1425	(-)	(-)
Вилучений капітал		1430	(-)	(-)
<b>Усього за розділом I</b>		<b>1495</b>	<b>1 593 177</b>	<b>1 842 083</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання		1500	-	-
Довгострокові кредити банків		1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання		1515	-	52 131
Довгострокові забезпечення		1520	-	-
Цільове фінансування		1525	-	-
<b>Усього за розділом II</b>		<b>1595</b>	<b>-</b>	<b>52 131</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	16	1600	41 500	47 000
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями		1610	-	24 868
товари, роботи, послуги	15	1615	1 231 248	1 179 009
розрахунками з бюджетом		1620	23 578	24 755
у тому числі з податку на прибуток		1621	22 197	20 023
розрахунками зі страхування		1625	970	1 503
розрахунками з оплати праці		1630	7 575	9 055
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами		1635	705	4 265
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками		1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	7, 15	1645	377 834	154 688
Поточні забезпечення	17	1660	319 136	364 313
Доходи майбутніх періодів		1665	-	-
Інші поточні зобов'язання		1690	6 184	3 585
<b>Усього за розділом III</b>		<b>1695</b>	<b>2 008 730</b>	<b>1 813 041</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>				
		1700	-	-
<b>Баланс</b>		<b>1900</b>	<b>3 601 907</b>	<b>3 707 255</b>

Керівник

Булах І.

Головний бухгалтер

Бахов І.

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

v

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2019 року**

Форма №1

Код за  
ДКУД

1801001

АКТИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2018	31 грудня 2019
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи		1000	3 474	2 699
первісна вартість		1001	8 136	8 543
накопичена амортизація		1002	(4 662)	(5 844)
Незавершені капітальні інвестиції	8	1005	117 379	153 594
Основні засоби	8	1010	1 706 470	1 839 218
первісна вартість		1011	2 290 676	2 554 668
знос		1012	(584 206)	(715 450)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	-	-
інші фінансові інвестиції		1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	22	1045	63 923	68 498
Інші необоротні активи		1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>		<b>1095</b>	<b>1 891 246</b>	<b>2 064 009</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	11	1100	600 420	577 759
Виробничі запаси		1101	338 523	342 422
Незавершене виробництво		1102	32 320	37 845
Готова продукція		1103	150 685	126 383
Товари		1104	78 892	71 109
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	10	1125	324 609	573 138
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	10	1130	40 611	36 763
з бюджетом	10	1135	142 958	114 671
у тому числі з податку на прибуток		1136	661	1 376
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	7, 10	1145	302 642	234 634
Інша поточна дебіторська заборгованість	10	1155	882	777
Поточні фінансові інвестиції		1160	5 091	-
Гроші та їх еквіваленти	11	1165	281 765	96 918
Готівка		1166	-	-
Рахунки в банках	11	1167	281 765	96 918
Витрати майбутніх періодів	10	1170	4 414	3 629
Інші оборотні активи	12	1190	7 269	4 957
<b>Усього за розділом II</b>		<b>1195</b>	<b>1 710 661</b>	<b>1 643 246</b>
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
<b>Баланс</b>		<b>1300</b>	<b>3 601 907</b>	<b>3 707 255</b>

Примітки на стор 9-37 є невід'ємною частиною цієї консолідованої фінансової звітності

2

## Маркетинг-кит



Об'ємна частка спирту

**4.1%**

Вміст сухих речовин у початковому суслі

**10.0%**

Славетне пиво, рецепт якого відновили оболонські пивовари

Види пакування



Об'ємна частка спирту

**4.5%**

Вміст сухих речовин у початковому суслі

**11.0%**

Легке світле пиво з приємним солодовим смаком і стриманою гірчинкою.

Види пакування

