

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ експортної ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «ОБОЛОНЬ»**

Студентки 2 курсу, 2м групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Зубкової

Катерини
Андріївни

Науковий керівник
докт. екон. наук,
професор

Мельник Тетяна
Миколаївна

Гарант освітньої програми
канд. екон. наук,
доцент

Серова Людмила Петрівна

Київ 2021

Анотація

Випускна кваліфікаційна робота Зубкової К.А. на тему: Оцінка зовнішньоекономічної (експортної) діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь». Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Мета роботи полягає в дослідженні теоретичних засад організації експортної діяльності підприємства та розробці пропозицій щодо її удосконалення. В роботі було проаналізовано показники, які характеризують експортну діяльність підприємства та досліджено показники ефективності. Для економічного обґрунтування напрямів підвищення ефективності експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» в роботі використані такі методи: спостереження, порівняння, узагальнення, систематизації, класифікації, аналізу і синтезу, методи кількісного, абстрактно-логічного та якісного аналізу.

Результати дослідження можуть бути використані з метою забезпечення сталого розвитку підприємства.

Ключові слова: *зовнішньоекономічна діяльність, експорт, експортний потенціал, ефективність експортної діяльності, оцінка та аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності.*

Abstract

Kateryna Zubkova Master`s degree final paper deals with the analysis of PrJSC "Obolon" foreign economic activity. The work consists of 2 parts, conclusions, reference list and attachments.

The aim of study is to investigate theoretical frameworks of the organization of export enterprise activities and to develop proposals for its improvement. Enterprise export activity indicators and efficiency indicators were analyzed. Observation, comparison, generalization, systematization, classification, analysis and synthesis, methods of quantitative, abstract-logical and qualitative analysis were used in this study to substantiate

export activity increasing directions of PrJSC "Obolon". The study can be used to ensure sustainable development of the enterprise.

Key words: foreign economic activity, export, export potential, efficiency of export activity, estimation and efficiency analysis of foreign economic activity.



ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «Оболонь»

1.1. Моніторинг конкурентних позицій ПрАТ «Оболонь» на зарубіжних ринках

1.2. Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій ПрАТ «Оболонь»

1.3. Характеристика виробничо-господарської діяльності та аналіз фінансово економічного стану і ЗЕД ПрАТ «Оболонь»

Висновки до 1 розділу

РОЗДІЛ 2. Шляхи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь»

2.1 Розробка пропозицій по посиленню конкурентної позиції ПрАТ «Оболонь» на зовнішніх ринках

2.2 Обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій ПрАТ «Оболонь»

2.3 Розрахунок прогнозних показників ЗЕД ПрАТ «Оболонь» на 2021-2023 рр. з урахуванням запропонованих заходів

Висновки до 2 розділу

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Актуальність теми обумовлена тим, що організація здійснення експортної діяльності стає вагомою передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції що, в свою чергу, дозволяє також створити сприятливе підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій підприємства на зовнішньому ринку. Експортна діяльність є важливою і невід'ємною складовою господарської активності підприємства. Для національної економіки зростання обсягів експортної діяльності є основним інструментом підтримки позитивного балансу зовнішньої торгівлі, необхідного для забезпечення стабільності валютного курсу, збільшення впливу вітчизняних підприємств на глобальні світові процеси тощо. Залучення вітчизняних підприємств до функціонування на світових ринках в умовах зростання динамізму і мінливості сучасного глобалізованого ринкового середовища обумовлюють необхідність поглиблення знань в напрямку організації здійснення експортної діяльності на підприємстві та шляхів які збільшать рівень ефективності експортних операцій.

Ступінь розробки наукової проблеми. Знання у сфері експортної діяльності набуваються в процесі ознайомлення з досвідом роботи вітчизняних та зарубіжних партнерів, викладених у підручниках, навчальних посібниках та іншій спеціальній літературі, в процесі вивчення теоретичних положень та вирішення завдань цієї проблематики. Дослідженням даної теми займалися такі науковці як Касич А.О., Дідур С.В., Бліхар М.М., Баліцька В.В., Роговой А.В., Балабенко О.В., Маргасова В.Г.

Теоретико-методологічні та практичні аспекти вирішення проблеми оцінки ефективності експортної діяльності на підприємстві розглядалися у роботах вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як А. Босак, О.Кузьмін, Ю. Логвіненко, О. Мельник

Питання розвитку зовнішньоекономічної діяльності України з урахуванням різних факторів впливу, проблеми розширення зовнішніх взаємозв'язків економіки нашої країни у світовому економічному середовищі у контексті зміни національних

пріоритетів досліджують провідні українські вчені: М. І. Дідківський, В. В. Козик, Д. Г. Лук'яненко, А. А. Мазаракі, Ю. В. Макогон, Т. М. Мельник.

Метою роботи є дослідження теоретичних засад організації експортної діяльності підприємства та розробка пропозицій щодо її удосконалення.

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

- аналіз теоретико-методичних підходів до організації ЗЕД підприємства та визначення напрямів регуляторної політики в сфері ЗЕД України;
- дослідження фінансово-економічного стану підприємства-суб'єкта ЗЕД;
- аналіз показників динаміки та структури експортної діяльності підприємства;
- розробка заходів щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- розрахунок прогнозу економічної ефективності запропонованих заходів та їх вплив на фінансово-економічний стан та зовнішньоекономічну діяльність.

Об'єкт дослідження – процес організації експортної діяльності на підприємстві.

Предметом дослідження є практичні та теоретико-методичні аспекти організації здійснення операцій підприємства при експорті.

Наукове дослідження проводиться на основі **загальнонаукових і спеціальних методів**. У процесі обґрунтування теоретичних засад роботи, аналітичної оцінки досліджуваної проблеми використовуються методи спостереження, порівняння, узагальнення, систематизації, класифікації, аналізу і синтезу, методи кількісного, абстрактно-логічного та якісного аналізу.

Наукова новизна дослідження полягає у такому:

- удосконалено процедуру розвитку експортної діяльності підприємства, що спрямована на підвищення експортного потенціалу підприємства;

- уточнено і поглиблено існуючі теоретичні положення щодо оцінки готовності компанії до виходу на нові ринки;
- запропоновано заходи формування та вибору ефективного портфелю брендів;
- удосконалено систему показників прогнозування майбутніх вигод від застосування експортної стратегії, яка базується на ретельній фільтрації ринків та поглибленому портфельному аналізі.

Практична значущість випускної кваліфікаційної роботи охоплює наступні результати: розроблена методика вибору експортних ринків, що може сприяти підвищенню інвестиційної привабливості підприємства на ринках країн світу, а також методика формування та вибору ефективного портфелю брендів, що сприятиме отриманню додаткового прибутку компанією на нових ринках; запропоновано алгоритм прийняття рішення для виходу на новий ринок, який може впливати на подальший розвиток експортної діяльності компанії; проведені експериментальні розрахунки з оцінювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства показали, що підприємство може розширюватись до нових ринків з новим портфелем брендів існуючої продукції, рекомендації, розроблені в ході дослідження можуть бути використані під час діагностики та прогнозування майбутніх вигод від застосування експортної стратегії щодо розвитку нових експортних ринків. Запропоновані рекомендації та пропозиції оцінюються в підвищенні прибутковості компанії, нарощуванні додаткової частки міжнародного ринку, створенні додаткових робочих місць у відділі ЗЕД, уникнення простоювання заводу, а також зміцнення позицій та підвищення конкурентоспроможності компанії у світовому масштабі.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «Оболонь»

1.1. Моніторинг конкурентних позицій ПрАТ «Оболонь» на зарубіжних ринках

Організація стратегічного менеджменту складний та відповідальний процес, адже при його проведенні відбувається орієнтація на довгострокові та середньострокові варіанти розвитку підприємства.

Проблемам управління стратегічним плануванням підприємства присвячені роботи В. Плаксієнко[Error! Reference source not found.], А. Мазарчука[Error! Reference source not found.], Т. Лобанової[Error! Reference source not found.], С. Гвалешко[Error! Reference source not found.], В. Ільїної[Error! Reference source not found.], Є. Нікіфорової[Error! Reference source not found.], С. Довбня[Error! Reference source not found.], Н. Літнєвої[Error! Reference source not found.], В. Ключан[Error! Reference source not found.] і ін

Сучасний стратегічний менеджмент має враховувати нові зміни на ринках [Error! Reference source not found.], необхідність координації міжнародних стратегій і заходів в сфері міжнародної безпеки, диференціацію розвитку країн, асиметрію інформації на ринках, зростання ролі глобальних комунікаційних проектів [Error! Reference source not found.].

Визначимося та ознайомимося із сучасним станом і напрямками формування стратегій ПрАТ “Оболонь”, визначимо місію, мету та основні орієнтири стратегічної діяльності підприємства.

Місія ПрАТ “Оболонь” – забезпечення споживачів натуральними, якісними та доступними напоями.

Головна мета діяльності ПрАТ “Оболонь” – розширення ринків продажу, збільшення прибутків, найповніше задоволення потреб споживачів.

Проведемо аналіз факторів мікро - та макросередовища. Найбільш впливовими факторами мікросередовища для ПрАТ “Оболонь” є: постачальники, посередники, конкуренти, споживачі та громадськість. Для того, щоб охарактеризувати мікросередовища ПрАТ “Оболонь” застосуємо модель п’яти сил конкуренції Портера [Error! Reference source not found.]. Основними складовими

цієї моделі є: конкуренція між виробниками даної галузі (пряма конкуренція); товари-замінники; потенційні конкуренти; споживачі; постачальники.



Рис. 1.1. Модель п'яти сил конкуренції за М.Портером

Джерело:

Цінність моделі п'яти сил конкуренції Портера полягає в тому, що вона допомагає визначити структуру цих сил. Колективні дії цих сил визначають характер конкурентної боротьби на даному ринку. Чим сильніші сили конкуренції, тим нижча колективна рентабельність фірм, що беруть участь у змаганні. Найбільш гостра конкуренція виникає в тому випадку, коли ці п'ять сил створюють жорсткі умови на ринку, забезпечуючи на перспективу субпаритетну прибутковість або однакову збитковість для більшості фірм [Error! Reference source not found., с.117]. Потенційні конкуренти та товари-замінники становлять пряму конкурентну загрозу, а споживачі та постачальники – непряму, яка залежить від їхньої спроможності диктувати свої умови.

Розглянемо поетапно галузових конкурентів та вплив на них прямої та непрямої конкурентної загрози. Отже, до галузових або прямих конкурентів в галузі пивоваріння віднесемо компанії:

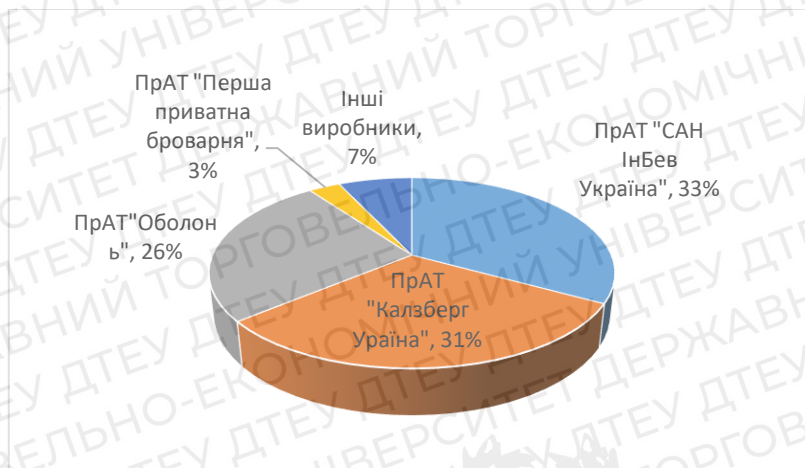


Рис. 1.2. Структура ринку пива в Україні в розрізі провідних компаній-виробників станом на 2020 рік, у %

Джерело: складено на основі джерела [Error! Reference source not found.; Error! Reference source not found.; Error! Reference source not found.; Error! Reference source not found.].

У розрізі ринкових часток серед виробників пива перше місце займає ПрАТ «САН ІнБев Україна» з часткою ринку 33%, друге – ПрАТ «Карлсберг Україна» з часткою 31%, третє – ПрАТ «Оболонь» з часткою 26%, четверте – ПрАТ «Перша приватна броварня» з часткою 3%. На інші пивоварні підприємства в цілому доводиться 7% ринку.

Потенційні конкуренти, як відомо, вони загрожують у тому разі, якщо відсутні або низькі бар'єри входу на ринок, або зменшується спроможність прямих конкурентів протидіяти потенційним конкурентам. На даний момент потенційні конкуренти не представляють загрози для ПрАТ «Оболонь».

Постачальники. Для виробництва пива потрібні такі компоненти, як: ячмінь, який постачається сільськогосподарськими підприємствами; хміль, який на більшість пивзаводів постачає асоціація «Укрхміль» на Житомирщині; цукор, що постачається цукровими заводами; рисова січка. Також на пивзавод постачаються матеріали та обладнання. Так, на ПрАТ «Оболонь» тару постачають «Рокитнянський склозавод» та «Гостомельський склозавод»; обладнання закупляється у іноземних партнерів з Німеччини, наклейки та кроненпробки

постачають спеціалізовані українські компанії. Всі постачальники на пивзавод підвищенням ціни, зниженням якості сировини, матеріалів та іншого.

Товари-замінники. Як відомо, пиво задовольняє такі потреби споживачів як: втамування спраги, отримання естетичної насолоди (від оригінального дизайну, елітності деяких сортів пива та ін.), досягнення хмільного ефекту, а також споживання корисних біологічно активних речовин, що входять до складу пива. Згідно з цими потребами споживачів товарами-замінниками пива можуть бути слабоалкогольні напої, безалкогольні напої, соки, мінеральна вода різних видів, холодний чай та кава, енергетичні напої. Також потрібно пам'ятати, що товари-замінники впливають через ціну та рівень інновацій (значне підвищення якості).

Споживачі можуть вимагати зниження ціни або підвищення якості продукції. Споживачів пива можна класифікувати за віковою, статевою, соціальною категорією і в залежності від цього розробляти нову продукцію, орієнтовану на ту чи іншу групу споживачів. Споживачів також групують в залежності від належності до оптової чи роздрібною торгівлі. Пивзавод “Оболонь” розподіляє торгові точки на такі типи:

- Категорія А: торгові точки з середнім потенціалом продажу, нормальною платіжною дисципліною, лояльні до товару. До такої категорії належать: супермаркети, cash & carry, оптові магазини та бази, тобто торгові точки з наявністю не менше 4 касових апаратів.
- Категорія В: торгові точки з високим потенціалом продажу, високою платіжною дисципліною, лояльні до продукту. До даної категорії належать: універсами, гастрономи, мінімаркети, продуктові магазини.
- Категорія В: торгові точки з низьким потенціалом продажу, проблемною платіжною дисципліною, лояльні до продуктів-конкурентів. До даної категорії належать: павільйони, кіоски, лотки, тобто торгові точки з одним-двома касовими апаратами.

Організації громадського харчування пред'являють такі вимоги до продукції галузі пивоваріння, як перш за все належний асортимент продукції у відповідних до попиту кількостях, також холодильники, фірмові полиці та інша рекламна

продукція; апарати для розливу пива, рекламний посуд (стакани, бокали, одноразовий посуд) також виступають вимогою; дизайн та вид тари мають велике значення (ЖБ, ПЕТ).

Найвпливовішими факторами макросередовища являються: законодавство, економіка, природне середовище, соціальний фактор, демографічна політика, НТП та ринкові, технологічні, міжнародні фактори. Як відомо, аналіз факторів макросередовища проводиться для визначення ринкових можливостей підприємства. Ринкові можливості компанії визначаються тим, які товари, де, в якій кількості та за якими цінами можливо продавати в близькому майбутньому. Оцінка стану зовнішнього середовища підприємства проводиться для того, щоб керівництво змогло підготувати набір управлінських прийомів, що запобігають негативному впливу зовнішнього середовища або здатні послабити дію негативних факторів на діяльність ПрАТ “Оболонь”. Оцінка факторів макросередовища, що безпосередньо впливають на господарську діяльність ПрАТ “Оболонь”, а також врахування компонентів внутрішнього середовища дозволяє рекомендувати такі управлінські дії стратегічного характеру:

- Продовжувати дотримуватись наміченого курсу інвестиційної політики, поліпшувати інвестиційний клімат, мати в наявності кредитні ресурси, нейтралізувати таким чином вплив дії інфляційних факторів.
- Поводити дії щодо суворого добробуту та розстановки управлінських та промислових кадрів, оскільки на ринку спостерігається значний дисбаланс між пропозицією та попитом.
- Продовжувати випуск якісної продукції з орієнтацією на різні верстви населення з різними споживчими та ціновими характеристиками.

Для досягнення поставлених цілей керівництву ПрАТ “Оболонь” важливо знати потенційні можливості, а також слабкі сторони підприємства. Внутрішні сильні сторони підприємства дозволяють підприємству використовувати можливості зовнішнього середовища, а слабкі сторони вказують на можливі небезпеки з боку зовнішнього оточення, які можуть виникнути, якщо керівництво не розробить запобіжні заходи.

Як ефективний інструмент аналізу поточного впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства використовують так званий SWOT-аналіз. Такий аналіз необхідно проводити для того, щоб, виявляючи та ліквідуючи наявні слабкі місця, нарощувати свої потужності та уникати можливі загрози.

Виходячи із попередньо викладеної інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище ПрАТ “Оболонь” опишемо сильні та слабкі сторони діяльності, можливості та потенціал, та згрупуємо їх в матрицю можливостей та загроз (SWOT-аналіз) ПрАТ “Оболонь”.

Таблиця 1.1

Оцінка сильних та слабких сторін ПрАТ “Оболонь” на основі SWOT-матриці

Сфера діяльності	Сильні сторони загроз (Strenghts)	Слабкі сторони загроз (Weaknesses)
1	2	3
Маркетинг, Продукція, бренди.	Сильні ринкові позиції; постійне вивчення та аналіз стану ринку, своєї позиції, позиції конкурентів, потреб споживачів; диференціація виробів; підтримка та розвиток іміджу.	Постійні атаки з боку ключових конкурентів; інколи просліджується необґрунтована, невдала диверсифікація.
Виробництво, інновації.	Значні виробничі потужності (нова 110-тисячна лінія розливу пива, нові ЦКТ); можливість економити на масштабах виробництва.	Розміри виробництва надто великі, може виникнути “хвороба великої компанії”, не розроблена ресурсозберігаюча стратегія.
1	2	3
Фінанси.	Висока рентабельність і прибутковість; достатні фінансові ресурси; фінансова стабільність; можливість зниження витрат.	Не проявляються в даній сфері діяльності ПрАТ «Оболонь».
Організація, управління.	Чітко сформовані стратегії; високий рівень управління ефективні засоби контролю творчий підхід у менеджменті; здатність реалізовувати навички персоналу.	Не проявляються в даній сфері діяльності ПрАТ «Оболонь».
Кадри.	Високий рівень кваліфікації та підготовки персоналу; досвід діяльності.	Має місце прояв неефективної системи стимулювання праці.

Джерело: складено автором

Використання SWOT-аналізу дозволить нам ідентифікувати слабкі місця, розробити механізми їх знешкодження, а відтак, нарощувати потужності ПрАТ “Оболонь” та уникати можливі загрози.

Таблиця 1.2

Характеристика можливостей та загроз для ПрАТ “Оболонь”, що використовуються в SWOT-аналізі

Потенційні зовнішні можливості , Opportunities	Потенційні зовнішні загрози , Threats
• зростання доходів населення; обслуговування нових додаткових груп споживачів; • входження у нові сегменти ринку; • розширення виробництва для задоволення потреб споживачів; • обґрунтоване законодавство.	• інфляція ; • зниження рівня доходів населення; • зростання тиску конкурентів; • зміни в потребах і смаках споживачів; • уповільнений темп зростання ринку.

Джерело: складено автором

Виходячи із оцінки внутрішнього стану ПрАТ “Оболонь” та досліджень зовнішнього оточення, проведемо узагальнюючий SWOT-аналіз для ПрАТ “Оболонь”.

Таблиця 1.3

Узагальнююча SWOT - матриця для ПрАТ “Оболонь”

	Сильні сторони загроз (Strenghts)	Слабкі сторони загроз (Weaknesses)
	1	2
Можливості , Opportunities	СіМ Використовуючи сильні ринкові позиції, аналіз ринкової ситуації, конкурентні переваги ПрАТ “Оболонь” може увійти в нові сегменти ринку, обслуговувати додаткові групи споживачів; також завдяки високій прибутковості компанія може збільшити доходи населення; маючи значні виробничі потужності ЗАТ “Оболонь” може розширити виробництво.	СлЗ На основі можливості ПрАТ “Оболонь” проникнення на нові сегменти ринку, обслуговування нових додаткових груп споживачів, розширення виробництва компанія може мінімізувати атаки з боку конкурентів, невдалі диверсифікації, “хворобу великої компанії” та розробити ресурсозберігаючу стратегію . Також використовуючи зростання доходів населення може вдосконалити систему стимулювання праці.
Загрози , Threats	1 СіЗ Маючи високу прибутковість і рентабельність фірма може знешкодити загрозу інфляції та зниження рівня доходів населення. А завдяки диференціації виробів, підтримці та розвитку іміджу, сильним ринковим позиціям може протистояти змінам в потребах і смаках споживачів, зростанню тиску конкурентів.	2 СлЗ Компанія має спрямувати свою діяльність на мінімізацію неефективної системи стимулювання праці, протистоянню атакам з боку ключових конкурентів уникати необґрунтованої диверсифікації, слідкувати за доцільністю розмірів виробництва та розробити ефективну ресурсозберігаючу стратегію . Також ПрАТ “Оболонь” має звести до мінімуму вплив інфляції, зменшення доходів населення, зміни смаків та потреб споживачів, уповільнення темпів зростання ринку.

Джерело: складено автором

На основі визначених місії, цілей підприємства, зовнішніх та внутрішніх факторів впливу відбувається формування стратегічного набору (формування корпоративних стратегій та стратегій на рівні стратегічного господарського підрозділу).

Після того, як визначена загальна ідея розвитку підприємства, стає можливим побудувати функціональні стратегії реалізації загальної ідеї. Для цього потрібно переписати всі проблеми та переваги, які є у ПрАТ “Оболонь” та вказати найбільш загальні рішення для них. Потім ці рішення деталізуються за функціональними напрямками: виробництво, фінанси, маркетинг, кадри, організаційна культура та доводяться до кожного функціонального керівника.

Таблиця 1.4

Перелік функціональних стратегій розвитку ПрАТ “Оболонь”

У виробництві	• забезпечення дотримання технічних стандартів виготовлення продукції, її високої якості; • проведення подальшого удосконалення, модернізації, модифікації технічного оснащення та підвищення загального рівня фондоозброєності праці.
У маркетингу	• подальше удосконалення та посилення маркетингової політики; • збільшення потужності маркетингової збутової політики; розширення каналів розподілу продукції та ринків збуту; вихід на нові сегменти ринку та на нові ринки; • вдосконалення маркетингових комунікацій.
У фінансах	• дотримання курсу стабільності основних фінансових показників; • поступове збільшення прибутку та рентабельності.
У кадрах	• забезпечення збереження раціонально підбраного та розставленого персоналу; • випередження темпів приросту продуктивності праці над рівнем заробітної плати; • налагодження більш досконалої системи стимулювання праці.
В організаційній культурі	• проводити роботу зі створення та застосування норм організаційної поведінки; • підвищити готовність колективу до змін; • переконати трудовий колектив працювати як єдина команда, що має спільні цілі, досягнення яких призведе до задоволення потреб кожного працівника.

Джерело: складено автором

Як бачимо, функціональні стратегії лише дозволяють швидше та раціональніше досягти загальної мети ПрАТ “Оболонь”: прибутковості, високого рівня культури, професіоналізму управління.

Оскільки ПрАТ “Оболонь” не є холдингом, формування стратегій на рівні стратегічного господарського підрозділу ПрАТ “Оболонь” полягає в тому щоб

охарактеризувати типи продукції та дослідити їх стратегічний розвиток. Дані стратегії формуються з використанням методики проведення стратегічного аналізу діяльності, тобто складаються матриця Бостонської Консалтингової Групи (БКГ), матриця “Мак Кінсі – Дженерал-Електрик” на основі продукції, що поставляється за кордон.

ПрАТ “Оболонь” має велику географічну структуру експорту, а для аналізу стратегічного набору потрібно розмежовувати ринки збуту, тому ми обираємо самий значний ринок збуту продукції підприємства – ринок пива Білорусії. Проведемо характеристику білоруського ринку пива, оцінимо конкурентну ситуацію, резерви росту на цьому ринку.

Особливості білоруського ринку пива - це порівняно велика частка пива, що реалізується в ПЕТ-упаковці, і значний обсяг імпортової продукції (близько 20% ринку; присутність на ринку постійно нарощують основні гравці - Heineken, Carlsberg, Olvi). Також - досить низька міцність пива (від 4 до 5%, тільки деякі сорти (напр. «Старий замок» Лідського заводу) мають фортеця близько 6%).

На даний момент пиво в Білорусі випускають сім пивзаводів.

Компанії «Двинский browар» (Вітебськ) і «Полоцьке пиво» (Полоцьк) займають малу частку ринку, а компанія «Брестське пиво» (Брест) з 2014 року визнана банкрутом, знаходиться в стадії санації, в 2020 році приватизована.

Стосовно об’ємів виробництва, у 2016 році більше половини пива 23,8 млн дал було вироблено в Мінську (Криниця, Аліварія), 10 млн дал в Гродненській області (Лідське пиво), 6 млн дал в Могильовській області (Бобруйський browар), 2,8 млн дал в Брестській області (Брестське пиво) [Error! Reference source not found.].



Рис.1.3. Виробництво пива в Білорусії (млн.дол.)

Джерело [Error! Reference source not found.]

За даними досліджень маркетингових агентств марку «Оболонь» на білоруському ринку напоїв знають 21,1 % опитаного населення. Загальне ж споживання продукції ПрАТ «Оболонь» становить 11% опитаного населення.

Виходячи із аналізу ринку пива Білорусії розпочнемо формування стратегічного профілю ПрАТ «Оболонь» з матриці БКГ. Для цього потрібно визначити такі показники: обсяги продаж, розміри та темпи росту ринків.

Побудуємо матрицю БКГ. На основі даних таблиці 1.5. було побудовано власне матрицю БКГ.

Таблиця 1.5

Вихідні дані ПрАТ «Оболонь» за 2020 рік для побудови матриці БКГ

Вид прод-ції	Обсяг продажів підприємства, тис. дал	Обсяг продажів провідного конкурента, тис. дал	Ємність ринку, тис. дал	Темп приросту ринку, %	Відносна частка ринку
пиво	8899,6	8902	130000	10,8	1,000
мін. вода	11,17	186	18000	3	0,060
б/а напої	94,33	6587	22982	9	0,014
с/а напої	47,42	495	12400	17,5	0,096

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Далі проаналізуємо кожен вид продукції, його положення та ситуацію з погляду стратегічного положення і пріоритетів розвитку і фінансування.

↑ темп приросту ринку, %

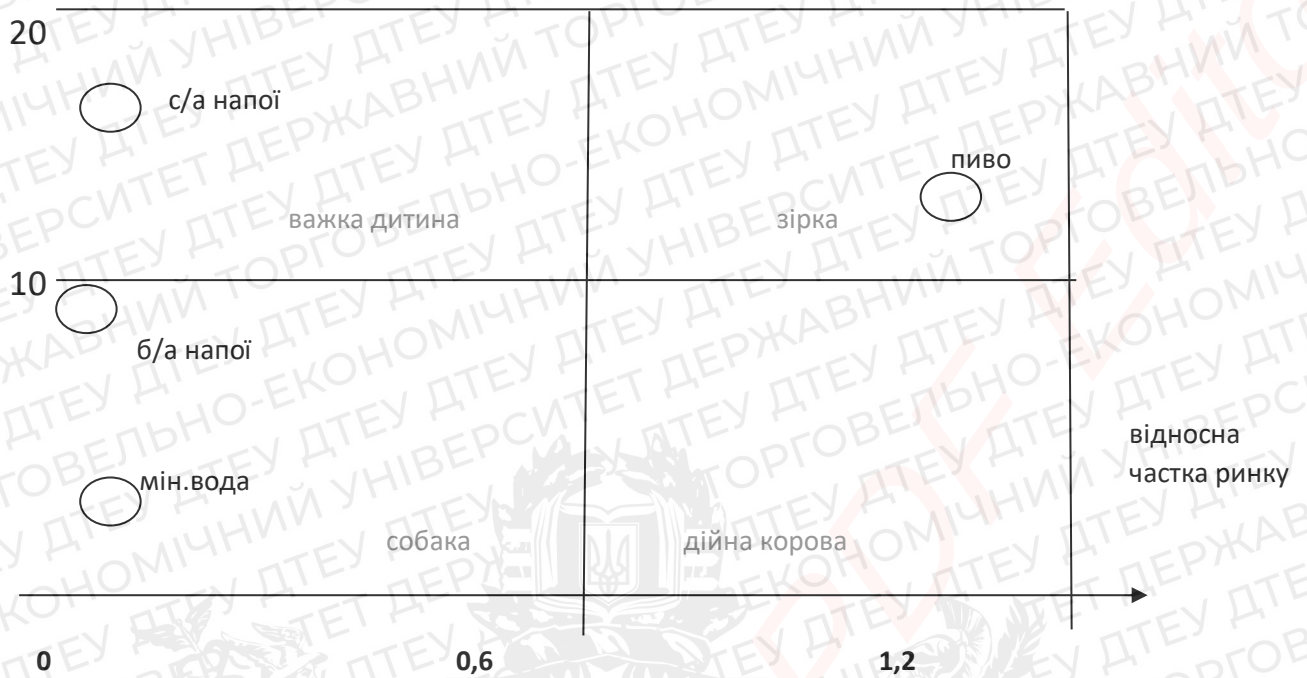


Рис. 1.4. Ідентифікація складових асортиментного портфеля ПрАТ «Оболонь» у форматі матриці БКГ

Перш за все охарактеризуємо позицію “важка дитина”, яку займають слабоалкогольні напої ПрАТ “Оболонь”. Для них характерні такі риси: малий вплив на ринку, що розвивається підтримка з боку споживачів не значна, конкурентні переваги не стабільні, потребує значних інвестицій в маркетингову діяльність з метою підвищення ринкової частки. Оскільки ПрАТ “Оболонь” значну увагу приділяє на даний момент активному просуванню слабоалкогольних напоїв за рахунок зміни дизайну, вкладання коштів у рекламну кампанію лінії слабоалкогольних напоїв та іншого, можна зробити висновок, що цей сегмент являється перспективним та таким, що спроможний зайняти належне місце “зірок” згодом.

Сегмент пиво можна віднести до “зірок”, що переходять у “дійні корови”, адже пиво займає лідируюче положення у галузі, що поступово переходить до зрілої з тої, що розвивається. Частка ринку пива ПрАТ “Оболонь” може підтримуватись або збільшуватись за рахунок зниження ціни, але і в той самий час витрати на маркетинг та розробки майже стабільні оскільки споживачі достатньо обізнані про товар та прихильні до нього, доцільно впроваджувати стратегію підтримки конкурентних переваг з метою збереження ринкової частки.

Продукція – безалкогольні напої, відноситься до “собак”, що знаходяться на межі з “важкими дітьми”. Це означає, що продукція збувається обмеженим об’ємом, хоча і галузь відносно нарощує темпи зростання. ПрАТ “Оболонь” має достатньо серйозно підійти до оцінки цього сегменту та вирішити питання про доцільність або його виходу з ринку або вкладення значних коштів або зайняття певної ніші на ринку та втримання цієї позиції. Явно вираженою “собакою” в стратегічному наборі ПрАТ “Оболонь” є мінеральна вода, адже тут значно обмежений об’єм збуту в зрілій галузі. Для цього сегменту доцільним буде впроваджувати стратегію або “зняття вершків” або елімінації в залежності від того на скільки сильно оцінює цей сегмент підприємство і наскільки воно буде спроможним надалі бути присутнім на ринку.

Далі побудуємо матрицю “Мак Кінсі – Джеренал-Електрик”: привабливість ринку – сильні сторони (конкурентоспроможність) ПрАТ “Оболонь”. За експертними оцінками охарактеризуємо привабливість ринків та конкурентну позицію окремих видів продукції.

Таблиця 1.6.

Експертні оцінки привабливості ринків

Характеристики привабливості	Вага	ранг			
		пиво	мін вода	б/а напої	с/а напої
розмір і темп приросту ринку	0,2	10	2	7	10
якість ринку	0,1	9	5	7	6
конкурентна ситуація	0,4	10	1	5	7
вплив зовнішнього середовища	0,3	8	3	7	5
Всього	1	8,5	2,2	4,2	6,9

Джерело

ТЕКСТ

Таблиця 1.7.

Експертні оцінки конкурентних позицій складових асортиментного портфеля ПрАТ “Оболонь”

Характеристики позиції у конкуренції	Вага	Ранг
--------------------------------------	------	------

		пиво	мін вода	б/а напої	с/а напої
відносна позиція на ринку	0,2	10	5	7	7
відносний потенціал виробництва	0,25	10	4	6	8
відносний потенціал інновацій	0,35	9	4	8	7
відносний потенціал персоналу	0,2	8	6	9	8
Всього	1	8,25	4,6	6,5	7,5

Джерело



Рис. 1.5. Ідентифікація статусу складових асортиментного портфеля ПрАТ «Оболонь» у форматі матриці «Мак Кінсі»

Джерело

За матрицею “Мак Кінсі – Дженерал-Електрик” можна зробити такі висновки та пропозиції для кожного із видів продукції ПрАТ “Оболонь”: пиво та слабоалкогольні напої мають високі позиції та відносяться до переможців, характеризуються високою привабливістю ринку і сильним конкурентним статусом, тобто мають лідерські позиції, доцільно буде впроваджувати щодо цих сегментів стратегії розвитку та підтримки конкурентних позицій за рахунок пріоритетного інвестування; безалкогольні напої мають високу привабливість ринку та середній конкурентний статус, тобто не є лідируючими, але і не відстають, стратегічними завданнями при цьому мають бути чітке розмежування сильних та слабких сторін продукції, здійснення цільового інвестування для одержання максимального прибутку, впровадження стратегій інтенсифікації зусиль та розвитку; мінеральна вода відноситься до категорії тих, що програють, тобто має середню привабливість ринків та низьку конкурентоспроможність, для цього сегменту доцільно буде впроваджувати стратегію зняття вершків та отримання

прибутку хоч і мінімального, якщо ж ці стратегії не нададуть вдалого результату, то потрібно впроваджувати стратегію відходу з позиції аж до елімінації.

Провівши матричний портфельний аналіз, в загальному можна зробити висновок, що ПрАТ “Оболонь” має необхідну продукцію у привабливих галузях, що приносять прибуток, баланс у видах продукції, що розвиваються та згасають є присутнім, головний напрямок ПрАТ “Оболонь” – виробництво пива, достатньо прибутковий і є перспективним (адже в майбутньому перейде в стадію “дійної корови”), завдяки своїм розмірам та збалансованості продукції ПрАТ “Оболонь” її портфель в змозі згладити сезонні й інші коливання бізнесу, ПрАТ “Оболонь” дійсно потребує таку кількість продукції, але потрібно скоротити реалізацію мінеральної води та кошти спрямувати на розвиток безалкогольних, слабоалкогольних напоїв та розширення частки ринку пива.

Далі проаналізуємо параметри та показники конкурентоспроможності, оцінимо конкурентоспроможність продукції та ПрАТ “Оболонь” та запропонуємо заходи щодо її підвищення:

- перше завдання, що виникає у підприємства – елементарне виживання або здатність оплачувати свої рахунки, тобто забезпечення платоспроможності, а виходячи із цього і досягнення прибутковості діяльності.
- другим рівнем є стратегічне управління, що характеризує більш довгострокові цілі та завдання, для цього розробляються стратегічна концепція, стратегія підприємства та кожного підрозділу, тобто проводиться SWOT-аналіз та матричний портфельний аналіз, який уже був висвітлений раніше для ПрАТ “Оболонь” та було визначено, що пивзавод має такі переваги: відповідність технологій ринковим вимогам, визначений та задоволений попит на продукцію, а також високі технологічні та інноваційні навички основного персоналу; та такі основні недоліки: наявність внутрішньовиробничих проблем, не розроблена ресурсозберігаюча стратегія. Основними пропозиціями є: розробка комплексу стратегій у відповідності із

розробленою інвестиційною програмою, передбачено розширення виробничих ліній та розроблення стратегії ресурсозберігання .

- наступним завданням є структурування системи управління, тобто досягнення відповідності організаційної структури, методів, принципів і механізмів управління ПрАТ “Оболонь” цілям, функціям і наміченим та визначеним вище стратегіям ПрАТ “Оболонь”.
- забезпечення фінансової та управлінської прозорості є не менш актуальним питанням конкурентоспроможності, тобто це є ведення фінансової та облікової політики, що відповідає міжнародним принципам і стандартам обліку.
- також ключовим завданням ПрАТ “Оболонь” має бути забезпечення інвестиційної привабливості, що надає змогу підвищити вартість бізнесу для власників та збільшити капіталізацію.

Дані ключові моменти у забезпеченні конкурентоспроможності нададуть можливості запуснути складні процеси самоорганізації та адаптації ПрАТ “Оболонь” в мінливих зовнішніх та внутрішніх умовах, забезпечать додаткові конкурентні переваги внаслідок ефекту синергії та підвищення рівня керованості і конкурентного статусу ПрАТ “Оболонь”.

1.2. Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій ПрАТ «Оболонь»

Цій проблемі приділено досить багато уваги, над теоритичними і практичними аспектами оцінки ефективності зовнішньоекономічних операції працювали Т. Бондарєва, А. Осадчук[Error! Reference source not found.], А. Бондаренко[Error! Reference source not found.], П. Манін[Error! Reference source not found.], А. Фатенок-Ткачук[Error! Reference source not found.], Б. Грабовецький [Error! Reference source not found.], та інші.

Зовнішньоекономічна діяльність ПрАТ «Оболонь» з питань економічної, технологічної, екологічної та соціальної безпеки контролюється державними органами України.

Основними видами зовнішньоекономічної діяльності, якими займається підприємство є імпорتنі та експортні операції. Компанія імпортує матеріали, скляну тару для виробництва продукції та експортує готові вироби.

ПрАТ «Оболонь» співпрацювало на ринках Білорусії, Молдови, Німеччини, Латвії, Росії, США, Китаю, Польщі, тощо.

Динаміку експорту за 2020 р. можна спостерігати з таблиці 1.8.

Таблиця 1.8.

Географічна структура експорту ПрАТ «Оболонь» в розрізі країн та компаній-контрагентів станом на 2020р., дол. США

Назва компаній	Країна	ПІВО	БАН	МВ	Разом	%
ООО Север	Абхазія	39742,5	0,00	0,00	39742,5	0,06
Мир Пива	Білорусь	4888951,3	309040,2	0,00	5197991,5	8,07
Оболонь-Русь	Білорусь	3231480,66	82128,6	0,00	3313609,26	5,15
Евроторг	Білорусь	3753392,14	0,00	0,00	3753392,14	5,83
Europe and Asia	Болгарія	11318,96	6695,37	0,00	18014,33	0,03
Georgian Alliance	Грузія	403763,82	0,00	0,00	403763,82	0,63
AS Monotal	Естонія	234470,25	0,00	0,00	234470,25	0,36
Dolina Group	Ізраїль	298541,7	583,2	0,00	299124,9	0,46
UKRenterprise	Італія	42950,86	0,00	0,00	42950,86	0,07
KNV Food	Канада	2481,60	4252,8	0,00	6734,4	0,01
Shenzhen Most	Китай	387320,6	22614,24	0,00	409934,84	0,64
SIA Ritaleks	Латвія	296546,94	8407,37	0,00	304954,31	0,47
Beer Group	Литва	875974,03	0,00	0,00	875974,03	1,36
Шериф	Молдова	366238,62	0,00	0,00	366238,62	0,57
Аурелія Брно	Молдова	284678,4	69963	2786	357427,4	0,56
Оболонь-Аурелія	Молдова	142392,8	7185,6	358,96	149937,36	0,23
Monolith Mitte	Німеччина	187054,62	0,00	0,00	187054,62	0,29
Obolon Polska s.c.	Польща	96554,59	55768,5	0,00	152323,09	0,24
Криница	Білорусь	31338710,32	87327,72	0,00	31426038,04	48,81
Аліварія	Білорусь	9958253,94	90657,72	0,00	10048911,66	15,61
Стратег	Росія	6413685,11	218430,56	0,00	6632115,67	10,30
Doyna Ltd	США	68366,4	4230	0,00	72596,4	0,11
Altantorkh rus	Монголія	84945	0,00	0,00	84945	0,13
Разом		63407815,2	967284,88	3144,96	64378245,04	100,00

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

З таблиці видно, що в даній структурі експорту найбільшу частку займають фірми імпортери імпортери Білорусії, відповідно 84% загальної структури.

За результати 2020 року ПрАТ «Оболонь» отримало чистий дохід у розмірі 5 549,7 млн. грн. На загальний приріст доходів у 2020 році в порівнянні з 2019 роком

в основному вплинули: дохід від продажу пива, що збільшився на 4,15%, дохід від продажу слабоалкогольних напоїв, що збільшився на 15,25% та доходу від реалізації, що збільшився на 35,0%.

Завдяки значному поліпшенню фінансових результатів за весь 2020 рік ПрАТ «Оболонь» виконало основні фінансові показники.

Не зважаючи на кризу викликану Covid-19, обсяги продажів залишилися на рівні минулого року завдяки збільшенню частки на ринку пива (України) та збільшенню експорту. Операційний прибуток збільшився в 2 рази завдяки зменшенню собівартості та несуттєвому зростанню операційних витрат.

За 2020 рік показник EBITDA склав 876,8 млн. грн., що суттєво покращило ключові фінансові показники: показник відношення боргу до EBITDA склав 1,9 при плановому рівні 3,0.

Підприємство «Оболонь» займає вигідні положення на ринку. Має два дочірніх підприємства: ДП ПрАТ «Оболонь» «Пивоварня Зіберта», м. Фастів, Київська обл. (виробництво пива), ДП ПрАТ «Оболонь» «Красилівське», м. Краси́лів, Хмельницька обл. (виробництво мінеральної води, слабоалкогольних та безалкогольних напоїв). Підприємства з корпоративними правами: ПрАТ «Охтирський пивоварний завод», м. Охтирка, Сумська обл. (виробництво пива, безалкогольних напоїв, солоду), ПрАТ «Бершадський комбінат», м. Бершадь, Вінницька обл. (виробництво слабоалкогольних напоїв, солоду), ПрАТ «Дя́тьківці», м. Коломия, Івано-Франківська обл. (виробництво солоду), ТОВ «Оболонь Агро», смт. Чемерівці, Хмельницька обл. (сільськогосподарське виробництво, вирощування ячменю, великої рогатої худоби та свиней). Відокремлені цехи: Завод у м. Олександрія, Кіровоградська обл. (виробництво безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, переробка ПЕТ пляшки, виробництво бандажної стрічки), солодовий завод у смт. Чемерівці, Хмельницька обл. (виробництво солоду)[Error! Reference source not found.].

В процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві приймають участь наступні відділи – відділ збуту, відділ матеріального та

технічного забезпечення та відділ маркетингу, які підпорядковуються генеральному директору.

Організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю ПрАТ «Оболонь»

На ПрАТ «Оболонь» питаннями зовнішньоекономічної діяльності займається відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ЗЕЗ). Відділ ЗЕЗ

підпорядкований безпосередньо директору з зовнішньоекономічних питань (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю ПрАТ «Оболонь»

Відділ ЗЕЗ вивчає і аналізує іноземні ринки збуту та розробляє рекомендації щодо збуту продукції підприємства; бере участь у підготовці та складанні контрактів по експортно-імпортних операціях; організує своєчасне оформлення замовлень на поставки по імпорту, контролює дотримання термінів поставок по імпорту сировини та матеріально-технічних ресурсів; підтримує зв'язки з фірмами – постачальниками сировини та матеріалів з урегулюванням всіх питань, що виникають в процесі співпраці; забезпечує зберігання супроводжувальної документації при виконанні операцій по імпорту, контролює своєчасне та якісне оформлення відповідними структурними підрозділами документації з експорту продукції; забезпечує своєчасне складання товаророзпорядчої документації і оплату митних послуг з метою безперешкодного проходження товаром митних кордонів.

Організація документального оформлення зовнішньоторговельної операції

Оформленням документації зовнішньоторговельної операції на ПрАТ “Оболонь” займається група митного оформлення вантажів.

Документи, що підтверджують виконання зовнішньоторгової операції, тобто доставку продавцем товару, його транспортування, страхування, зберігання на складах, проходження через митницю, прийнято називати зовнішньоторговельними.

Організація транспортування зовнішньоторговельних вантажів

Послуги з транспортування вантажу на ПрАТ “Оболонь” відбуваються на досить високому рівні, адже підприємство повністю забезпечене сучасним автотранспортом та співпрацює із надійними перевізниками. Найбільш часто на ПрАТ “Оболонь” використовуються такі способи перевезення зовнішньоторговельних вантажів як: автомобільне (FCA), залізничне (CPT) та морське.

Виконання зобов'язань за торговими угодами

Виконання контрактних зобов'язань - це виконання сторонами взятих на себе зобов'язань: з боку експортера - передача (поставка) покупцю товару, який є об'єктом контракту, з боку імпортера - оплата встановленої ціни.

Взаємні зобов'язання сторін при купівлі-продажу товарів, порядок подання претензій та позовів у випадку порушення цих зобов'язань, а також способи відшкодування завданої шкоди визначаються змістом договору, існуючими звичаями та чинними законодавчими актами.

В 2020 році ПрАТ «Оболонь» повністю виконало свої зобов'язання перед імпортерами щодо поставок продукції. Загальні обсяги експорту за імпортерами і видами продукції подані в таблиці 1.9.

Таблиця 1.9.

Обсяги експорту ПрАТ «Оболонь» за 2020р., дал.

<i>Назва компаній</i>	<i>Країна</i>	<i>ПІВО</i>	<i>БАН</i>	<i>МВ</i>	<i>Разом</i>	<i>%</i>
ООО Север	Абхазія	12198	0,00	0,00	12198	0,05
Мир Пива	Білорусь	1241091,5	125664	0,00	1366755,5	6,15
Оболонь-Русь	Білорусь	1037937,2	33534	0,00	1071471,2	4,82
Евроторг	Білорусь	1318257	0,00	0,00	1318257	5,93
Europe and Asia	Болгарія	3013,2	2260,8	0,00	5274	0,02

Georgian Alliance	Грузія	115179,9	0,00	0,00	115179,9	0,52
AS Monotal	Естонія	62215,6	0,00	0,00	62215,6	0,28
Dolina Group	Ізраїль	71403	108	0,00	71511	0,32
UKRenterprise	Італія	7240,6	0,00	0,00	7240,6	0,03
KNV Food	Канада	282	1392	0,00	1674	0,01
Shenzhen Most	Китай	59080,36	5139	0,00	64219,36	0,29
SIA Ritaleks	Латвія	82554,4	3532,8	0,00	86087,2	0,39
Beer Group	Литва	272854,8	0,00	0,00	272854,8	1,23
Шериф	Молдова	108481,2	0,00	0,00	108481,2	0,49
Аурелія Брно	Молдова	85588	15135,6	1480	102203,6	0,46
Оболонь-Аурелія	Молдова	56278	1914	554	58746	0,26
Monolith Mitte	Німеччина	57950,4	0,00	0,00	57950,4	0,26
Obolon Polska s.c.	Польща	15295,8	10645,2	0,00	25941	0,12
Криница	Білорусь	10931366	38658	0,00	10970024	49,33
Аліварія	Білорусь	4018483,44	40524	0,00	4059007,44	18,25
Стратег	Росія	2281667	79284,96	0,00	2360951,96	10,62
Doyna Ltd	США	10350	1800	0,00	12150	0,05
Altantorkh rus	Монголія	29085	0,00	0,00	29085	0,13
Разом		21877852,4	359592,36	2034	22239478,76	100,00

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Аналіз динаміки експорту. На основі звітності ПрАТ «Оболонь» складемо таблиці 1.10, 1.11 обсягів експорту, що у подальшому буде використано нами для аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Таблиця 1.10.

Обсяги експорту ПрАТ «Оболонь» 20016-2020рр., дал.

Продукція	Обсяги експорту					Відхилення 2020 до 2016	
	2016	2017	2018	2019	2020	Абсолютне	Відносне
Пиво	18046869,6	19297171,6	19856047,9	21122351,7	21877852,4	+ 3830982,8	+ 21,23
Безалкогольні напої	293275,35	141843,6	290066,52	336189,2	359592,36	+66317,01	+ 22,61
Мінеральна вода	1023	1034,4	2040	2173	2034	+ 1011	+ 98,83
Всього	18341167,95	19440049,6	20148154,42	21460713,9	22239478,76	+ 3898310,81	+ 21,25

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Таблиця 1.11.

Обсяги експорту ПрАТ «Оболонь» 2016-2020рр., USD

Продукція	Обсяги експорту					Відхилення 2020 до 2016 рр.	
	2016	2017	2018	2019	2020	Абсолютне	Відносне
Пиво	52307046,85	56509837,31	62298350,29	61491390,27	67672573	15365526,15	+ 29,38

Безалкогольні напої	688258,59	345332,43	782396,42	913863,1	1030016,36	341757,77	+ 49,66
Мінеральна вода	1582,27	1644,28	3522,67	3982,67	3554	1971,73	+ 124,61
Всього	52996887,71	56856814,02	63084269,38	62409236,04	68706143,36	15709255,65	+ 29,64

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Згідно даних таблиць 1.10 та 1.11 обсяги експорту збільшилися в звітному році порівняно з попереднім на 3898310,81 дал., що становить 15709255,65 доларів у грошовому вимірі.

З метою більш поглибленого аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності розрахуємо індекс вартості, ціни, фізичного обсягу, кількості, кількісної структури, середньої ціни експортованого товару. Для цього складемо таблицю 1.12.

Таблиця 1.12.

Вихідні дані для аналізу динаміки експорту ПрАТ «Оболонь»

Назва продукції	Станом на 31.12.2016			Станом на 31.12.2020		
	кількість, тис. дал	ціна за тис. дал, \$	сума, тис. \$	кількість, тис. дал	ціна за тис. дал, \$	сума, тис. \$
Пиво	18046,9	2,89	52307,05	21877,9	3,09	67672,6
Безалкогольні напої	293,3	2,35	688,3	359,6	2,86	1030,02
Мінеральна вода	1,02	1,55	1,58	2,03	1,75	3,55
Всього			52996,93			68706,17

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

На основі вищенаведеної таблиці розрахуємо індекси:

Індекс вартості за формулою:

$$I_{\text{варт}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} P_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0} P_{i0}} \quad (1.1)$$

Де,

Q_{i1} та P_{i1} - кількість і ціна і-го товару у звітному періоді.

Q_{i0} та P_{i0} - кількість і ціна і-го товару у базовому періоді.

n - кількість видів товарів.

І вартості = $(21877,9 \cdot 3,09) + (359,6 \cdot 2,86) + (2,03 \cdot 1,75) / (18046,9 \cdot 2,89) +$

$$(293,3*2,35)+(1,02*1,55)=1,2964$$

Розрахуємо індекс ціни за формулою:

$$I_{ціни} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} P_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i1} P_{i0}} \quad (1.2)$$

Де,

Q_{i1} та P_{i1} - кількість і ціна і-го товару у звітному періоді.

Q_{i0} та P_{i0} - кількість і ціна і-го товару у базовому періоді.

n - кількість видів товарів.

$$I_{ціни} = (21877,9*3,09)+(359,6*2,86)+(2,03*1,75)/$$

$$(21877,9*2,89)+(359,6*2,35)+(2,03*1,55)=1,0723$$

Отже, в звітному періоді у середньому ціни на товари зросли в порівнянні з базовим періодом.

Індекс фізичного обсягу розрахуємо за формулою:

$$I_{фіз.обсягу} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} P_{i0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0} P_{i0}} \quad (1.3)$$

Де,

Q_{i1} та P_{i1} - кількість і ціна і-го товару у звітному періоді.

Q_{i0} та P_{i0} - кількість і ціна і-го товару у базовому періоді.

n - кількість видів товарів.

$$I_{фіз. обсягу} = (21877,9*2,89)+(359,6*2,35)+(2,03*1,55) / ((18046,9*2,89)+$$

$$(293,3*2,35)+(1,02*1,55)=1,2090$$

Отже, при незмінних цінах в звітному періоді вартість обсягу товарів збільшилась. Це відбулося за рахунок сукупної зміни кількості і кількісної структури товарів.

Розрахуємо індекс кількості за формулою:

$$I_{кільк} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0}} \quad (1.4)$$

Де,

Q_{i1} та P_{i1} - кількість і-го товару у звітному періоді.

Q_{i0} та P_{i0} - кількість і-го товару у базовому періоді.

n - кількість видів товарів.

Ікількості=21877,9+359,6+2,03/18046,9+293,3+1,02=1,2125

Отже, обсяг виробництва звітнього періоду щодо базового збільшився.

Індекс кількісної структури розрахуємо за формулою:

$$I_{струк} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} P_{i0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i1} \bar{P}_{i0}} \quad (1.5)$$

Де,

Q_{i1} та P_{i1} - кількість і ціна і-го товару у звітному періоді.

Q_{i0} та P_{i0} - кількість і ціна і-го товару у базовому періоді.

n - кількість видів товарів.

Іструктури=(21877,9*2,89)+(359,6*2,35)+(2,03*1,55)
/(21877,9*2,26)+(359,6*2,26)+(2,03*2,26)=1,2748

Так як, то в межах товарної групи зменшилась частка дорожчих товарів за рахунок підвищення частки дешевих товарів.

Розрахуємо середню ціну експортованого товару за формулою:

$$P_{i0} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i0} P_{i0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i1}} \quad (1.6)$$

Де,

Q_{i1} та P_{i1} - кількість і ціна і-го товару у звітному періоді.

Q_{i0} та P_{i0} - кількість і ціна і-го товару у базовому періоді.

n - кількість видів товарів.

Р експорту середне=(18046,9*2,89)+(293,3*2,35)+(1,02*1,55)/
18046,9+293,3+1,02=2,8895 \$USD

Виходячи з результату останньої формули, за звітний період середнє значення ціни експорту становить 2,8895 \$USD.

Проаналізувавши наведені данні та розрахувавши індекс вартості, ціни, фізичного обсягу, кількості, кількісної структури, середньої ціни експортованого товару, можна зробити висновок, що в цілому, ефективність зовнішньоекономічної

діяльності підприємства знаходиться на достатньо високому рівні та набула позитивної динаміки. Що дозволило отримати 15709255,65 доларів додаткового прибутку в звітному періоді, у порівнянні з попереднім.

Аналіз якості та конкурентоспроможності експортних та імпорتنих товарів

Прагнучи випускати високоякісну продукцію, яка була б конкурентноздатною не тільки на українському, а й на зарубіжних ринках, в ПрАТ "Оболонь" у 1998 році була розроблена та сертифікована система управління якістю згідно вимог ДСТУ ISO 9001 версії 1994 року. В 2001 році компанія отримала сертифікат згідно вимог ДСТУ ISO 9001:2001.

В даний час в ПрАТ "Оболонь" діє система управління, яка складається з:

- Система управління якістю (ISO 9001:2015);
- Система управління безпечністю харчових продуктів (ISO 22 000:2018);
- Система екологічного керування (ISO 14 001:2015);

Система управління безпекою та гігієною праці (ISO 45 001:2018) [Error!

Reference source not found.].

На підприємстві розроблена та діє документація трьох рівнів:

I рівень - Політика ПрАТ "Оболонь", Цілі ПрАТ "Оболонь", Книга Якості;

II рівень - Книга Процесів;

III рівень - Положення про підрозділи, посадові, робочі, технологічні інструкції, рецептури, схеми контролів, тощо. В основі системи управління лежить цикл Демінга: *плануй - роби - перевіряй - дій*.

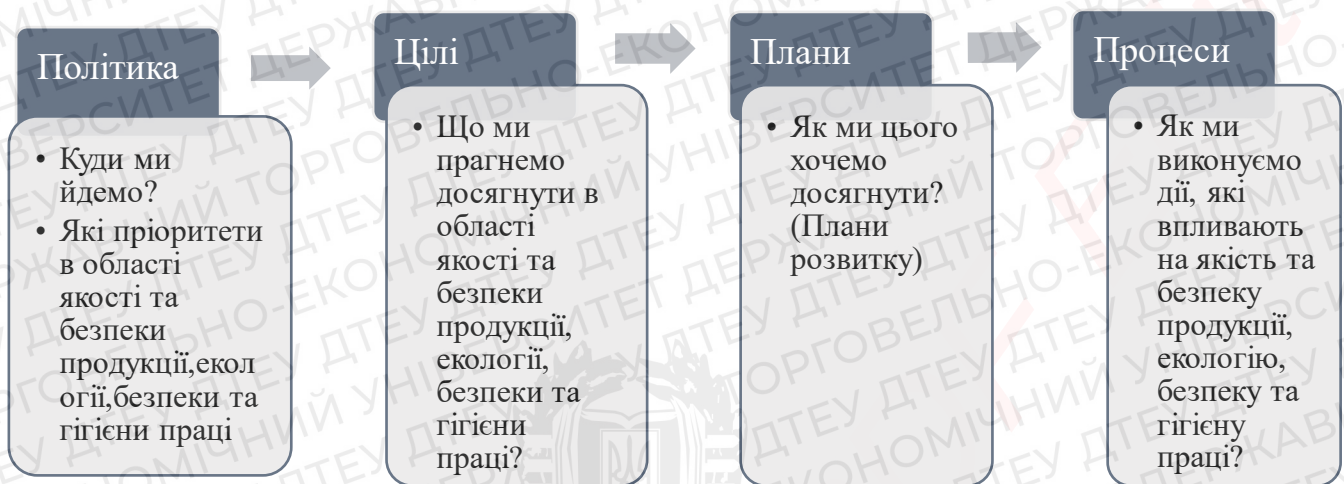


Рис. 1.7. Структура системи управління на ПрАТ «Оболонь»

Джерело

Вище керівництво компанії 1 раз на рік аналізує систему управління з метою забезпечення її постійної відповідності та ефективності. В рамках аналізу визначається потреба у внесенні змін в Політику та Цілі, розробці нових планів, удосконалення системи.

На ПрАТ "Оболонь" проводяться внутрішні та зовнішні аудити для визначення:

1. відповідності Системи управління вимогам вищевказаних стандартів;
2. ефективності функціонування Системи управління для досягнення встановлених Цілей.

За результатами внутрішнього та зовнішнього аудитів визначаються і розробляються заходи по удосконаленню Системи управління.

Оцінимо ефективність системи управління конкурентоспроможністю товару на підприємстві ПрАТ «Оболонь». Органи управління конкурентоспроможністю товару ПрАТ «Оболонь» є наступними: департамент маркетингу, департамент контролю, виробнича лабораторія, лабораторія ВТК, радіологічна лабораторія.

Визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності

Дослідимо ефективність експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» у 2016 та 2020 роках. Для цього вихідні дані занесемо в таблицю 1.13.

Таблиця 1.13.

Вихідні дані для розрахунку ефективності експортної діяльності ПрАТ «О...

Назва продукції	Назва показника	Станом на 31.12.20016		Станом на 31.12.2017		Станом на 31.12.2018		Станом на 31.12.2019		Станом на 31.12.2020	
		експорт	вн. ринок	експорт	вн. ринок	експорт	вн. ринок	експорт	вн. ринок	експорт	вн. ринок
Пиво	К-сть, тис. Дал	18046,9		19297,2		19856,04		21122,4		21877,9	
	Ціна, \$	2,89		2,93		3,14		2,91		3,09	
	Ціна, грн.	23,41	33,2	23,73	33,7	25,43	35,8	23,57	33	25,03	34,9
	Соб-ть, грн.	13,77	12,62	14,05	12,97	14,77	13,93	13,83	12,87	14,74	13,79
	Вартість, тис. \$	52307		56509,8		62298,4		61491,4		67672,6	
Безалкогольні напої	К-сть, тис. Дал	293,3		141,8		290		336,2		359,6	
	Ціна, \$	2,35		2,43		2,7		2,72		2,86	
	Ціна, грн	19,04	25,73	19,68	27,03	21,87	29,8	22,03	29,81	23,17	31,31
	Соб-ть, грн	8,99	7,4	9,4	7,8	10,4	8,7	10,6	8,8	11,14	9,4
	Вартість, тис. \$	688,3		345,3		782,4		913,9		1030	
Мінеральна вода	К-сть, тис. Дал	1,02		1,03		2,04		2,17		2,03	
	Ціна, \$	1,55		1,59		1,73		1,83		1,75	
	Ціна, грн	12,56	21,18	12,88	21,47	14,01	23,2	14,82	24,42	14,18	22,94
	Соб-ть, грн	5,35	4,99	5,52	5,07	6,04	5,5	6,48	5,8	6,22	5,5
	Вартість, тис. \$	1,58		1,64		3,52		3,98		3,55	
	Валютний курс	25		26		26		27,7		26,9	

Джерело: складено автором на основі матеріалу звітності ПрАТ «Оболонь»

1. Визначимо валютну ефективність експорту.

$$E_{\text{екс}}^{\text{вал}} = \frac{\sum_{i=1}^m B_{\text{екс.і}}^{\text{од}} \cdot N_{\text{екс.і}}}{\sum_{i=1}^m 3_{\text{екс.і}}^{\text{од}} \cdot N_{\text{екс.і}}}; \quad (1.7)$$

Е пиво 2016 = 2,89*18046,9/13,77*18046,9= 0,210;

Е пиво 2020 = 3,09*21877,9/14,74*21877,9= 0,210;

Е б/н 2016 = 2,35*293,3/8,99*293,3 = 0,261;

Е б/н 2020 = 2,86*359,6/11,14*359,6 = 0,257;

Е мін/в. 2016 = 1,55*1,02/5,35*1,02 = 0,291;

Е мін/в. 2020 = 1,75*2,03/6,22*2,03 = 0,286;

Е вал.інтегр.екс.2016 = 2,89*18046,9 + 2,35*293,3 + 1,55*1,02/13,77*18046,9 + 8,99*293,3 + 5,35*1,02 = 0,210;

Е вал.інтегр.екс.2020 = 3,09*21877,9 + 2,86*359,6 + 1,75*2,03/14,74*21877,9 + 11,14*359,6 + 6,22*2,03 = 0,210

Розраховані дані занесемо в таблицю 1.14.

Таблиця 1.14.

Динаміка валютної ефективності експорту ПрАТ «О...» за видами продукції та інтегральної ефективності

Назва продукції	2016	2020	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
Пиво	0,210	0,210	0,0	0,0
Безалкогольні напої	0,261	0,257	- 0,004	- 1,53
Мінеральна вода	0,291	0,286	- 0,005	- 1,72
Інтегральна валютна ефективність	0,210	0,210	0,0	0,0

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Порівняємо отримані показники з оберненим обмінним курсом валют за 2016 і 2020 роки.

2016 рік: UAH/USD 1/25=0,004

2020 рік: UAH/USD 1/26,9=0,037

Як видно із таблиці 1.14. у 2016 і 2020 роках валютна ефективність кожного виду продукції та їх інтегральна ефективність є більшими за обернений валютний курс у 2016 (0,004 доларів за грн) і 2020 (0,037 доларів за грн) роках, тобто експорт ПрАТ «Оболонь» у 2016 і 2020 роках є ефективним.

Визначимо економічну ефективність реалізації експортних товарів та інтегральну економічну ефективність експорту.

$$E_{\text{екон}}^{\text{екс}} = \frac{B_{\text{нетто}}}{3_{\text{екс}}}, \quad (1.8)$$

$E_{\text{пиво}2016} = 23,41 \cdot 18046,9 / 13,77 \cdot 18046,9 = 1,700$

$E_{\text{пиво}2020} = 25,03 \cdot 21877,9 / 14,74 \cdot 21877,9 = 1,698$

$E_{\text{б/н}2016} = 19,04 \cdot 293,3 / 8,99 \cdot 293,3 = 2,118$

$E_{\text{б/н}2020} = 23,17 \cdot 359,6 / 11,14 \cdot 359,6 = 2,080$

$E_{\text{мін/в}2016} = 12,56 \cdot 1,02 / 5,35 \cdot 1,02 = 2,346$

$E_{\text{мін/в}2020} = 14,18 \cdot 2,03 / 6,22 \cdot 2,03 = 2,279$

$E_{\text{екон.інтегр.екс.}2016} = 23,41 \cdot 18046,9 + 19,04 \cdot 293,3 + 12,56 \cdot 1,02 / 13,77 \cdot 18046,9 + 8,99 \cdot 293,3 + 5,35 \cdot 1,02 = 1,704$

$E_{\text{екон.інтегр.екс.}2020} = 25,03 \cdot 21877,9 + 23,17 \cdot 359,6 + 14,18 \cdot 2,03 / 14,74 \cdot 21877,9 + 11,14 \cdot 359,6 + 6,22 \cdot 2,03 = 1,703$

Дані занесемо в таблицю 1.15.

Таблиця 1.15.

Динаміка економічної ефективності реалізації експортних товарів за видами продукції та інтегральної економічної ефективності

Назва продукції	2016	2020	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
Пиво	1,700	1,698	- 0,002	- 0,12
Безалкогольні напої	2,118	2,080	- 0,038	- 1,79
Мінеральна вода	2,346	2,279	- 0,067	- 2,86
Інтегральна економічна ефективність	1,704	1,703	- 0,001	- 0,06

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Як видно із результатів розрахунків у таблиці 1.15. експорт продукції ПрАТ «Оболонь» у 2016 та у 2020 роках був економічно ефективним, так як економічна ефективність експорту за видами продукції та інтегральна ефективність у цих роках є більшою за одиницю. В 2016 і 2020 роках найбільш ефективними були поставки мінеральної води, оскільки їх економічна ефективність була найвищою.

Розрахуємо ефективність реалізації експортованої продукції на внутрішньому ринку за видами продукції та інтегрального показника:

$$E_{\text{вн.рин}}^{\text{екс}} = \frac{Q_{\text{екс}} \cdot C_{\text{вн}}}{Z_{\text{вироб}}}, \quad (1.9)$$

$$E_{\text{пиво}2016} = 33,2 \cdot 18046,9 / 12,62 \cdot 18046,9 = 2,631$$

$$E_{\text{пиво}2020} = 34,9 \cdot 21877,9 / 13,79 \cdot 21877,9 = 2,531$$

$$E_{\text{б/н}2016} = 25,73 \cdot 293,3 / 7,4 \cdot 293,3 = 3,477$$

$$E_{\text{б/н}2020} = 31,31 \cdot 359,6 / 9,4 \cdot 359,6 = 3,331$$

$$E_{\text{мін/в}2016} = 21,18 \cdot 1,02 / 4,99 \cdot 1,02 = 4,244$$

$$E_{\text{мін/в}2020} = 22,94 \cdot 2,03 / 5,5 \cdot 2,03 = 4,169$$

$$E_{\text{вал.інтегр.екс.}2016} = 33,2 \cdot 18046,9 + 25,73 \cdot 293,3 + 21,18 \cdot 1,02 / 12,62 \cdot 18046,9 + 7,4 \cdot 293,3 + 4,99 \cdot 1,02 = 2,639$$

$$E_{\text{вал.інтегр.екс.}2020} = 34,9 \cdot 21877,9 + 31,31 \cdot 359,6 + 22,94 \cdot 2,03 / 13,79 \cdot 21877,9 + 9,4 \cdot 359,6 + 5,5 \cdot 2,03 = 2,540$$

Дані занесемо в таблицю 1.16.

Таблиця 1.16.

Ефективність реалізації експортованих товарів на внутрішньому ринку за видами продукції та інтегральною економічною ефективністю

Назва продукції	2016	2020
Пиво	2,631	2,531
Безалкогольні напої	3,477	3,331
Мінеральна вода	4,244	4,169
Інтегральна економічна ефективність	2,639	2,540

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Дивлячись на якому ринку – внутрішньому чи зовнішньому – ефективність реалізації продукції є максимальною, підприємство приймає відповідне рішення: експортувати чи не експортувати продукцію. Слід зазначити, що з першого погляду видно, що ефективність реалізації експортованих товарів на внутрішньому ринку по всіх видах товарів та інтегральна більша за значенням, ніж економічна ефективність реалізації експортних товарів, але це не означає, що в ПрАТ «Оболонь» експорт не є доцільний, оскільки в даному випадку показник ефективності реалізації експортованих товарів на внутрішньому ринку носить абстрактний характер через те, що ПрАТ «Оболонь» не в змозі продавати експортовані товари на внутрішньому ринку, тому що вона там займає певну частку ринку, і збільшити об'єми реалізації на українському ринку на суму експортованої продукції майже неможливо.

Розрахуємо ефект від експорту ПрАТ «Оболонь»:

$$E_e = \sum_{i=1}^m (B_{екс.i}^{од} \cdot K_{vi} - Z_{екс.i}^{од}) \cdot N_{екс.i}; \quad (1.10)$$

Е пиво 2016 = (23,41-13,77)*18046,9 = 173972,12 тис.грн.

Е пиво 2020 = (25,03-14,74)*21877,9 = 225123,59 тис.грн.

Е б/н 2016 = (19,04-8,99)*293,3 = 2947,67 тис.грн.

Е б/н 2020 = (23,17-11,14)*359,6 = 4325,99 тис.грн.

Е мін/в 2016 = (12,56-5,35)*1,02 = 7,35 тис.грн.

Е мін/в 2020 = (14,18-6,22)*2,03 = 16,16 тис.грн.

Е інтегр.екс.2016 = 173972,12 + 2947,67 + 7,35 = 176627,14 тис.грн.

Е інтегр.екс.2020 = 225123,59 + 4325,99 + 16,16 = 229465,74 тис.грн.

Занесемо розраховані результати в таблицю 1.17.

Таблиця 1.17.

Динаміка економічного ефекту експорту за видами продукції та інтегральний,
тис. грн.

Назва продукції	2016	2020	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
Пиво	173972,12	225123,59	+51151,47	+29,4
Безалкогольні напої	2947,67	4325,99	+1378,32	+46,8
Мінеральна вода	7,35	16,16	+8,81	+119,9
Інтегральний ефект експорту	176627,14	229465,74	+52838,6	+29,9

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Як бачимо із таблиці 1.17. експорт продукції ПрАТ «Оболонь» у 2016 та у 2020 роках був ефективним, так як ефект експорту за видами продукції та інтегральний у цих роках мав позитивне значення, тобто більше за нуль. У 2016 та 2020 році ПрАТ «Оболонь» найбільшу вигоду приніс експорт пива, оскільки ефект експорту цього виду продукції є максимальним (173972,12 тис. грн. у 2016 році та 225123,59 тис. грн. у 2020 році), а найменшу вигоду приніс експорт мінеральної води, оскільки ефект експорту цього виду продукції є мінімальним (7,35 тис. грн. у 2016 році і 16,16 тис. грн. у 2020 році). Ефект експорту мінеральної води у 2016 році зріс на 119,9%, або на 8,81 тис. грн. порівняно з попереднім роком, а економічний ефект експорту пива зріс на 29,4%, а у абсолютному вираженні – на 51151,47 тис. грн. Інтегральний ефект експорту зріс на 29,9% а у абсолютному вираженні – на 52838,6 тис. грн.

1.3. Характеристика виробничо-господарської діяльності та аналіз фінансово-економічного стану і ЗЕД ПрАТ «Оболонь»

Закрите акціонерне товариство "Оболонь" знаходиться за адресою: 04655, м. Київ, вул. Богатирська, 3. Форма власності є приватною. Генеральним директором являється Булах Ігор Васильович, а президентом – Слободян Олександр В'ячеславович.

Історія ПрАТ «Оболонь» у датах є такою.(додаток А)

Серед трійки лідерів ринку ПрАТ «Оболонь» залишається 100 % українською компанією. Частка компанії на внутрішнього ринку – 26 %, ПрАТ «САН ІнБев Україна» – 33%, ПрАТ «Карлсберг Україна» – 31%.

Видами діяльності приватного акціонерного товариства є виробництво пива, виробництво дистильованих слабоалкогольних напоїв, виробництво мінеральних вод, виробництво безалкогольних напоїв, оптова торгівля напоями, роздрібна торгівля напоями, діяльність транспортних агентств, виробництво солоду.

Аналіз виробництва та реалізації продукції підприємства

Завдяки проведеній за останні роки глобальній реконструкції головного заводу підприємство наростило свої виробничі потужності. Основним профілем діяльності компанії є виробництво пива. Розглянемо виробництво основних видів продукції ПрАТ «Оболонь» (табл.1.18.).

Таблиця 1.18.

Структура виробництва основних видів продукції ПрАТ «Оболонь» протягом 2016-2020рр.

<i>Показники</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>Темп зростання,% 2020 до 2016</i>
<i>Пиво, тис. дал</i>	74930,6	91627,3	104124,2	115286,9	130333,5	+173,9
в склопляшках	27804,9	33476,6	38196,8	41405,3	45711,5	+164,4
в ПЕТ пл.	34965,6	44105,6	50324,5	56564,7	65501,9	+187,3
в кегах	8431,1	9349,4	10246,9	11415,1	12465,3	+147,8
в банках	3711,7	4676,4	5335,8	5880,1	6632,7	+178,7
в бочонках	17,3	19,3	20,2	21,7	22,1	+127,7
<i>Б/алк напої, тис. дал</i>	17153,7	16843,8	18730,4	20929,2	23140,4	+134,9
в склопляшках	6654,2	7127,8	7997,4	8941,1	10139,2	+152,4
в ПЕТ пл.	9419,5	8640	9599	10779,7	11706,8	+124,3
в банках	1071,1	1060	1116,2	1190,1	1275,5	+119,1
в кегах	8,9	16	17,8	18,3	18,9	+212,4
<i>Мін. вода, тис. дал</i>	3604	5401,5	5345,8	5495,6	5507	+152,8
<i>Сл/алк напої, тис. дал</i>	2711,1	2764,3	2787,3	2804,7	2892,6	+106,7
<i>Поліетилен. ящики, тис. шт.</i>	304	345	356	381	403	+132,6
<i>Вуглекислота, т</i>	11206,5	12697,4	12999,4	13845,5	14111,2	+125,9
<i>Солод виробничий, т</i>	49040,2	49205,3	50010,4	51231,1	52324,9	+106,7

ВП в порів. цінах, тис. грн.	1461,1	1739,5	1867,3	1939,7	2101,8	+143,9
ВП в діючих цінах, тис. грн.	1422,1	1797,5	1873,9	1899,8	2144,5	+150,8

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Аналізуючи дані про обсяги та темпи зростання виробництва протягом п'яти років можна побачити, що у 2020 році існує тенденція до збільшення обсягів продажу пива на 73,9% у порівнянні з 2016 роком, безалкогольних напоїв на 34,9%, а також мінеральної води (52,8%) і слабоалкогольних напоїв (6,7 %). Зросло виробництво вуглекислоти і солоду виробничого. Підприємство ПрАТ «Оболонь» випускає пиво, слабоалкогольні та безалкогольні напої, а також мінеральну воду. Розглянемо асортимент компанії «Оболонь» більш детально.

Тепер розглянемо асортимент продукції ПрАТ „Оболонь”.

Таблиця ...

Асортимент продукції ПрАТ „Оболонь” в розрізі релевантних сегментів.

Пиво	Слабоалкогольні напої	Безалкогольні напої	Мінеральна вода	Промислові товари
1.Преміальне пиво: «Magnat» «hike»	1.Класичні: Джин-тонік Ром-кола Бренді-кола	Соковмісні напої: “Живчик”, Живчик груша, Живчик лимон, Живчик вишня	Питна вода: Прозора	Пивоварний солод; Пивна дробина; Бандажна стрічка
2..Ліцензійне пиво: «Bitburge» «Carling»	2.Серія нових напоїв: Icelife Ріо-де-мохіто Лайм Rio Маргарита Rio Піна Колада	Лимонади: “Оболонь Лимонад”, “Оболонь Ситро”, “Кола Нова”, “Оболонь Ситро”, “Оболонь Ананас”	Мінеральна вода: Оболонська, Оболонська плюс Лимон, Оболонська – 2	
3.Спеціальне пиво: «BeerMix»			Вода регіональних підприємств: “Охтирська” “Підгірна”	
4.Середньociновий сегмент: «Zibert»			Аквабаланс: Аквабаланс	
5.Низькоціновий сегмент: “Жигулівське” “Десант” “Охтирське”				

Більш детальніше динаміку виробництва по випуску продукції протягом останніх років розглянемо у таблиці 1.19.

Таблиця 1.19.

Динаміка виробництва продукції ПрАТ «Оболонь» в 2016-2020 рр., тис. дал

Рік	Пиво	Темп зростання, %	Б/а напої	Темп зростання, %	Мін.вода	Темп зростання, %
2016	149813	114,8	104766	134,7	75109	128,5
2017	169648	113,2	116637	111,3	93046	123,9
2018	193568	114,1	134594	115,4	106921	114,9
2019	237970	122,9	162676	120,9	140567	131,5
2020	259641	109,1	171329	105,3	152116	108,2

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Для зручності аналізу доцільно доповнити таблицю діаграмами по динаміці обсягів виробництва окремих видів продукції (рис. 1.10., 1.11., 1.12.).

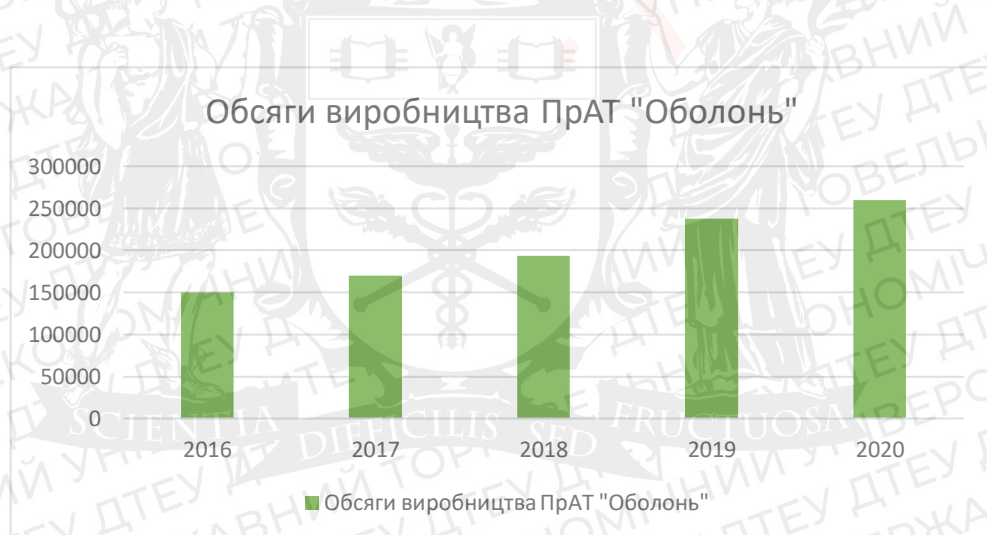


Рис.1.10. Обсяги виробництва пива ПрАТ «Оболонь» в 2016-2020 рр., тис. Дал

Джерело



Рис. 1.11. Обсяги виробництва безалкогольних напоїв, тис. Дал



Рис. 1.12. Обсяги виробництва мінеральної води, тис. дал

Джерело



Як свідчать дані рис.1.10. - 1.13. та таблиці 1.19., виробництво пива ПрАТ "Оболонь" зростало за обсягами протягом аналізованого періоду - з 2016 року по 2020 рік – з 149813 тис. дал до 259641 тис. дал. Аналогічна тенденція прослідковується по мінеральній воді й безалкогольним напоям. Так, обсяги виробництва безалкогольних напоїв зростають протягом 5 років з 104766 до 171329 тис. дал. З 2019 по 2020 рр.. по безалкогольним напоям зросли обсяги на 8653 тис. дал, тобто на 5,3 %. Обсяги виробництва мінеральної води також зростають. Протягом останніх двох років її обсяги складають 140567 до 152116 (темп зростання становить 8,2%) З вищесказаного можна зробити висновок, що найпріоритетнішим напрямом виробництва підприємства є виробництво пива, на другому місці стоїть виробництво б/а напоїв. Саме за цими видами завод може найуспішніше конкурувати з іншими виробниками.

Фінансово-економічний стан підприємства – одна з найважливіших характеристик діяльності підприємства. Він залежить від результатів виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства здійснюється на основі наступних документів

фінансової звітності: Баланс, Звіт про фінансові результати, Звіт про рух грошових коштів, Звіт про власний капітал та примітки до річної фінансової звітності.

Функціонування промислового підприємства вимагає відповідних витрат виробничих ресурсів та коштів. Більшість витрат, пов'язаних з використанням у процесі виробництва продукції природних ресурсів, сировини, матеріалів, палива, енергії, основних засобів, трудових ресурсів, а також інші витрати на її виробництво та реалізацію, становлять собівартість продукції.

Витрати виробництва, їх структуру аналізують за елементами витрат.

Відповідно до чинного законодавства витрати, які включаються до собівартості продукції групуються за такими елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація основних засобів і нематеріальних активів та інші витрати, які включають платежі на обов'язкове страхування майна і окремих категорій працівників, оплата відсотків за короткотермінові кредити і позики, затрати на сертифікацію і збут продукції, плата за оренду об'єктів у межах норм їх амортизації на повне відновлення, плата за пожежну охорону та ін.

Для аналізу витрат на виробництво продукції ПрАТ "Оболонь" розглянемо таблицю 1.20.

Таблиця 1.20.

Структура собівартості продукції ПрАТ «Оболонь» в 2016-2020 рр., за економічними елементами, тис.грн.

Елементи витрат	Станом на 31.12. 2016	Станом на 31.12. 2017	Станом на 31.12. 2018	Станом на 31.12. 2019	Станом на 31.12. 2020	Відхилення, тис. грн. +/-	Питома вага, %	
							2016	2020
Матеріальні затрати	1247813	1317172	1563167	1720213	1540790	+292977	54,5	56,3
Витрати на оплату праці	240627	254273	256508	279887	292583	+51956	10,5	10,7
Відрахування на соціальні заходи	80928	89235	88706	97738	102473	+21545	3,5	3,7
Амортизація	281250	269899	166622	143742	162550	-118700	12,3	5,9
Інші операційні витрати	438604	604941	682667	645133	639557	+200953	19,2	23,4
Разом	2289222	2535520	2757670	2886713	2737953	+448731	100,00	100,00

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Як показують дані таблиці 1.20. виробничі витрати у 2020 році порівняно з 2016 збільшилися на 448731 тис. грн. Найбільшу питому вагу в структурі

собівартості займали матеріальні витрати: у 2020 році вони збільшилися в порівнянні з 2016 роком на 292977 тис. грн., а їх питома вага на 1,8%. Витрати на оплату праці в порівнянні до 2020 року зросли на 51956 тис. грн. Питома вага цих витрат збільшилась на 0,2 % (з 10,5% до 10,7%). Відрахування на соціальні заходи в порівнянні з 2016 р. зросли з 80928 тис. грн. до 102473 тис. грн. у 2020 р. Їх питома вага у 2020 складала 3,7% загальної суми витрат на виробництво, що на 0,2% менше, ніж у 2016 році. Амортизація у 2016 році становила 281250 тис. грн., а у 2020 –162550 тис. грн. Інші операційні витрати у 2020 році в порівнянні з 2016 роком зросли з 438604 тис. грн. до 639557 тис. грн., а їх питома вага – з 19,2% до 23,4%. Збільшення виробничих витрат пивзаводу пояснюється, в першу чергу, збільшенням обсягів виробництва.

Реалізуючі вироблену продукцію, промислове підприємство відшкодовує собівартість продукції та інші власні витрати й одержує грошові накопичення у вигляді прибутку. Тому прибуток є підсумковим, узагальнюючим показником виробничо-фінансової діяльності, виражає кінцевий результат ефективності виробництва і реалізації продукції, підвищення її якості, поліпшення використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Важливим показником, який характеризує собівартість продукції, є рівень витрат на 1 грн. продукції, який розраховується, як відношення поточних витрат на виробництво і реалізацію продукції на чистий дохід від реалізації продукції. Дані розрахунку представлені в таблиці 1.21.

Таблиця 1.21.

Розрахунок витрат на 1 грн. виробленої продукції, тис.грн.

Показники	Станом на 31.12. 2016	Станом на 31.12. 2017	Станом на 31.12. 2018	Станом на 31.12. 2019	Станом на 31.12. 2020	Відхилення 2020 до 2016рр.	
						Абсолютне +/-	Відносне%
Чистий дохід від реалізації продукції	2687856	2718196	2762828	3180913	2992622	304766	11,3
Собівартість реалізованої продукції	1543330	1580265	1763754	1920334	1796746	253416	16,4
Прибуток від реалізації продукції	1144526	1137931	999074	1260579	1195876	51350	4,5

Витрати на 1 грн., коп.	57,42	58,14	63,84	60,37	60,04	2,62	4,6
-------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	------	-----

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Витрати на 1 грн. виробленої продукції за 2020 р. по відношенню до 2016 року збільшилися на 2,62 грн. або на 4,6 %. Це може бути пов'язано зі змінами асортиментної структури виготовленої продукції та збільшенням випуску пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв та мінеральної води у пляшці ПЕТ, вартість якої зараховується в собівартість виробленої продукції. Прибуток від виробництва продукції за 2020 рік по відношенню до 2016 року збільшився на 51350 тис.грн.

Кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства є величина прибутку, яка обчислюється на основі суми доходу і поточних витрат, пов'язаних з його отриманням.

Використовуючи дані Звіту про фінансові результати, проаналізуємо фінансові результати виробничо-господарської, фінансової та надзвичайної діяльності ПрАТ «Оболонь» (таблиця 1.22.).

Таблиця 1.22.

Фінансові результати діяльності ПрАТ «Оболонь» в 2016-2020 рр, тис.грн.

Показник	2016	2017	2018	2019	2020	Абсолютне відхилення, 2020 до 2016рр. +/-	Відносне відхилення, 2020 до 2016рр. %
Чистий дохід від реалізації продукції	2687856	2718196	2762828	3180913	2992622	+304776	11,3
Собівартість реалізованої продукції	1543330	1580265	1763754	1920334	1796746	+253416	16,4
Валовий прибуток	1144526	1137931	999074	1260579	1195876	+51350	4,5
Інші операційні доходи	434328	522433	731517	273005	492187	+57859	13,3
Адміністративні витрати	154181	160870	160165	175155	174924	+20743	13,5
Витрати на збут	515875	660219	661127	734697	734206	+218331	42,3
Інші операційні витрати	485568	663322	698088	335593	497572	+12004	2,5
Прибуток від операційної діяльності	423230	175953	211211	288139	281361	-141869	-33,5
Доход від участі в капіталі	13448	24863	17816	16500	15214	+1766	13,1
Інші фінансові доходи	4022	10523	9917	21967	34094	+30072	747,7
Інші доходи	84752	196133	185000	62126	32658	-52094	-61,5
Фінансові витрати	140151	142479	134219	145897	169005	+28854	20,6

Витрати від участі в капіталі	60378	11639	5537	14986	6715	-53663	-88,9
Інші витрати	142625	151962	112102	24242	15887	-126738	-88,9
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	182298	101392	172086	203607	171720	-10578	-5,8
Податок на прибуток	7820	60363	58708	50642	30909	+23089	295,3
Чистий прибуток	174478	41029	113378	152965	133895	-40583	-23,3

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Дані таблиці свідчать про зменшення величини чистого прибутку в 2020р. на 40583 тис.грн. або на 23,3% в порівнянні з 2016 роком. Варто розглянути причини такого спаду. Так, чистий дохід від реалізації продукції перевищує значення аналогічного показника 2016 року. Проте, собівартість реалізованої продукції зросла більшими темпами, ніж зріс чистий дохід. Інші операційні доходи зросли в 2020 році проти 2016 року на 57859 тис.грн. або на 13,3%, дохід від участі в капіталі виріс в 2020 році в порівнянні до 2016 року на 1766 тис.грн або 13,1% і навіть падіння інших витрат не врятувало ситуацію. Навіть значне зростання інших доходів не перекрило зростання всіх інших витрат. Тому як результат маємо зменшення чистого прибутку підприємства.

Щоб зробити висновок про ефективність роботи підприємства, необхідно розрахувати такий показник як рентабельність. Він показує, який прибуток має підприємство з кожної гривні інвестованих ресурсів.

Використовуючи дані Балансу і Звіту про фінансові результати ПрАТ “Оболонь”, розглянемо показники його рентабельності (таблиця 1.23.).

Таблиця 1.23.

Показники рентабельності діяльності ПрАТ “Оболонь”, %

Показник	Алгоритм розрахунку	Станом на 31.12. 20016	Станом на 31.12. 2017	Станом на 31.12. 2018	Станом на 31.12. 2019	Станом на 31.12. 2020	Абсолютне відхилення, 2020 до 2016рр. +/-	Відносне відхилення, 2020 до 2016рр. %
Рентабельність активів	Чистий прибуток/ вартість активів	6,46	1,5	3,92	5,02	4,3	-2,16	-33,44
Рентабельність власного капіталу	Чистий прибуток/Власний капітал	23,57	5,6	13,67	16,22	12,43	-11,14	-47,26
Рентабельність продажу	Чистий прибуток/чистий дохід	6,49	1,5	4,1	4,81	4,01	-2,48	-38,21
Рентабельність продукції	Валовий прибуток/собівартість реал.продукції	74,16	72	56,64	65,64	66,56	-7,6	-10,23

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Дані таблиці свідчать про зниження всіх показників рентабельності в 2020 році в порівнянні з 2016 роком. Рентабельність активів підприємства в 2020 році знизилась на 33,44%, рентабельність власного капіталу на 47,26%, це пов'язано зі зменшенням чистого прибутку підприємства в 2020 році. Рентабельність продукції знизилась на 10,23% в зв'язку з ростом витрат на виробництво та реалізацію продукції. Показник рентабельності продажу знизився на 38,21%, що пов'язано зі зменшенням чистого прибутку підприємства.

Аналіз показників ліквідності використовує ряд коефіцієнтів, розрахунок яких подамо у вигляді таблиці з подальшим їх аналізом.

Таблиця 1.24.

Показники ліквідності ПрАТ «Оболонь» в 2016-2020 рр.

Показник	Алгоритм розрахунку	Станом на 31.12. 2016	Станом на 31.12. 2017	Станом на 31.12. 2018	Станом на 31.12. 2019	Станом на 31.12. 2020	Норматив	Абсолютне відхилення, 2020 до 2016рр. +/-	Відносне відхилення, 2020 до 2016рр. %
Коефіцієнт готівкової ліквідності	Грошові кошти та їх еквіваленти/поточні зобов'язання	0,015	0,038	0,044	0,095	0,177	>0,2	+ 0,162	1080
Коефіцієнт поточної ліквідності	Оборотні активи/Поточні зобов'язання	1,1	1,02	0,8	1,04	1,05	>1,0	- 0,05	- 4,5
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Грошові кошти +дебіторська заборгованість/ Поточні зобов'язання	0,55	0,51	0,40	0,49	0,52	>0,7	- 0,03	- 5,5
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові кошти /Поточні зобов'язання	0,015	0,038	0,044	0,095	0,177	>0,2	+ 0,162	1080
Чистий оборотний капітал	Оборотні активи/поточні зобов'язання	75420	20263	- 285287	49198	58116		-17304	-22,94

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Аналізуючи ліквідність підприємства протягом 2016 та 2020 років, можна відмітити покращення деяких коефіцієнтів ліквідності. Але, незважаючи на це,

лише коефіцієнт поточної ліквідності досягає нормативу. Так, коефіцієнт поточної ліквідності (загальної ліквідності, покриття) показує, в якій мірі поточні зобов'язання забезпечуються поточними активами, значення цього показника становить в 2020 році 1,05. Коефіцієнт швидкої ліквідності означає можливість погашення підприємством своїх поточних зобов'язань у випадку критичного стану. В нашому випадку значення коефіцієнту не досягає норми, але в 2020 році він знизився в порівнянні з 2016 роком до значення 0,52. Коефіцієнт абсолютної ліквідності, який виступає найбільш жорстким критерієм визначення ліквідності та платоспроможності суб'єкта господарської діяльності (показує, яку частину короткострокової заборгованості підприємство може погасити протягом короткого проміжку часу за рахунок найбільш ліквідних активів), значно збільшився в 2020 році на 0,162 в порівнянні з 2016 роком, і становить 0,177 і не відповідає нормативу.

Аналіз платоспроможності та фінансової стійкості підприємства характеризує результат його поточного, інвестиційного та фінансового розвитку, відображає здатність підприємства відповідати за своїми зобов'язаннями, а також нарощувати свій економічний потенціал. Використовуючи дані Балансу, проведемо аналіз показників платоспроможності та фінансової стійкості підприємства. Дані наведені в таблиці 1.25.

Таблиця 1.25.

Показники платоспроможності та фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь» в 2016-2020 рр.

Показник	Станом на 31.12. 2016	Станом на 31.12. 2017	Станом на 31.12. 2018	Станом на 31.12. 2019	Станом на 31.12. 2020	Норматив	Абсолютне відхилення, 2020 до 2016 рр. +/-	Відносне відхилення, 2020 до 2016 рр. %
Коефіцієнт платоспроможності	0,27	0,27	0,29	0,31	0,35	>0,5	0,08	29,63
Коефіцієнт фінансової залежності	3,65	3,74	3,48	3,28	2,89	<0,5	-0,76	- 20,82
Коефіцієнт фінансування	2,65	2,74	2,48	2,23	1,89	≥1	-0,76	- 28,68
Коефіцієнт забезпеченості власними ОЗ	0,086	0,020	-0,25	0,040	0,047	0,5	-0,039	- 45,35
Коефіцієнт маневреності ВК	0,1	0,028	-0,34	0,052	0,054	>0,2	-0,046	-46
Коефіцієнт концентрації ЗК	0,29	0,36	0,50	0,39	0,38		0,09	31,03

Коефіцієнт загальної заборгованості	0,73	0,72	0,71	0,69	0,65		-0,08	- 10,96
Коефіцієнт фінансового лівереджу	1,56	1,38	0,74	0,95	0,80	>1	-0,76	- 48,72

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Як бачимо з таблиці, в 2020 році в порівнянні до 2016 року відбулось зниження таких показників, як коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами, коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт загальної заборгованості та коефіцієнт фінансового лівереджу, з яких лише коефіцієнт фінансування відповідає нормі. Єдиний показник, а саме, коефіцієнт концентрації залученого капіталу, зріс в 2020 році на 0,09 до значення 0,38 при цьому не досягнувши нормативу.

Ділова активність підприємства характеризується показниками швидкості обертання його засобів. Розглянемо ряд коефіцієнтів, які характеризують ділову активність підприємства у табл. 1.26.

Таблиця 1.26.

Показники ділової активності ПрАТ «Оболонь» в 2016-2020 рр.

Показник	Алгоритм розрахунку	Станом на 31.12. 2016	Станом на 31.12. 2017	Станом на 31.12. 2018	Станом на 31.12. 2019	Станом на 31.12. 2020	Абсолютне відхилення, 2020 до 2016рр. +/-	Відносне відхилення, 2020 до 2016рр. %
Коефіцієнт оборотності активів	Чистий дохід від реалізації / активи	0,97	0,99	0,98	1,07	0,97	0	0
Коефіцієнт оборотності основних засобів	Чистий дохід від реалізації / Вартість ОЗ	1,08	0,96	0,92	1,0	0,88	-0,2	-18,5
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Виручка від реалізації / власний капітал	4,07	3,69	3,53	3,59	2,96	-1,11	-27,27

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПрАТ «Оболонь»

Проаналізувавши ділову активність підприємства можна зробити висновок, що всі показники 2020 року в порівнянні з 2016 роком погіршились. Значення коефіцієнтів обертання свідчить про кількість обертів, яку здійснили за рік певні активи чи капітал підприємства. Так активи підприємства обернулися за 2020 рік 0,97 разів, що відповідає показнику 2016 року. Коефіцієнт оборотності основних засобів знизився в 2020 році до значення 0,88 оборотів, що на 0,2 обороти менше

ніж в 2016 році. Коефіцієнт оборотності власного капіталу знизився в 2020 році і склав 2,96 оборотів за рік.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Отже, в даному розділі було розглянуто загальну характеристику виробничо-господарської, зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ “Оболонь” та було проведено аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ “Оболонь”. Тобто було детально описано господарсько-правові засади функціонування, загальну характеристику, аналіз основних фондів та оборотних активів, аналіз менеджменту, аналіз виробництва та реалізації продукції, аналіз собівартості, прибутку, рентабельності та фінансового стану, аналіз організації стратегічного менеджменту на ПрАТ “Оболонь”. В рамках аналізу зовнішньоекономічної діяльності було розглянуто характеристику видів та особливостей здійснення комерційних операцій на зовнішньому ринку організація зовнішньоторговельних операцій, організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю, маркетинговий аналіз ступеня та характеру ринкової конкуренції, було сформовано контрактну вартість експортованої продукції та проведено аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ “Оболонь”.

РОЗДІЛ 2. Шляхи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «ОБОЛОНЬ»

2.1. Розробка пропозицій по посиленню конкурентної позиції ПрАТ «Оболонь» на зовнішніх ринках

По мірі інтеграції України у світове господарство зовнішньоекономічна діяльність стає все більш важливим та результативним фактором її економічного життя. На даний час вихід на зовнішні ринки мають багато тисяч виробничих та торговельних структур. Посилення регулюючої ролі держави у курсі на формування відкритої економіки повинне сприяти зростанню ефективності виробництва. Одним з складних завдань, які виникають при формуванні стратегії

розвитку підприємств, є оцінка його конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності. Від якості її вирішення значною мірою залежить ефективність обраної стратегії. В той же час, невизначеність ряду вихідних даних, що є характерною особливістю сучасної інформації, доступної користувачам та замовникам, ускладнюють процес оцінювання діяльності підприємства і його конкурентів. Відсутність стандартизованої методики розрахунку конкурентоспроможності призводить до різного трактування цього процесу і затрудняє розробку конкурентоорієнтованої стратегії сучасних підприємств.

Посилення глобалізаційних процесів і загострення міжнародної конкуренції ставлять перед вітчизняною економічною наукою проблему розробки, обґрунтування і впровадження активних систем управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств як органічної складової сучасного менеджменту. Цим аспектам присвячені наукові праці таких авторів як, М.П. Денисенка [7], О.М. Панченко [23] , Т.О. Соболева [28], Р.В. Хусаїнова [33] Розв'язання цієї проблеми вимагає оновлення теоретичних поглядів на економічну суть поняття „конкурентоспроможність товару на зовнішньому ринку” як передумови ідентифікації об'єкта управління, розвитку категоріального апарату, вдосконалення системних засад організації та посилення стратегічної спрямованості управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

Одним із пріоритетних факторів, що впливають на економічну безпеку підприємства, є його конкурентоспроможність, отже, розглянемо це поняття більш детально.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це особливий функціональний стан системи економічного розвитку підприємства, при якому забезпечується його інтегрування у світогосподарські структури та усталене функціонування підприємства як суб'єкта міжнародної економічної діяльності. Відмінності між категоріями продуктивності та ефективності, з одного боку, і конкурентоспроможності – з іншого, полягають у тому, що перші відображають стан внутрішніх процесів у системі у номінальному його значенні, тоді як виміром стану системи за конкурентоспроможністю є шкала відносин.

Конкурентоспроможність товару – це процес управління суб'єктами своїми конкурентними перевагами для утримання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах. Конкуренція є рушійною силою розвитку суб'єктів і об'єктів керування, суспільства в цілому. На його думку, конкурентоспроможність товару – це комплекс споживчих та вартісних характеристик, які визначають його успіх на ринку, тобто спроможність саме даного товару бути обміненим на гроші в умовах широкої пропозиції до інших конкуруючих товаровиробників. [32, с. 68]

Отже, конкурентоспроможні компанії повинні виробляти і пропонувати ринкові товари, що задовольняють нестаток їх цільових споживачів. У протилежному випадку підприємства не можуть одержувати доходи, а виходить, бути конкурентоспроможним. Для того щоб задовольнити нестаток споживачів краще, ніж конкуренти, підприємства повинні скорочувати виробничий цикл і витрати, поліпшувати якість продуктів і послуг, зміцнювати співвідношення з постачальниками і споживачами, удосконалювати свої організаційні системи, щоб відповідна реакція на зміну споживчих смаків переваг була як можна швидкою. Інакше кажучи, для досягнення конкурентоспроможності підприємство повинне створювати і розвивати свої конкурентні переваги, що дозволять щонайкраще використовувати фінансові ресурси умовах макросередовища. Отже, при вимірі конкурентоспроможності повинні враховуватися такі моменти: адаптивність організації до змін навколишнього середовища, конкурентні переваги в рамках комплекс маркетингу і результати діяльності. [34]

Система управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою комплекс основних напрямків діяльності в даному аспекті, також і систему цілей і задач, вирішення яких дозволить забезпечити якість робіт і продукції, поліпшити збут і раціональну й ефективну роботу організації в цілому. Це у свою чергу буде сприяти успішній реалізації заходів щодо підтримки і / або підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції і підприємства в цілому.

Управління конкурентоспроможністю продукції, яка в свою чергу робить прямий вплив на конкурентоспроможність підприємства, на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування. Саме ж управління процесами підтримки або забезпечення конкурентоспроможності підприємства також являє собою процес, але якісно іншого роду.

Одним із результатів функціонування системи управління конкурентоспроможністю підприємства постає досягнення стабільної конкурентної позиції серед діючих на певному ринку конкурентів. Для підтвердження необхідності постійного проведення заходів щодо посилення або поліпшення конкурентної позиції підприємства можна привести перетворену „ланцюгову реакцію Демінга” (рис. 2.1 на наст. ст.) [25, с. 206].

Дана ланцюжкова реакція характеризує значимість удосконалювання механізму управління якістю продукції, яке являється складовою системи управління конкурентоспроможністю підприємства і тому її можна привести в якості обґрунтування необхідності постійного удосконалювання механізму управління конкурентоспроможністю господарюючого суб'єкта.

Усе вище перераховане в єдності представляє основу системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Проводячи заходи, спрямовані на підвищення конкурентоздатності підприємства, необхідно виділити усе зростаючу гнучкість і спроможність до змін. Ці умови виступають сьогодні ключовими чинниками успіху, а головною перешкодою (так само як і двигуном змін) – людські ресурси підприємства, тому однією з найважливіших функцій керування підприємством і його конкурентоспроможністю стає активне керування змінами й організаційний розвиток персоналу.

Здібність до змін, звичайно, потребує як від рядових співробітників, так і, у першу чергу, від керівників і спеціалістів більш високого рівня освіти, творчості і схильності до нововведень, більш широкої кваліфікації, спроможності підвищувати рівень навчання.

Успіх функціонування системи управління конкурентоспроможністю товару істотно впливає на життєстійкість організації.



Рис. 2.1. Впровадження концептуальних положень ланцюгової реакції

Демінга в систему управління ЗЕД ПрАТ «Оболонь»

Джерело

Аналіз ринків товарів та послуг показує, що вони функціонують на дійсно ринкових принципах. Це означає, по-перше, що на них склався та відтворюється режим вільної конкуренції; по-друге, ціни змінюються під впливом попиту та пропозиції; по-третє, рух матеріальних, грошових та людських ресурсів відбувається достатньо вільно та орієнтується на коливання попиту. У вищевказаному режимі функціонують ринки товарів широкого вжитку та побутових послуг, будівництва,

банківських послуг та інше. Успіх у такому і подібному високо конкурентному бізнесі прямо залежить від вірно обраної ринкової стратегії. Практика доводить, що лідерами бізнесу стали ті підприємці, які вміло застосовували маркетингові принципи управління конкурентоспроможністю. Швидкоплинні ринкові умови потребують використання значної кількості ринкової інформації, яка збирається і аналізується в ході маркетингових досліджень. Кожний крок маркетингової діяльності пов'язаний з глибоким дослідженням ринку, що передбачає аналіз його привабливості та конкурентоспроможності підприємства на ньому. [35]

Комплексне дослідження ринку з метою підвищення конкурентоспроможності товарів має на меті пошук відповідей на такі запитання:

- на яких ринках слід працювати?
- які місткість цих ринків, тенденції, кон'юнктура та прогнозування?
- якою є конкурентоспроможність товарів підприємства?
- як необхідно змінити асортимент для інтенсивнішого збуту продукції?
- в яких нових товарах є потреба, яка їхня ринкова та виробнича характеристика?
- хто є основними конкурентами?

Комплексне дослідження ринку включає наступні кроки:

- аналіз ринку;
- вивчення конкурентів;
- вивчення споживачів;
- дослідження фірмової та товарної структур ринку.

Проте, відкривати внутрішній ринок треба обережно, поступово і поетапно з урахуванням багатолітнього досвіду, звертаючи увагу на те, що більшість вітчизняних виробників не витримує конкуренції з іноземними компаніями. Отже, головним завданням стає опрацювання оптимального співвідношення заходів регулювання для вирішення цих проблем, захист стратегічних інтересів України, що на сьогодні є однією з найважливіших цілей зовнішньоекономічної політики держави. З таких міркувань важлива роль відводиться експорту не тільки як засобу

одержання валютних доходів вітчизняними виробниками, а й як інструменту відстоювання національних інтересів та зміцнення позиції своєї економічної незалежності, як держави, що має могутній науково-технічний і промисловий потенціал. У довгостроковому плані особливо важливим є створення системи зацікавленості підприємств у світовому ринку. Вирішальну роль у вдосконаленні структури зовнішньої торгівлі покликані відіграти нові підходи до планування виробництва, яке у свою чергу повинно спиратися на вивчення потреб як внутрішнього, так і зовнішнього ринку з позиції організації збуту своєї продукції.

Провівши аналіз ситуації, що склалася на даному етапі розвитку нашої країни щодо важливості та доцільності здійснення зовнішньоекономічних операцій, перейдемо до більш детального розгляду можливих варіантів підвищення ефективності здійснення експортної діяльності на рівні підприємства.

Таким чином, потенційними заходами щодо підвищення конкурентної позиції можуть бути:

- збільшувати частоту проведення, вдосконалювати методи проведення та організацію маркетингових досліджень зовнішнього ринку і приділяти значну увагу адекватності отриманої маркетингової інформації. Ці заходи допоможуть визначити правильну маркетингову ситуацію, що склалась на даний момент на ринку та прийняти відповідні рішення для підвищення ефективності діяльності підприємства;
- удосконалення цінової політики підприємства на зовнішньому ринку, тобто впровадження таких заходів як: зміна цінової стратегії підприємства, яка б відповідала конкретній ринковій ситуації, встановлення нових методів ціноутворення, використання системи знижок (кількісних знижок, бонусних знижок або знижок за оборотом, прогресивних знижок, знижок «сконто», функціональних знижок), використовувати методи підвищення(за умови високої якості товару) або зниження ціни(за умови перенасичення ринку товаром)та інше;
- зміна товарної політики, що являє собою створення та впровадження нового товару, який орієнтований на конкретного споживача, модифікація

існуючих товарів, надання їм нових властивостей або нових характеристик, розширення товарних ліній або асортиментних груп, розробка нових товарних знаків, логотипів, товарної марки, торгового бренду, удосконалення упаковки товару, зміна курсу товарної політики, диверсифікація товару, покращення якості товару та сервісу, тощо;

- вдосконалення збутової політики підприємства – розширення ринків збуту продукції, співпраця з посередниками (організація дилерської або дистриб'юторської мережі, співпраця з агентами, брокерами) та інші заходи;
- зміна політики просування товару на зовнішній ринок, тобто реклама, стимулювання збуту, Public Relation (PR або зв'язки з громадськістю), персональний продаж та такі синтетичні засоби просування, як виставки та ярмарки, спонсорство, брендінг, інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу.

Виходячи з даних пропозицій та аналізу діяльності ПрАТ «Оболонь» розробимо заходи щодо підвищення ефективності експортної стратегії ПрАТ «Оболонь». Отже, підприємство хоч і являється значним експортером пива та безалкогольної продукції, отримує від зовнішньоекономічної діяльності значні прибутки та велику ефективність, ПрАТ «Оболонь» має резерви збільшення та великий потенціал. Розглянемо умови поставки продукції ПрАТ «Оболонь» на зовнішній ринок та вплив їх впровадження на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

2.2. Обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій ПрАТ «Оболонь»

Одним з найбільших імпортерів пастеризованого пива та безалкогольних напоїв ПрАТ «Оболонь» в Республіці Білорусь виступає Фірма «Мир пива». Сума контракту за 2021 рік склала 978 000 дол. США. Ціні та асортимент продукції, яка користується підвищеним попитом на білоруському ринку наведено згідно з останнім контрактом у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Ціні та асортимент продукції на експорт в Республіку Білорусь, USD

Продукція	Ціна за одиницю, USD	Ціна за упаковку, USD	Кількість упаковок, шт.	Ціна за упаковки, USD
<i>Пиво пастеризоване в скл./пляшці 0,5л.</i>				
«Оболонь» Лагер	0,35	7	20 000	140 000
«Оболонь» Преміум	0,35	7	20 000	140 000
«Оболонь» Магнат	0,36	7,2	30 000	216 000
«Оболонь» Світле	0,32	6,4	50 000	320 000
<i>Безалкогольні напої в ПЕТ пляшці 1л.</i>				
«Живчик» ПЕТ 1л.	0,31	3,72	20 000	74 400
<i>Безалкогольні напої в ПЕТ пляшці 2л.</i>				
«Живчик» ПЕТ 2л.	0,45	2,7	20 000	54 000
<i>Мінеральна вода в ПЕТ пляшці 1л.</i>				
«Оболонська»	0,19	2,28	10 000	22800
<i>Мінеральна вода в ПЕТ пляшці 2л.</i>				
«Оболонська»	0,36	2,16	5 000	10 800
Всього:				978 000

Ціна товару, включає в себе вартість основної та допоміжної сировини, всіх інших витрат, пов'язаних з виробництвом товару (дерев'яних піддонів) а також витрати, пов'язані з виконанням даного контракту на території України.

Об'єм товару, що постачається, регулюються разовими заявками Покупця. Відвантаження товару здійснюється не пізніше 14-ти днів з моменту надходження заявки від Покупця.

Поставка товару здійснюється партіями щомісяця на умовах FCA - Київ, Україна (згідно ІНКОТЕРМС 2020). У відповідності з правилами «ІНКОТЕРМС 2020» при умовах FCA продавець виконав свої зобов'язання з поставки товару, який пройшов митне очищення на експорт та з моменту його передачі у розпорядження перевізника у визначеному пункті. Найчастіше цим визначеним пунктом є вантажний термінал магістрального транспорту, залізнична станція, автомобільна станція, аеропорт. У продавця є можливість вибору: він може поставити товар на

своєму підприємстві, якщо на підприємстві є залізнична колія, і тоді він відповідає за навантаження товару на транспортний засіб перевізника; або доставити за свій рахунок товар на термінал магістрального транспорту, де перевізник за рахунок покупця розвантажує товар, який прибув на транспортному засобі продавця. Даний базис передбачає участь у перевезенні будь-яких видів транспорту, включаючи змішані перевезення.

В нашому випадку товар приймається перевізником-експедитором Покупця на складі Продавця. Навантаження товару здійснюється за рахунок ПрАТ «Оболонь». Відповідальність за збереження товару при транспортуванні бере на себе перевізник-експедитор Покупця. Кожна зі сторін несе витрати по митним процедурам на території своєї країни. Продавець при поставці товару повинен надати наступні документи: рахунок-фактура в 3-х екземплярах; товарно-транспортні накладні; сертифікат якості товару; пакувальний лист; сертифікат походження товару.

Оплата за товар, що постачається, повинна виконуватись в формі передплати шляхом переказу на валютний рахунок Продавця 100 % вартості партії товару. Валютою платежу є долар США.

Розрахуємо ефективність експорту продукції в республіку Білорусь при базисній умові FCA м. Київ.

Сума контракту = 978 000 USD * 26.8 = 26 210 400 грн.

Курс USD /UAH = 26.8

Собівартість виробленої продукції представлена в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Виробнича собівартість експортної продукції, грн.

Продукція	Ціна за одиницю, грн..	Ціна за упаковку, грн..	Кількість упаковок, шт.	Ціна за упаковки, грн..
Пиво пастеризоване в скл./пляшці 0,5л.				

«Оболонь» Лагер	8,19	163,8	60 000	3 276 000
«Оболонь» Преміум	8,19	163,8	60 000	3 276 000
«Оболонь» Магнат	8,4	168	90 000	5 040 000
«Оболонь» Світле	7,5	150	150 000	7 500 000
<i>Безалкогольні напої в ПЕТ пляшці 1л.</i>				
«Живчик» ПЕТ 1л.	7,26	87,12	60 000	1 742 400
<i>Безалкогольні напої в ПЕТ пляшці 2л.</i>				
«Живчик» ПЕТ 2л.	10,53	63,18	60 000	1 263 600
<i>Мінеральна вода в ПЕТ пляшці 1л.</i>				
«Оболонська»	4,68	56,16	30 000	561 600
<i>Мінеральна вода в ПЕТ пляшці 2л.</i>				
«Оболонська»	8,43	50,58	15 000	252 900
Всього:				22 912 500

Митні процедури на території України:

Митна вартість = 978 000 USD * 26.8 = 26 210 400 грн.

Згідно з законодавством України експорт товарів, звільнений від сплати мита, акцизів та ПДВ за умови здійснення розрахунків у іноземній валюті. Отже, Мито = 0

Згідно з Декретом Кабінету Міністрів України від 26.12.92 р. N 18-92 "Про акцизний збір" товари, що експортуються за умови розрахунків в іноземній валюті, звільняються від оподаткування акцизним збором.

Акциз = 0

Експорт товарів за межі митної території України законодавчо звільнений від ПДВ (податок обчислюється за нульовою ставкою). За загальним правилом, до операцій з вивезення (експорту) товарів застосовується нульова ставка ПДВ (п.п. «а» п.п. 195.1.1 ПКУ). Причому факт вивезення товару за межі митної території України необхідно підтвердити митною декларацією (МД), оформленої відповідно до вимог митного законодавства (п.п. «б» п. 187.1 ПКУ) та повідомленням про фактичне вивезення товарів (п. 30 Положення № 450, 209.09 БЗ).

Податок на додану вартість застосовується відповідно до Закону України "Про податок на додану вартість" від 03.04.97 N 168/97-ВР. ПДВ = 0

Оформлення вантажно-митної декларації (ВМД) коштує 1149 грн. На кожну машину необхідно оформляти одну ВМД (для пива, код 2203) і один додатковий лист (МД-6), в якому буде відображатись інша продукція (безалкогольні напої, код 2202; мінеральна вода, код 2201). Вартість додаткового листа 500 грн. За рік буде відправлено 83 машини, отже оформлення ВМД буде коштувати $1149 * 83 + 500 * 83 = 136\,867$ грн.

Сертифікати походження видаються Торгово-промисловою палатою і коштують 500 грн. за один сертифікат. Один сертифікат видається на одну машину.

Витрати на отримання сертифікатів будуть складати $500 * 83 = 41\,500$ грн.

Накладні витрати всього = $136\,867 + 41\,500 = 178\,367$ грн.

Розраховуємо показники ефективності:

1. Економічна ефективність реалізації експортних товарів.

$$E_{\text{екс.екон}} = \frac{V_{\text{нетто}}}{Z_{\text{екс}}} = \frac{V_{\text{брутто}} - \text{НВ}_{\text{вал}}}{C_{\text{вир}} + \text{НВ}_{\text{грн}}}, \quad (2.1)$$

де $V_{\text{нетто}}$ – нетто (чистий виторг) в іноз. валюті, переведений у гривні за офіційним курсом;

$Z_{\text{екс}}$ – повні витрати реалізованої на експорт продукції, грн;

$V_{\text{брутто}}$ – бруто виручка в іноземній валюті, переведена в гривні за офіційним курсом;

$\text{НВ}_{\text{вал}}$ – інвалютні накладні витрати, переведені в гривні за офіційним курсом;

$C_{\text{вир}}$ – виробнича собівартість експортованого товару;

$\text{НВ}_{\text{грн}}$ – накладні витрати, понесені у гривнях.

$E_{\text{екс.екон}} = 978\,000 * 26,8 / (22\,912\,500 + 178\,367) =$

$= 26\,210\,400 / 23\,090\,867 = 1,13509$

У нашому випадку $V_{\text{вал.експ.}} > 1$ – це свідчить про те, що експорт є економічно вигідним.

2. Показник ефекту експорту:

$$E_e = V_{\text{екс}} * K_{V_i} - Z_{\text{екс}}, \quad (2.2)$$

де $V_{\text{екс}}$ – виручка від експорту продукції, вал.од.;

K_{V_i} – валютний курс;

$Z_{\text{екс}}$ – витрати на виробництво та реалізацію експортованої продукції, грн.

$$E_e = 978\,000 * 26,8 - (22\,912\,500 + 178\,367) = 26\,210\,400 - 23\,090\,867 = 3\,119\,533 \text{ грн.}$$

Цей показник свідчить про отримання прибутку від експорту продукції в 2021 році в Республіку Білорусь в розмірі 3 119 533 грн

Для підвищення показників ефективності експорту товарів пропонуємо змінити умову поставки товарів з FCA м. Київ на CPT с. Нова Гута.

Змінюємо базисну умову поставки на CPT с. Нова Гута. За даним базисом обов'язки продавця вважаються виконаними, коли товар очищений від вивізних мит та надходить на прикордонний пункт країни відправлення, маючи на увазі автомобільний або залізничний перехід на кордоні. Під терміном «кордон» – розуміється будь-який кордон, включаючи і кордон країни призначення. Цей базис поставки призначений при перевезеннях залізницею або автотранспортом.

Оплата за товар, що постачається, повинна виконуватись в формі передплати шляхом переказу на валютний рахунок Продавця 100 % вартості партії товару. Валютою платежу є долар США.

Отже, при умові поставки CPT с. Нова Гута в наші обов'язки входить перевезення товару до кордону. Транспортування можна здійснювати двома способами: залізницею та автотранспортом.

Розрахуємо вартість перевезення товару залізницею.

Вартість перевезення на території України $650 * 26,8 = 17\,420$ грн.

Вантажопідйомність вагону 50 тон.

Вага товару $1\,660\,000\text{кг} = 1660\text{ тон}$

Необхідна кількість вагонів $= 1660 / 50 = 33\text{ шт.}$

Вартість перевезення товару до границі $= 17\,420 * 33 = 574\,860\text{ грн.}$

Розрахуємо вартість перевезення товару автотранспортом.

Вартість перевезення на території України $538 * 26,8 = 14\,418,40\text{ грн.}$

Вантажопідйомність авто 20 тон.

Вага товару $1\,660\,000\text{кг} = 1660\text{ тон}$

Необхідна кількість фур $= 1660 / 20 = 83\text{ шт.}$

Вартість перевезення товару до границі $= 14\,418,40 * 83 = 1\,196\,727,20\text{ грн.}$

Отже, перевезення товару вигідніше здійснювати залізницею.

Звичайно, всі витрати, пов'язані з реалізацією продукції, включаються в ціну товару. В нашому випадку витрати на транспортування ми не будемо включати в ціну, тим самим збільшуючи її, а відобразимо їх окремо як «транспортні витрати» в інвойсі і виставимо їх на оплату нашим партнерам, компанії «Мир пива». Але хоча компанія «Мир пива» і платить за транспортування товару на території України, їй не доводиться займатися організацією транспортування в іноземній державі, не треба перетинати кордон, що несе додаткові витрати коштів та часу. До того ж компанія «Неостиль» здійснює перевезення автотранспортом, що виходить дорожче ніж перевезення залізницею. Тому, білоруській компанії вигідніше заплатити вартість перевезення ПрАТ «Оболонь». Звісно ПрАТ «Оболонь» теж не безкоштовно буде здійснювати послуги транспортування. Окрім самих витрат на транспортування 574 860 грн. ми додаємо 20% від суми транспортування за надання послуг. Отже, білоруська компанія повинна переказати на рахунок ПрАТ «Оболонь» 689 832 грн. за послуги транспортування.

Митні процедури на території України:

Митна вартість $= 978\,000 * 26,8 + 574\,860 = 26\,785\,260\text{ грн.}$

Згідно з зведення правил зовнішньоторговельного співробітництва України з державами-учасниками СНД експорт товарів звільнений від сплати мита, акцизів та ПДВ за умови здійснення розрахунків у іноземній валюті.

Оформлення вантажно-митної декларації (ВМД) коштує 1149 грн. На кожен вагон необхідно оформляти одну ВМД (для пива, код 2203) і один додатковий лист (МД-6), в якому буде відображатись інша продукція (безалкогольні напої, код 2202; мінеральна вода, код 2201). Вартість додаткового листа 500 грн. За рік буде відправлено 33 вагонів.

Оформлення ВМД буде коштувати $1149 * 56 + 500 * 56 = 92\,344$ грн.

Сертифікати походження видаються Торгово-промисловою палатою і коштують 500 грн. за один сертифікат. Один сертифікат видається на один вагон.

Отже, витрати на отримання сертифікатів будуть складати

$$500 * 33 = 16\,500 \text{ грн.}$$

Накладні витрати в нац. валюті $= 574\,860 + 92\,344 + 16\,500 = 683\,704$ грн.

Розрахуємо показники ефективності на умовах поставки СРТ с. Нова Гута, залізничним транспортом.

1. Економічна ефективність реалізації експортних товарів.

$$E_{\text{екон}}^{\text{екс}} = \frac{V_{\text{нетто}}}{Z_{\text{екс}}} = \frac{V_{\text{брутто}} - \text{НВ}_{\text{вал}}}{C_{\text{вир}} + \text{НВ}_{\text{грн}}}, \quad (2.3)$$

де $V_{\text{нетто}}$ – нетто (чистий виторг) в іноз. валюті, переведений у гривні за офіційним курсом;

$Z_{\text{екс}}$ – повні витрати реалізованої на експорт продукції, грн;

$V_{\text{брутто}}$ – бруто виручка в іноземній валюті, переведена в гривні за офіційним курсом;

$\text{НВ}_{\text{вал}}$ – інвалютні накладні витрати, переведені в гривні за офіційним курсом;

$C_{\text{вир}}$ – виробнича собівартість експортованого товару;

$\text{НВ}_{\text{грн}}$ – накладні витрати, понесені у гривнях.

$$\begin{aligned} \text{Еекс.екон} &= (978\,000 * 26,8 + 689\,832) / (22\,912\,500 + 683\,704) = \\ &= 26\,900\,232 / 23\,596\,204 = 1,1400 \end{aligned}$$

Показник економічної ефективності експорту на умовах поставки СРТ с. Нова Гута вищий за показник економічної ефективності експорту на умовах поставки FCA м. Київ.

2. Показник ефекту експорту:

$$E_e = V_{\text{екс}} * K_{\text{в}} - Z_{\text{екс}}, \quad (2.4)$$

де $V_{\text{екс}}$ – виручка від експорту продукції, вал.од.;

$K_{\text{в}}$ – валютний курс;

$Z_{\text{екс}}$ – витрати на виробництво та реалізацію експортованої продукції, грн.

$$\begin{aligned} E_e &= (978\,000 * 26,8 + 689\,832) - (22\,912\,500 + 683\,704) = \\ &= 26\,900\,232 - 23\,596\,204 = 3\,304\,028 \text{ грн.} \end{aligned}$$

Згідно з розрахунками при поставці експортної продукції на умовах СРТ с. Нова Гута залізничним транспортом ПАТ «Оболонь» отримує прибуток в розмірі 3 304 028 грн., що на 184 495 грн. більш ніж прибуток, отриманий від поставки товару на умовах FCA м. Київ автомобільним транспортом.

Порівняємо показники ефективності здійснення експорту продукції в Республіку Білорусь на умовах поставки FCA м. Київ і СРТ с. Нова Гута. Дані представимо у вигляді таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Порівняння показників ефективності експорту ПрАТ «Оболонь» в Республіку Білорусь при різних умовах поставки

Показник	FCA м. Київ, авто	СРТ с. Нова Гута, вагон
Контрактна вартість, грн.	26 210 400	26 210 400
Собівартість виробництва, грн.	22 912 500	22 912 500
Накладні витрати, грн., в т.ч.:	178 367	683 704
Митні процедури (ВМД)	136 867	92 344

Сертифікати походження	41 500	16 500
Транспортування	-	574 860
Виручка від експорту	26 210 400	26 900 232
Економічна ефективність	1,13509	1,1400
Ефект експорту, грн.	3 119 533	3 304 028

Як видно з таблиці, при базисній умові поставки СРТ с. Нова Гута залізничним транспортом показник економічної ефективності експорту вищий за показник ефективності експорту на умовах поставки FCA м. Київ автомобільним транспортом. Прибуток в разі зміни умови поставки зросте на 184 495 грн. (3 304 028- 3 119 533).

Для визначення впливу запропонованих заходів на ефективність діяльності підприємства розрахуємо прогнозні показники фінансового стану підприємства і ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

2.3. Розрахунок прогнозних показників ЗЕД ПрАТ «Оболонь» на 2021-2023 рр. з урахуванням запропонованих заходів

В зв'язку з складною політичною та економічною ситуацією, яка склалася на експортному ринку пива для підприємства ПрАТ «Оболонь», а саме заява Росспоживнагляду про призупинення ввезення пива торгівельної марки «Оболонь» на територію Російської Федерації. Виходячи з того, що російський ринок пива для корпорації є глобальним и складає близько 80% всього експорту пива на підприємстві. В склавшихся умовах треба диверсифікувати ринки збуту шляхом мінімізації затрат при пошуку та виході на нові ринки та розширення своєї присутності на вже існуючих ринках. Наприклад, вихід на європейські ринки потребує занадто великих інвестицій, оскільки на висококонкурентному ринку пива в Європейському союзі вітчизняна продукція вже не виділятиметься своєю перевагою-високою якістю. Перспективні ринки Китаю та Південної Америки є дуже привабливими, але за рахунок витрат на логістичні послуги, кінцевий продукт

стає не конкурентно спроможній, що не дає змоги конкурувати на полиці з місцевими виробниками пива.

Виходячи з вищенаведеного було запропоновано розширювати ринки збуту на території Республіки Білорусь, тому що по перше на цьому ринку вже присутня продукція ПрАТ «Оболонь» і успішно продається вже більше 20 років. За цей час склалися довірливі партнерські стосунки з білоруськими колегами, по друге об'єм експорту підприємства на цей ринок займає друге місце після Російської Федерації. У Білорусі частка „Оболоні” на пивному ринку становить близько 5%., а по третє територіальна близькість дає можливість зменшити кінцеву вартість пива на полицях, тим самим збільшити об'єми продажів за рахунок конкурентної ціна та можливості гнучких цін.

Республіка Білорусь один з найважливіших експортних ринків для корпорації «Оболонь». За підсумками роботи минулих років ринок Білорусії займає лідируючі позиції за швидкі темпи росту продажів та долі ринку. Наше завдання - підвищувати якість присутності на ринках де ми маємо сильні позиції. Ми вибираємо стратегію фокусування, яка передбачає зосередження зусиль на тих ринках, де корпорація добре представлена. Наприклад, білоруський ринок вимагає розвивати дистрибуцію та заходити в точки продажу із збалансованим портфелем товарів. Саме тому, в Білорусії важливо нарощувати продажі пива в банці та склі. Натомість, на сході, де ми тільки розпочинаємо освоєння ринку, важливо побудувати знання марки та розвивати базу лояльних споживачів. Також треба утримувати і розвивати присутність компанії на ринку за допомогою торговельних представників.

Пивна галузь білорусії повністю регулюється державою незалежно від форми власності підприємства, деякі великі виробники все ще перебувають у державній власності. Тим не менше, цей ринок є високо конкурентним. Тут представлено багато транснаціональних компаній. Підприємство співпрацює з трьома компаніями-контрагентами «Мир пива», «Евроторг» та «Оболонь-Русь» які представляють продукцію ПрАТ «Оболонь» на ринку пива та безалкогольних

напоїв Республіки Білорусь. Це перша і поки що єдина країна, де відкрито офіційне представництво компанії. За рахунок цього є можливість додатково розширювати ринок, налагодивши програму ліцензійного розливу пива на території Білорусії.

Для визначення ступеню впливу запропонованого заходу, який стосується змін умов поставок експортної продукції, проаналізуємо основні показники фінансово-економічної та зовнішньоекономічної діяльності та подамо їх у вигляді таблиць з даними за попередні та проектний роки, та розрахуємо відносні та абсолютні відхилення показників.

Згрупуємо в таблицю 2.4 дані, отримані за результатами проведених розрахунків по впровадженню запропонованого заходу.

Таблиця 2.4

Результати економічної ефективності експорту в Республіку Білорусь за 2021р.,

грн

№	Назва показників	Розширення ринків збуту
1	Виручка від реалізації експорту, тис. грн.	26 900, 232
2	Чиста виручка від реалізації експорту, тис. грн.	26 900, 232
3	Витрати на виробництво експортованої продукції, тис. грн.	22 912, 500
4	Накладні витрати при експорті в т.ч., тис. грн.	
5	в іноземній валюті	-
6	в національній валюті	683, 704
7	Прибуток, тис. грн.	3 304, 028
8	Чистий прибуток (податок 18%), тис. грн.	2 709, 302
9	Ефект експорту, тис. грн.	3 304, 028
10	Ефективність експорту	1,1400

Як видно із результатів розрахунків таблиці 2.4 експорт продукції ПрАТ «Оболонь» у 2021 році є економічно ефективним, так як економічна ефективність експорту за цей рік є більшою за одиницю і складає 1,1400 а ефект від експорту

становить 3 304 028 грн. Виручка від реалізації експорту дорівнює 26 900 232грн., витрати на виробництво експортної продукції складають 22 912 500грн., а накладні витрати 683 704грн.

Таблиця 2.5

Вихідні дані та прогноз фінансових результатів до і після впровадження проекту з оптимізації схем транспортування, тис.грн.

Стаття	Код	2019	2020	2021 (прогноз)	2022 (прогноз)	2023 (прогноз)
Чистий дохід від реалізації продукції	035	3180913	2992622	3019522,23	3019522,23	3019522,23
Собівартість реалізованої продукції	040	1920334	1796746	1819658,5	1819658,5	1819658,5
Валовий прибуток	050	1260579	1195876	1199863,73	1199863,73	1199863,73
Інші операційні доходи	060	273005	492187	492187	492187	492187
Адміністративні витрати	070	175155	174924	174924	174924	174924
Витрати на збут	080	734697	734206	734889,7	734889,7	734889,7
Інші операційні витрати	090	335593	497572	497572	497572	497572
Прибуток від операційної діяльності	100	288139	281361	284665,03	284665,03	284665,03
Доход від участі в капіталі	110	16500	15214	15214	15214	15214
Інші фінансові доходи	120	21967	34094	34094	34094	34094
Інші доходи	130	62126	32658	32658	32658	32658
Фінансові витрати	140	145897	169005	169005	169005	169005
Витрати від участі в капіталі	150	14986	6715	6715	6715	6715
Інші витрати	160	24242	15887	15887	15887	15887
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	170	203607	171720	175024,03	175024,03	175024,03
Податок на прибуток	180	36649	30909	31504,32	31504,32	31504,32
Чистий прибуток	220	166958	140811	143519,71	143519,71	143519,71

Джерело

Проаналізувавши таблицю 2.5 ми можемо сказати що прогноз фінансових результатів є позитивний, так як чистий прибуток в пргнозованих роках є вищий за попередній рік і становить 143519,71 грн.

Таблиця 2.6

Структура доходів ПрАТ «Оболонь» та вплив запропонованого заходу на її зміну

Показник	2019 рік			2020 рік			2021-2022-2023 рр.			Відхилення	
	тис. грн.	питома вага, %		тис. грн.	питома вага, %		тис. грн.	питома вага, %		Абсолютне, тис.грн.	Відносне, %
1.Чистий дохід від реалізації продукції	3180913	89,49		2992622	83,90		3019522,23	84,02		+ 26900,23	0,89
2.Інші операційні доходи	273005	7,68		492187	13,8		492187	13,70		-	-
3.Дохід від участі в капіталі	16500	0,46		15214	0,43		15214	0,42		-	-
4.Інші фінансові доходи	21967	0,62		34094	0,96		34094	0,95		-	-
5.Інші доходи	62126	1,75		32658	0,91		32658	0,91		-	-
Разом	3554511	100		3566775	100		3593675,23	100		+26900,23	

Дані табл. 2.6 свідчать...ми можемо побачити що чистий дохід підприємства в прогнозованому році збільшиться до 3019522,23 тис.грн. що на 26900,23 тис.грн більше ніж в минулому році.

Таблиця 2.7

Оцінка впливу зміни БУП на структуру прибутку ПрАТ «Оболонь», тис. грн.

Показник	2019	2020	Прогноз на 2021	Відхилення	
				Абсолютне, +/-	Відносне, %
1.Валовий прибуток (збиток)	1260579	1195876	1199863,73	+3987,73	0,33

2. Прибуток (збиток) від операційної діяльності	288139	281361	284665,03	+3304,03	1,16
3. Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	203607	171720	175024,03	+3304,03	1,88
4. Прибуток (збиток) від звичайної діяльності	152965	133895	143519,71	+9624,71	6,71
5. Чистий прибуток	152965	133895	143519,71	+9624,71	6,71

Джерело

Виходячи з розрахунків по таблиці 2.7 ми можемо зробити висновок, що прогностні показники структури прибутку збільшаться, а саме чистий прибуток на 6.71%, валовий прибуток на 0,33% в порівнянні з минулим роком. Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування зріс на 1,88%, а прибуток (збиток) від операційної діяльності на 1,16%.

Таблиця 2.8

Оцінка впливу зміни БУП на структуру витрат, тис.грн.

Показник	2019 рік	2020 рік	Прогноз на 2021	Абсолютне відхилення, тис. грн.
1. Податок на додану вартість	637563	577960	577960	-
2. Акцизний збір	501993	484749	484749	-
3. Інші вирахування з доходу	240	-	-	-
4. Собівартість реалізованої продукції	1920334	1796746	1819658,5	+22912,5
5. Адміністративні витрати	175155	174924	174924	-
6. Витрати на збут	734697	734206	734889,7	+683,7
7. Інші операційні витрати	335593	497572	497572	-
8. Фінансові витрати	145897	169005	169005	-
9. Втрати від участі в капіталі	14986	6715	6715	-
10. Інші витрати	24242	15887	15887	-

11. Податок на прибуток від звичайної діяльності	50642	37825	31504,32	-6320,68
--	-------	-------	----------	----------

Джерело

Виходячи з розрахунку прогнозних показників можна зробити висновок, що запропонований захід для ПрАТ «Оболонь» має значний позитивний вплив, тим самим збільшує доходи, покращує показники фінансових результатів, збільшує прибутковість зовнішньоекономічної діяльності та покращує конкурентні позиції підприємства на ринку Республіки Білорусь.

ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ

Отже, даному розділі було показано шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій, а саме розроблено пропозиції щодо посилення конкурентної позиції продукції підприємства на зовнішніх ринках, шляхом аналізу ситуації, що склалася на даному етапі розвитку нашої країни щодо важливості та доцільності здійснення зовнішньоекономічних операцій, обґрунтовано захід та розраховано прогнозні показники зовнішньоекономічної діяльності з врахуванням запропонованого заходу. Провівши аналіз фінансово-економічної діяльності можна зробити висновок, що запропонований захід для ПрАТ «Оболонь» має значний позитивний вплив, збільшує доходи, покращує показники фінансово-економічного стану, збільшує прибутковість зовнішньоекономічної діяльності та покращують конкурентні позиції підприємства.

ВИСНОВКИ

У випускній кваліфікаційній роботі здійснено дослідження ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2016 -2020 роки, було запропоновано захід щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в проектному році, виявлення впливу заходу на діяльність підприємства. Результати даного дослідження дали змогу зробити наступні висновки теоретичного та практичного характеру.

В теоретичній частині роботи були розкриті теоретичні аспекти здійснення

зовнішньоекономічної діяльності, розглянуті підходи до оцінці експортно-імпортних операцій, а також механізм державного регулювання зовнішніх операцій. Отже, ми зробили наступний висновок. Зовнішньоекономічну діяльність підприємств ототожнюють, передусім, зі здійсненням експортних та імпортних торговельних операцій, адже на такі операції припадає майже 80% усіх здійснюваних у зовнішньоекономічній діяльності операцій. Перспективи зовнішньоекономічної діяльності в Україні вирішальною мірою залежать від розвитку експортного потенціалу, вдосконалення товарної структури експорту. Державна зовнішньоекономічна політика спрямована на найбільш сприятливий розвиток економічних, науково-технічних, виробничих зв'язків із зарубіжними країнами, поглиблення та розширення участі в міжнародному поділі праці з метою розв'язання стратегічних завдань соціально-економічного розвитку країни.

В другій частині роботи був зроблений загальний аналіз господарсько-виробничої та фінансової діяльності підприємства, в ході якого було виявлено погіршення практично всіх показників діяльності підприємства за аналізований період. Причинами такого стану є реалізація затратних інвестиційних проектів по модернізації як головного підприємства так і його регіональних заводів по виробництву продукції ПрАТ «Оболонь».

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь» показав, що експортні можливості ПрАТ «Оболонь» досить високі, підприємство здійснює поставки пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв в такі країни, як: Росія, Молдова, Білорусь, Естонія, Латвія, Литва, Польща, Ізраїль, Великобританія, Німеччина, Португалія, Іспанія, США, Казахстан, Тайвань, Канада і Франція. Найбільша доля експорту припадає на Росію, Молдову, Білорусь. Продукція ПрАТ «Оболонь» поставляється на зовнішній ринок прямим методом, без залучення посередників. При здійсненні досліджень зовнішнього ринку ПрАТ «Оболонь» у першу чергу використовує кабінетні методи. Стимулювання збуту продукції ПрАТ «Оболонь» відбувається методом гнучких цін та знижок для постійних клієнтів, реклама на радіо, телебаченні, у пресі та участь продукції ПрАТ

«Оболонь» у виставках, ярмарках, міжнародних професійних конкурсах. Прибуток від здійснення експорту у 2020 році збільшився в порівнянні з 2016 роком.

В другому розділі був запропонований захід щодо підвищення ефективності здійснення експортної діяльності підприємства – за рахунок зміни умов поставки та виду транспортного засобу.

В результаті перегляду умови поставки товарів з FCA м. Київ автомобільним транспортом на СРТ с.Нова Гута залізничним транспортом наше підприємство отримує прибуток 3 304 028 грн., що на 184 495 грн. більше ніж прибуток, отриманий від поставки товару на умовах FCA м. Київ.

Запровадження заходу підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності матиме значний позитивний вплив на фінансово-економічний стан, зовнішньоекономічну діяльність та на конкурентну позицію ПрАТ «Оболонь».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Adizes Ichak. (2019). Mastering Change Participant's Manual: Questions and Discussion Topics Paperback. Carpinteria. Adizes Institute Publications. 194 p.
2. Michael E. Porter. «The Five Competitive Forces that Shape Strategy», [Harvard Business Review](#), January, 2008, p.86
3. Бондаренко А.В. Повышение эффективности экспорта в условиях глобализации. А.В. Бондаренко. Вестник СГСЭУ. 2017. №3(47). С.166-

170.

4. Бондарева Т.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства. Т.І. Бондарева, А.І. Осадчук. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2018. №3(15). С.91-104.
5. Гавалешко С. В. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення [Електронний ресурс] / С. В. Гавалешко // Економікс, 2012. – № 10.–
6. Довбня С. Б. Методичні особливості показників рентабельності та розробка їх класифікації [Електронний ресурс] / С. Б. Довбня, О. Г. Пендик // Молодий вчений, 2014. - № 5(1). - С. 94-97.
7. Денисенко М.П. Глобалізація та її вплив на інноваційний розвиток України / М.П.Денисенко, А.П. Гречан // Проблеми науки. – 2005. – № 1. – С. 47–52.
8. Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Ільїна, В. П. Шило // Економічний простір, 2008. – № 18. – С. 180- 192.
10. Клочан В.В. Сталий розвиток та концентрація виробництва сільськогосподарських підприємств / В.В. Клочан // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки / ХНТУСГ. - Х. – 2013. – Вип. 137. – С. 117-125
11. Корпорація «Оболонь»: Система управління. – Режим доступу: https://obolon.ua/ua/about/control_system
12. Корпорація «Оболонь»: Структура корпорації. – Режим доступу: <https://obolon.ua/ua/about/structure>
13. Літньова Н. А. Сучасні підходи вдосконалення методології механізму управління сталим розвитком промислових підприємств / Н. А. Літньова // Наукові записки, 2014.- № 1 (9) .- С. 121-127.
14. Мазарчук А. Ю. Моделювання прибутку виробничого підприємства на прикладі державного підприємства «Новатор» / А. Ю. Мазарчук, Г. С.

Більовська // Вісник Хмельницького національного університету, 2014, №5, Т. 1.

15. Манин П.В. Алгоритм оценки внешнеэкономического потенциала предприятия. П.В. Манин. Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2016. №1(27).
16. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання: монографія. Б. Є. Грабовецький. Вінниця: ВНТУ, 2018. 171 с.
17. Навчальний посібник економічна діагностика І.В. Кривов'язюк 2017 с.117
18. Нікіфорова Є. В. Економічний потенціал як сукупність ресурсів фінансовогосподарської діяльності / Є. В. Нікіфорова, О. В. Шнайдер // Азимут наукових досліджень: економіка та управління, 2013. – Вип. №1. – С. 20-22.
19. Офіційний сайт компанії Карлсберг Україна. – Режим доступу: <http://carlsbergukraine.com>.
20. Офіційний сайт компанії ПрАТ «Оболонь». – Режим доступу: <https://obolon.ua/ua>
21. Офіційний сайт компанії САН ІнБев Україна. – Режим доступу: <http://www.suninbev.com.ua>.
22. Офіційний сайт Приватного акціонерного товариства «Українська галузева компанія по виробництву пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод “УКРПИВО”». – Режим доступу : <http://www.ukrpivo.com>.
23. Панченко О.М. Сучасні інноваційні процеси: чинники та особливості організації в умовах глобалізації / О.М. Панченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2011. – № 3 (11). – С. 200–206.
24. Пивная промышленность 2015. – Режим доступу: [Brewing industry \(uniter.by\)](http://Brewing_industry(uniter.by))

25. Піддубний І. О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібник / Харківський національний економічний ун-т. — Х. : ВД «Інжек», 2006. — 270с.
26. Плаксієнко В. Я. Методика визначення фінансових результатів та відображення їх в обліку / В. Я. Плаксієнко, О. І. Дацій // Облік і фінанси АПК, 2009. — № 2. — С. 16–21.
27. Промышленность Республики Беларусь. Статистический сборник. — Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017. — С. 95.
28. Соболева Т.О. Інноваційна діяльність в контексті глобалізаційних процесів / Т.О. Соболева // Вісник національного університету «Львівська політехніка». — 2010. — № 684. — С. 228–231.
29. Стратегічне планування на підприємстві : [навч. посіб.] / [Т. Любанова, Л. Мясоедова, Ю. Олейникова]. — Март, 2009. — 400 с.
30. Сухоруков А.І., Сухорукова О.А. Мейнстрим проблем международной экономики и международной экономической безопасности. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, Серія: Економіка і менеджмент, Збірник наукових праць. випуск №32, частина 1, 2018. С. 4-9.
31. Фатенок-Ткачук А.О. Аналізування факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств. А.О. Фатенок Ткачук. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2017. № 17
32. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие - М.: ЗАО «Бизнес-школа» Интел- Синтез, 2004. 304с.
33. Хусаїнов Р.В. Глобалізація інноваційної сфери економіки: фактори, стан та наслідки для України / Р.В. Хусаїнов // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». — 2015. — Вип. 10. — С. 94–98
34. Бондарець В.В. Роль конкурентоспроможності у забезпеченні економічної безпеки молокопереробних підприємств: матеріали

міжнар.наук.-практ. конф., м. Черкаси 29-31 березня. 2013 року. С. 21-22.

35. Radchenko O.O. Economy and society: modern foundation for human development. Proceedings of the Conference, 2016, October 31th, Leipzig



ДОДАТКИ

Додаток А

Етапи еволюції ПрАТ «Оболонь» на ринку України.

1974 рік	У новому районі Києва Оболоні на березі річки Почайни, проводиться намів майданчика для будівництва майбутнього Київського пивзаводу №3. Проектування заводу здійснювали спеціалісти з Чехії. Вони ж і визначили, що м'яка та кришталево чиста вода юрського горизонту, величезні запаси якої було знайдено в цій місцевості, ідеально відповідає всім вимогливим критеріям пивоваріння.
1989 рік	Із п'яти кандидатур, що були висунуті на посаду Генерального директора пивобезалкогольного об'єднання «Оболонь», колектив обирає Олександра Слободяна. Починається експортна діяльність підприємства, і вперше «Жигулівське пиво/ Zhiguli Beer» виробництва «Оболоні» надходить до споживачів

	Великобританії та отримує високу оцінку. Сьогодні ПАТ «Оболонь» під власною маркою експортує свою продукцію у десятки країн світу, у тому числі в Росію, Австрію, Німеччину, Іспанію, Португалію, Південну Корею, США, Канаду, Тайвань та ін.
1993 рік	Приватизоване підприємство отримує юридичний статус Закритого акціонерного товариства. Вводиться в дію лінія розливу пива в пляшки ємністю 0,33 літра.
1996 рік	ЗАТ «Оболонь» стає співвласником ВАТ «Севастопольський пивоварний завод» та ЗАТ «Бершадський пивокOMBінат». У цеху розливу №3 головного заводу стає до ладу перша і єдина на той час в Україні лінія розливу пива в кеґлі ємністю 50л для ресторанного бізнесу.
1997 рік	Вперше в Україні налагоджується випуск пива у жерстяних баночках. ЗАТ «Оболонь» стає співвласником ВАТ «Охтирський пивоварний завод». У продажу з'являється новий безалкогольний напій «Спорт». ЗАТ «Оболонь» вперше в Україні отримує кредит у \$ 40 млн. від ЄБРР без гарантій уряду, кошти направлено на фінансування стратегічних програм.
1998 рік	Вперше в галузі ЗАТ «Оболонь» отримує Міжнародний сертифікат на систему управління якістю ISO-9001 версії 1994 року, що засвідчує високий рівень усіх процесів та здатності українського підприємства випускати продукцію світового рівня.
2001 рік	АТ «Оболонь» підтверджує високу організацію системи управління якістю і вперше в Україні отримує сертифікат згідно стандарту ISO-9001 версії 2000 року. Починається випуск безалкогольного напою «Живчик Унік», який замість цукру містить не менш солодку фруктозу. Налагоджується випуск першого українського елітного пива «Магнат».
2003 рік	У рамках національної церемонії «Лучшее пиво года» (Москва) «Магнат» визнано кращим імпортом пивом преміум класу, «Оксамитове» - найкращим імпортом оксамитовим пивом. «Оболонь» відзначила 10-річчя з дня отримання статусу закритого акціонерного товариства. У рамках Всеукраїнського конкурсу «Бренд року» «Оболонь», «Живчик», «Оболонська» визнано кращими брендами 2003 року. АТ «Оболонь» відзначено найвищою нагородою цього конкурсу - Гран-прі. Всьоме ЗАТ «Оболонь» ввійшло до рейтингу найкращих компаній України «Топ-100», проведений відомим діловим виданням «Інвестгазетою». На V Московському фестивалі пива компанія «Оболонь» здобула премію «Хрустальна братина» як виробника найкращого імпортного пива.
2006 рік	ТМ «Оболонь» на VIII Великому Московському фестивалі пива, отримала велику кількість нагород. «Оболонь Лагер» здобуло одну з номінацій в категорії «Краще імпортоване пиво», а «Оболонь Світле» зайняло другу позицію як «Найнародніше» пиво.
2007 рік	За результатами рейтингу «Топ-100 - Кращі Компанії», компанія «Оболонь» - підтвердила свій статус лідера пивобезалкогольної галузі України та отримало визнання у кількох номінаціях одразу: «100 кращих компаній по об'єму чистого доходу», «100 кращих компаній по об'єму чистого прибутку» та «100 кращих компаній по об'єму експорту», адже на компанію випадає більш, як 80% експорту пива України. За результатами незалежного голосування споживачів, пиво ТМ «Оболонь» - Obolon Lager, визнане кращим серед імпортного пива сегменту Lager, що було представлене на одному з наймасштабніших щорічних пивних фестивалів «Canada Cup of Beer» у Ванкувері, Канада.
2008 рік	ЗАТ «Оболонь» першим серед підприємств харчової промисловості сертифікувало чотири системи управління одразу. Під час аудиту, який здійснювали представники німецької фірми «DEKRA-ITS», компанія «Оболонь» підтвердила відповідність вимогам ДСТУ ISO 9001:2001 (Системи управління якістю), ДСТУ

	ISO 22 000:2007 (Системи управління безпечністю харчових продуктів), ДСТУ ISO 14 001:2006 (Системи екологічного керування), ДСТУ-П OHSAS 18 001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці).
2011 рік	На початку року компанія „Оболонь” згідно з дослідженням “Найбільш шановані роботодавці України 2010”, організованим Reputation Capital та HeadHunter, посіла п'яте місце серед українських компаній із найкращою репутацією як роботодавця. Компанія «Оболонь» змінює форму власності, ставши публічним акціонерним товариством. Корпорація «Оболонь» посідає 28 місце у світі за обсягами виробництва пива за підсумками 2010 року.
2017 рік	«ОБОЛОНЬ» змінила форму власності з ПАТ на «Приватне акціонерне товариство» Випуск нового сорту «Оболонь Солодове».
2020 рік	«Оболонь» відсвяткувала свій 40-річний ювілей. Корпорація увійшла до рейтингів ТОП-25 інноваційних компаній України та ТОП-50 найкращих компаній за підсумками року. Відбулося масштабне оновлення ТМ «Оболонь» та ТМ «Zibert». Випущено нові сорти пива («Germanarich», «Оболонь Київське Міцне», «Obolon Premium Dark Brew», «Hardmix Tequila&Lime» ПЕТ 0,6 л), сидру («Ciber Rose»), 2 нових смаки безалкогольних напоїв ТМ «Живчик», мінеральну воду «Оболонська слабогазована». Також компанія першою в Україні почала випуск слабоалкогольних напоїв нової для ринку категорії «хард зельцер».
1974 рік	У новому районі Києва Оболоні на березі річки Почайни, проводиться налив майданчика для будівництва майбутнього Київського пивзаводу №3. Проектування заводу здійснювали спеціалісти з Чехії. Вони ж і визначили, що м'яка та кришталево чиста вода юрського горизонту, величезні запаси якої було знайдено в цій місцевості, ідеально відповідає всім вимогливим критеріям пивоваріння.
1989 рік	Із п'яти кандидатур, що були висунуті на посаду Генерального директора пивобезалкогольного об'єднання «Оболонь», колектив обирає Олександра Слободяна. Починається експортна діяльність підприємства, і вперше «Жигулівське пиво/ Zhiguli Beer» виробництва «Оболоні» надходить до споживачів Великобританії та отримує високу оцінку. Сьогодні ПАТ «Оболонь» під власною маркою експортує свою продукцію у десятки країн світу, у тому числі в Росію, Австрію, Німеччину, Іспанію, Португалію, Південну Корею, США, Канаду, Тайвань та ін.
1993 рік	Приватизоване підприємство отримує юридичний статус Закритого акціонерного товариства. Вводиться в дію лінія розливу пива в пляшки ємністю 0,33 літра.
1996 рік	ЗАТ «Оболонь» стає співвласником ВАТ «Севастопольський пиво-безалкогольний завод» та ЗАТ «Бершадський пивокомбінат». У цеху розливу №3 головного заводу стає до ладу перша і єдина на той час в Україні лінія розливу пива в кеґлі ємністю 50л для ресторанного бізнесу.
1997 рік	Вперше в Україні налагоджується випуск пива у жерстяних баночках. ЗАТ «Оболонь» стає співвласником ВАТ «Охтирський пивоварний завод». У продажу з'являється новий безалкогольний напій «Спорт». ЗАТ «Оболонь» вперше в Україні отримує кредит у \$ 40 млн. від ЄБРР без гарантій уряду, кошти направлено на фінансування стратегічних програм.
1998 рік	Вперше в галузі ЗАТ «Оболонь» отримує Міжнародний сертифікат на систему управління якістю ISO-9001 версії 1994 року, що засвідчує високий рівень усіх процесів та здатності українського підприємства випускати продукцію світового рівня.

2001 рік	АТ «Оболонь» підтверджує високу організацію системи управління якістю і вперше в Україні отримує сертифікат згідно стандарту ISO-9001 версії 2000 року. Починається випуск безалкогольного напою «Живчик Унік», який замість цукру містить не менш солодку фруктозу. Налагоджується випуск першого українського елітного пива «Магнат».
2003 рік	У рамках національної церемонії «Лучшее пиво года» (Москва) «Магнат» визнано кращим імпортомним пивом преміум класу, «Оksamитове» - найкращим імпортомним оксамитовим пивом. «Оболонь» відзначила 10-річчя з дня отримання статусу закритого акціонерного товариства. У рамках Всеукраїнського конкурсу «Бренд року» «Оболонь», «Живчик», «Оболонська» визнано кращими брендами 2003 року. АТ «Оболонь» відзначено найвищою нагородою цього конкурсу - Гран-прі. Всьоме ЗАТ «Оболонь» увійшло до рейтингу найкращих компаній України «Топ-100», проведений відомим діловим виданням «Інвестгазетою». На V Московському фестивалі пива компанія «Оболонь» здобула премію «Хрустальна братина» як виробника найкращого імпортного пива.
2006 рік	ТМ «Оболонь» на VIII Великому Московському фестивалі пива, отримала велику кількість нагород. «Оболонь Лагер» здобуло одну з номінацій в категорії «Краще імпортне пиво», а «Оболонь Світле» зайняло другу позицію як «Найнародніше» пиво.
2007 рік	За результатами рейтингу «Топ-100 - Кращі Компанії», компанія «Оболонь» - підтвердила свій статус лідера пивобезалкогольної галузі України та отримало визнання у кількох номінаціях одразу: «100 кращих компаній по об'єму чистого доходу», «100 кращих компаній по об'єму чистого прибутку» та «100 кращих компаній по об'єму експорту», адже на компанію випадає більш, як 80% експорту пива України. За результатами незалежного голосування споживачів, пиво ТМ «Оболонь» - Obolon Lager, визнане кращим серед імпортного пива сегменту Lager, що було представлене на одному з наймасштабніших щорічних пивних фестивалів «Canada Cup of Beer» у Ванкувері, Канада.
2008 рік	ЗАТ «Оболонь» першим серед підприємств харчової промисловості сертифікувало чотири системи управління одразу. Під час аудиту, який здійснювали представники німецької фірми «DEKRA-ITS», компанія «Оболонь» підтвердила відповідність вимогам ДСТУ ISO 9001:2001 (Системи управління якістю), ДСТУ ISO 22 000:2007 (Системи управління безпечністю харчових продуктів), ДСТУ ISO 14 001:2006 (Системи екологічного керування), ДСТУ-П OHSAS 18 001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці).
2011 рік	На початку року компанія „Оболонь” згідно з дослідженням “Найбільш шановані роботодавці України 2010”, організованим Reputation Capital та HeadHunter, посіла п'яте місце серед українських компаній із найкращою репутацією як роботодавця. Компанія «Оболонь» змінює форму власності, ставши публічним акціонерним товариством. Корпорація «Оболонь» посідає 28 місце у світі за обсягами виробництва пива за підсумками 2010 року.
2017 рік	«ОБОЛОНЬ» змінила форму власності з ПАТ на «Приватне акціонерне товариство» Випуск нового сорту «Оболонь Солодове».
2020 рік	«Оболонь» відсвяткувала свій 40-річний ювілей. Корпорація увійшла до рейтингів ТОП-25 інноваційних компаній України та ТОП-50 найкращих компаній за підсумками року. Відбулося масштабне оновлення ТМ «Оболонь» та ТМ «Zibert».

	Випущено нові сорти пива («Germanarich», «Оболонь Київське Міцне», «Obolon Premium Dark Brew», «Hardmix Tequila&Lime» ПЕТ 0,6 л), сидру («Ciber Rose»), 2 нових смаки безалкогольних напоїв ТМ «Живчик», мінеральну воду «Оболонська слабогазована». Також компанія першою в Україні почала випуск слабоалкогольних напоїв нової для ринку категорії «хард зельцер».
--	--

Додаток 1
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 2

Підприємство ПАТ "Оболонь"
 Територія _____
 Форма власності публічна
 Орган державного управління _____
 Галузь промисловість
 Вид економічної діяльності _____
 Одиниця виміру : тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КФВ

за СПОДУ

за ЗКГНГ

за КВЕД

Контрольна сума

Коди		
17	01	20
05391057		
8038000000		
10		
18144		
15960		

Адреса м. Київ, вул. Богатирська, 3

БАЛАНС

на 31 грудня 2016 року

Форма № 1

код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
залишкова вартість	010	11968	12671
первісна вартість	011	29391	33236
накопичена амортизація	012	(17423)	(20565)
Незавершене будівництво	020	522924	181113
Основні засоби:			
залишкова вартість	030	1240056	1536428
первісна вартість	031	2234505	2741592
знос	032	(994449)	(1205164)
Довгострокові біологічні активи:			
справедлива (залишкова) вартість	035		
первісна вартість	036		
накопичена амортизація	037		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	040	76280	29043
інші фінансові інвестиції	045	48512	58675
Довгострокова дебіторська заборгованість	050	620	550

Відстрочені податкові активи	060	4609	10466
Гудвіл	065		
Інші необоротні активи	070		
Усього за розділом I	080	1904969	1828946
II. Оборотні активи			
Виробничі запаси	100	348296	348395
Поточні біологічні активи	110		
Незавершене виробництво	120	28378	27693
Готова продукція	130	42769	54265
Товари	140	11063	3368
Векселі одержані	150	614	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
чиста реалізаційна вартість	160	171282	199538
первісна вартість	161	177885	209531
резерв сумнівних боргів	162	(6603)	(9993)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	170	44689	17041
за виданими авансами	180		
з нарахованих доходів	190		
із внутрішніх розрахунків	200	138551	128535
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	86726	61795
Поточні фінансові інвестиції	220		
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
в національній валюті	230	6199	5160
в іноземній валюті	240	23887	6963
Інші оборотні активи	250	30543	19365
Усього за розділом II	260	932997	872118
III. Витрати майбутніх періодів	270	1765	1862
IV. Необоротні активи та групи вибуття	275		
Баланс	280	2839731	2702926

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Статутний капітал	300	32513	32513
Пайовий капітал	310		
Додатковий вкладений капітал	320		
Інший додатковий капітал	330	30816	30509
Резервний капітал	340	8128	8128
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	508236	669207
Неоплачений капітал	360	()	()
Вилучений капітал	370	()	()
Усього за розділом I	380	579693	740357
II. Забезпечення наступних витрат і платежів			
Забезпечення виплат персоналу	400		
Інші забезпечення	410		
Цільове фінансування	420		
Усього за розділом II	430		
III. Довгострокові зобов'язання			
Довгострокові кредити банків	440	391746	1165871
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450		
Відстрочені податкові зобов'язання	460		
Інші довгострокові зобов'язання	470		
Усього за розділом III.	480	391746	1165871

IV. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	500	1112744	106580
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510	122665	220230
Векселі видані	520	24156	13000
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	461925	257470
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
з одержаних авансів	540		
з бюджетом	550	12811	33679
з позабюджетних платежів	560	789	811
зі страхування	570	3926	5718
з оплати праці	580	8338	10939
з учасниками	590	61929	76503
із внутрішніх розрахунків	600		
Інші поточні зобов'язання	610	59009	71768
Усього за розділом IV	620	1868292	796698
V. Доходи майбутніх періодів			
Баланс	640	2839731	2702926

Додаток
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 2

Підприємство ПрАТ "Оболонь"
 Територія _____
 Форма власності приватна
 Орган державного управління _____
 Галузь промисловість
 Вид економічної діяльності _____
 Одиниця виміру : тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КФВ
 за СПОДУ
 за ЗКГНГ
 за КВЕД
 Контрольна сума

Коди		
18	01	17
		05391057
		8038000000
		10
		18144
		15960

Адреса м. Київ, вул. Богатирська, 3

БАЛАНС
на 31 грудня 2017 року

Форма № 1

код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
залишкова вартість	010	12671	10011
первісна вартість	011	33236	33916
накопичена амортизація	012	(20565)	(23905)
Незавершене будівництво	020	181113	109863
Основні засоби:			
залишкова вартість	030	1536428	1502602
первісна вартість	031	2741592	2937336
знос	032	(1205164)	(1434734)

Довгострокові біологічні активи:			
справедлива (залишкова) вартість	035		
первісна вартість	036		
накопичена амортизація	037		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	040	29043	42230
інші фінансові інвестиції	045	58675	59122
Довгострокова дебіторська заборгованість	050	550	427
Відстрочені податкові активи	060	10466	9063
Гудвіл	065		
Інші необоротні активи	070		
Усього за розділом I	080	1828946	1733318
II. Оборотні активи			
Виробничі запаси	100	348395	393661
Поточні біологічні активи	110		
Незавершене виробництво	120	27693	34165
Готова продукція	130	54265	67462
Товари	140	3368	2743
Векселі одержані	150		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
чиста реалізаційна вартість	160	199538	187764
первісна вартість	161	209531	197708
резерв сумнівних боргів	162	(9993)	(9944)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	170	17041	3625
за виданими авансами	180		
з нарахованих доходів	190		
із внутрішніх розрахунків	200	128535	192175
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	61795	64728
Поточні фінансові інвестиції	220		
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
в національній валюті	230	5160	7157
в іноземній валюті	240	6963	29844
Інші оборотні активи	250	19365	20242
Усього за розділом II	260	872118	1003566
III. Витрати майбутніх періодів	270	1862	1806
IV. Необоротні активи та групи вибуття	275		
Баланс	280	2702926	2738690

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Статутний капітал	300	32513	32513
Пайовий капітал	310		
Додатковий вкладений капітал	320		
Інший додатковий капітал	330	30509	30400
Резервний капітал	340	8128	8128
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	669207	661332
Неоплачений капітал	360	()	()
Вилучений капітал	370	()	(8)
Усього за розділом I	380	740357	732365
II. Забезпечення наступних витрат і платежів			
Забезпечення виплат персоналу	400		

Інші забезпечення	410		
Цільове фінансування	420		
Усього за розділом II	430		
III. Довгострокові зобов'язання			
Довгострокові кредити банків	440	1165871	1023022
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450		
Відстрочені податкові зобов'язання	460		
Інші довгострокові зобов'язання	470		
Усього за розділом III.	480	1165871	1023022
IV. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	500	106580	179200
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510	220230	264536
Векселі видані	520	13000	
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	257470	293086
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
з одержаних авансів	540		
з бюджетом	550	33679	35585
з позабюджетних платежів	560	811	783
зі страхування	570	5718	4903
з оплати праці	580	10939	10635
з учасниками	590	76503	96840
із внутрішніх розрахунків	600		
Інші поточні зобов'язання	610	71768	97735
Усього за розділом IV	620	796698	983303
V. Доходи майбутніх періодів			
Баланс	640	2702926	2738690

Додаток
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 2

Підприємство ПрАТ "Оболонь"
 Територія _____
 Форма власності приватна
 Орган державного управління _____
 Галузь промисловість
 Вид економічної діяльності _____
 Одиниця виміру : тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ _____
 за КОАТУУ _____
 за КФВ _____
 за СПОДУ _____
 за ЗКГНГ _____
 за КВЕД _____
 Контрольна сума _____

Коди		
19	01	18
		05391057
		8038000000
		10
		18144
		15960

Адреса м. Київ, вул. Богатирська, 3

БАЛАНС
на 31 грудня 2018 року

Форма № 1

код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			

залишкова вартість	010	10011	8452
первісна вартість	011	33916	35823
накопичена амортизація	012	(23905)	(27371)
Незавершене будівництво	020	109863	96747
Основні засоби:			
залишкова вартість	030	1502602	1509717
первісна вартість	031	2937336	3093166
знос	032	(1434734)	(1583449)
Довгострокові біологічні активи:			
справедлива (залишкова) вартість	035		
первісна вартість	036		
накопичена амортизація	037		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	040	42230	54537
інші фінансові інвестиції	045	59122	59122
Довгострокова дебіторська заборгованість	050	427	253
Відстрочені податкові активи	060	9063	1627
Гудвіл	065		
Інші необоротні активи	070		
Усього за розділом I	080	1733318	1730455
II. Оборотні активи			
Виробничі запаси	100	393661	505571
Поточні біологічні активи	110		
Незавершене виробництво	120	34165	35691
Готова продукція	130	67462	41761
Товари	140	2743	1436
Векселі одержані	150		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
чиста реалізаційна вартість	160	187764	274392
первісна вартість	161	197708	281045
резерв сумнівних боргів	162	(9944)	(6653)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	170	3625	3336
за виданими авансами	180		
з нарахованих доходів	190		
із внутрішніх розрахунків	200	192175	152649
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	64728	62902
Поточні фінансові інвестиції	220		
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
в національній валюті	230	7157	8934
в іноземній валюті	240	29844	54305
Інші оборотні активи	250	20242	15851
Усього за розділом II	260	1003566	1156828
III. Витрати майбутніх періодів	270	1806	1567
IV. Необоротні активи та групи вибуття	275		
Баланс	280	2738690	2888850

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Статутний капітал	300	32513	32513
Пайовий капітал	310		
Додатковий вкладений капітал	320		

Інший додатковий капітал	330	30400	30500
Резервний капітал	340	8128	8128
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	661332	758298
Неоплачений капітал	360	()	()
Вилучений капітал	370	(8)	()
Усього за розділом I	380	732365	829439
II. Забезпечення наступних витрат і платежів			
Забезпечення виплат персоналу	400		
Інші забезпечення	410		
Цільове фінансування	420		
Усього за розділом II	430		
III. Довгострокові зобов'язання			
Довгострокові кредити банків	440	1023022	617296
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450		
Відстрочені податкові зобов'язання	460		
Інші довгострокові зобов'язання	470		
Усього за розділом III	480	1023022	617296
IV. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	500	179200	225776
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510	264536	577230
Векселі видані	520		2800
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	293086	341833
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
з одержаних авансів	540		
з бюджетом	550	35585	55285
з позабюджетних платежів	560	783	
зі страхування	570	4903	3379
з оплати праці	580	10635	10608
з учасниками	590	96840	79064
із внутрішніх розрахунків	600		
Інші поточні зобов'язання	610	97735	146140
Усього за розділом IV	620	983303	1442115
V. Доходи майбутніх періодів			
Баланс	640	2738690	2888850

Додаток
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 2

Підприємство ПрАТ "Оболонь"
 Територія _____
 Організаційно-правова форма господарювання _____
 Орган державного управління _____
 Вид економічної діяльності _____
 Середня кількість працівників _____
 Одиниця виміру : тис. грн.
 Адреса _____ м. Київ, вул. Богатирська, 3
 Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за СПОДУ
 за КВЕД

Коди		
20	01	17
		05391057
		8038000000
		230
		15960

V

БАЛАНС
на 31 грудня 2019 року

Форма № 1

код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
залишкова вартість	010	8452	13068
первісна вартість	011	35823	43713
накопичена амортизація	012	(27371)	(30645)
Незавершене будівництво	020	96747	141248
Основні засоби:			
залишкова вартість	030	1509717	1524927
первісна вартість	031	3093166	3245313
знос	032	(1583449)	(1720386)
Довгострокові біологічні активи:			
справедлива (залишкова) вартість	035		
первісна вартість	036		
накопичена амортизація	037		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	040	54537	57028
інші фінансові інвестиції	045	59122	59118
Довгострокова дебіторська заборгованість	050	253	153
Відстрочені податкові активи	060	1627	2110
Гудвіл	065		
Інші необоротні активи	070		
Усього за розділом I	080	1730455	1797652
II. Оборотні активи			
Виробничі запаси	100	505571	579278
Поточні біологічні активи	110		
Незавершене виробництво	120	35691	34365
Готова продукція	130	41761	44064
Товари	140	1436	1777
Векселі одержані	150		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
чиста реалізаційна вартість	160	274392	238154
первісна вартість	161	281045	248019
резерв сумнівних боргів	162	(6653)	(9865)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	170	3336	4106
за виданими авансами	180		
з нарахованих доходів	190		
із внутрішніх розрахунків	200	152649	143607
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	62902	69380
Поточні фінансові інвестиції	220		
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
в національній валюті	230	8934	58500
в іноземній валюті	240	54305	54638
Інші оборотні активи	250	15851	16700
Усього за розділом II	260	1156828	1244569

III. Витрати майбутніх періодів	270	1567	1526
IV. Необоротні активи та групи вибуття	275		
Баланс	280	2888850	3043747

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Статутний капітал	300	32513	32513
Пайовий капітал	310		
Додатковий вкладений капітал	320		
Інший додатковий капітал	330	30500	29822
Резервний капітал	340	8128	8128
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	758298	872693
Неоплачений капітал	360	()	()
Вилучений капітал	370	()	()
Усього за розділом I	380	829439	943156
II. Забезпечення наступних витрат і платежів			
Забезпечення виплат персоналу	400		
Інші забезпечення	410		
Цільове фінансування	420		
Усього за розділом II	430		
III. Довгострокові зобов'язання			
Довгострокові кредити банків	440	617296	905220
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450		
Відстрочені податкові зобов'язання	460		
Інші довгострокові зобов'язання	470		
Усього за розділом III	480	617296	905220
IV. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	500	225776	176483
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510	577230	227119
Векселі видані	520	2800	2000
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	341833	458211
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
з одержаних авансів	540		
з бюджетом	550	55285	39979
з позабюджетних платежів	560		
зі страхування	570	3379	5784
з оплати праці	580	10608	11687
з учасниками	590	79064	106543
із внутрішніх розрахунків	600		
Інші поточні зобов'язання	610	146140	167565
Усього за розділом IV	620	1442115	1195371
V. Доходи майбутніх періодів	630		
Баланс	640	2888850	3043747

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

Коди

Підприємство ПрАТ "Оболонь"
 Територія _____
 Організаційно-правова форма господарювання _____
 Вид економічної діяльності _____
 Середня кількість працівників _____
 Одиниця виміру : тис. грн.
 Адреса _____ м. Київ, вул. Богатирська, 3
 Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

21	01	20

V

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 року**

Форма № 1

код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	13068	22498
первісна вартість	1001	43713	56721
накопичена амортизація	1002	(30645)	(34223)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	141248	36245
Основні засоби	1010	1524927	1686266
первісна вартість	1011	3245313	3550478
знос	1012	(1720386)	(1864212)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи (справедлива вартість)	1020		
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021		
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	57028	66651
інші фінансові інвестиції	1035	59118	69138
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	153	97
Відстрочені податкові активи	1045	2110	1686
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	1797652	1882581
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	659484	623153
виробничі запаси	1101	579278	544769
незавершене виробництво	1102	34365	34820
готова продукція	1103	44064	39820
товари	1104	1777	3744
Поточні біологічні активи	1110		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	1125	238154	235547
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135	4106	24350
у тому числі з податку на прибуток	1136		19109
Дебіторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1145	143607	37743

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	69380	87212
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	113138	207592
Витрати майбутніх періодів	1170	1526	4414
Інші оборотні активи	1190	16700	11138
Усього за розділом II	1195	1246095	1231149
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	3043747	3113730

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	32513	32513
Капітал у дооцінках	1405	29822	29696
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	8128	8128
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	872693	1006588
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	943156	1076925
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	905220	863772
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	905220	863772
III. Поточні зобов'язання та забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	176483	350654
Поточна кредиторська заборгованість за:			
векселі видані	1605	2000	
довгостроковими зобов'язаннями	1610	227119	206081
товари, роботи, послуги	1615	458211	378379
розрахунками з бюджетом	1620	39979	49509
у тому числі з податку на прибуток	1621	3467	
розрахунками зі страхування	1625	5784	6386
розрахунками з оплати праці	1630	11687	12528
розрахунками з учасниками	1640	106543	50082
із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	167565	119414
Усього за розділом III	1695	1195371	1173033
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	3043747	3113730

Додаток
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 3

Підприємство ПАТ "Оболонь" Дата (рік, місяць, число) _____
 Територія _____ за ЄДРПОУ _____
 Орган державного управління _____ за КОАТУУ _____
 Галузь _____ за СПОДУ _____
 Вид економічної діяльності _____ за ЗКГНГ _____
 Одиниця виміру : тис. грн. Контрольна сума _____

Коди		
17	01	20
		05391057
		8038000000
		07794
		18144
		15960

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

за 2016 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

1. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

2.

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	3466637	3536356
Податок на додану вартість	015	(476805)	(517023)
Акцизний збір	020	(301573)	(292833)
Інші вирахування з доходу	030	(403)	(278)
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	2687856	2726222
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(1543330)	(1750459)
Валовий:			
прибуток	050	1144526	975763
збиток	055		
Інші операційні доходи	060	434328	632513
	061		
Адміністративні витрати	070	(154181)	(125695)
Витрати на збут	080	(515875)	(626737)
Інші операційні витрати	090	(485568)	(733654)
	091		
Фінансові результати від операційної діяльності:			
Прибуток	100	423230	122190
збиток	105	()	()
Доход від участі в капіталі	110	13448	37593
Інші фінансові доходи	120	4022	2604
Інші доходи	130	84752	83899
Фінансові витрати	140	(140151)	(118729)
Витрати від участі в капіталі	150	(60378)	(862)
Інші витрати	160	(142625)	(538341)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	165		
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			

прибуток	170	182298	
збиток	175	()	(411646)
	176		
	177		
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	(7820)	()
	185		
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
прибуток	190	174478	
збиток	195	()	(411646)
Надзвичайні:			
доходи	200		
витрати	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
	220	174478	
Чистий :			
прибуток			
збиток	225	()	(411646)
Забезпечення матеріального заохочення	226		

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	230	1247813	1473618
Витрати на оплату праці	240	240627	199777
Відрахування на соціальні заходи	250	80928	68131
Амортизація	260	281250	285148
Інші операційні витрати	270	438604	592894
Разом	280	2289222	2619568

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 3

Підприємство ПрАТ "Оболонь" за ЄДРПОУ _____
 Територія _____ за КОАТУУ _____
 Орган державного управління _____ за СПОДУ _____
 Галузь промисловість за ЗКГНГ _____
 Вид економічної діяльності _____ за КВЕД _____
 Одиниця виміру : тис. грн. Контрольна сума _____

Коди		
18	01	17
		05391057
		8038000000
		07794
		18144
		15960

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

за 2017 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

1. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	3688307	3466637
Податок на додану вартість	015	(526861)	(476805)
Акцизний збір	020	(442888)	(301573)
Інші вирахування з доходу	030	(362)	(403)
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	2718196	2687856
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(1580265)	(1543330)
Валовий:			
прибуток	050	1137931	1144526
збиток	055		
Інші операційні доходи	060	522433	434328
	061		
Адміністративні витрати	070	(160870)	(154181)
Витрати на збут	080	(660219)	(515875)
Інші операційні витрати	090	(663322)	(485568)
	091		
Фінансові результати від операційної діяльності:			
Прибуток	100	175953	423230
збиток	105	()	()
Доход від участі в капіталі	110	24863	13448
Інші фінансові доходи	120	10523	4022
Інші доходи	130	196133	84752
Фінансові витрати	140	(142479)	(140151)
Витрати від участі в капіталі	150	(11639)	(60378)
Інші витрати	160	(151962)	(142625)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	165		
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
прибуток	170	101392	182298
збиток	175	()	()
	176		
	177		
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	(60363)	(7820)
	185		
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
прибуток	190	41029	174478
збиток	195	()	()
Надзвичайні:			
доходи	200		
витрати	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
	220	41029	174478
Чистий :			
прибуток			
збиток	225	()	()
Забезпечення матеріального заохочення	226		

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	230	1317172	1247813
Витрати на оплату праці	240	254273	240627
Відрахування на соціальні заходи	250	89235	80928
Амортизація	260	269899	281250
Інші операційні витрати	270	604941	438604
Разом	280	2535520	2289222

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток

до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 3

Дата (рік, місяць, число)

Підприємство ПрАТ "Оболонь"

за ЄДРПОУ

Територія _____

за КОАТУУ

Орган державного управління _____

за СПОДУ

Галузь промисловість

за ЗКНГ

Вид економічної діяльності _____

за КВЕД

Одиниця виміру : тис. грн.

Контрольна сума

Коди		
19	01	18
05391057		
8038000000		
07794		
18144		
15960		

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

за 2018 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

1. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	3743226	3688307
Податок на додану вартість	015	(534479)	(526861)
Акцизний збір	020	(445606)	(442888)
Інші вирахування з доходу	030	(313)	(362)
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	2762828	2718196
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(1763754)	(1580265)
Валовий: прибуток	050	999074	1137931

збиток	055		
Інші операційні доходи	060	731517	522433
	061		
Адміністративні витрати	070	(160165)	(160870)
Витрати на збут	080	(661127)	(660219)
Інші операційні витрати	090	(698088)	(663322)
	091		
Фінансові результати від операційної діяльності:			
Прибуток	100	211211	175953
збиток	105	()	()
Доход від участі в капіталі	110	17816	24863
Інші фінансові доходи	120	9917	10523
Інші доходи	130	185000	196133
Фінансові витрати	140	(134219)	(142479)
Витрати від участі в капіталі	150	(5537)	(11639)
Інші витрати	160	(112102)	(151962)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	165		
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
прибуток	170	172086	101392
збиток	175	()	()
	176		
	177		
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	(58708)	(60363)
	185		
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
прибуток	190	113378	41029
збиток	195	()	()
Надзвичайні:			
доходи	200		
витрати	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
	220	113378	41029
Чистий :			
прибуток			
збиток	225	()	()
Забезпечення матеріального заохочення	226		

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	230	1563167	1317172
Витрати на оплату праці	240	256508	254273
Відрахування на соціальні заходи	250	88706	89235
Амортизація	260	166622	269899
Інші операційні витрати	270	682667	604941
Разом	280	2757670	2535520

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток

до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 3

Підприємство ПрАТ "Оболонь"

Дата (рік, місяць, число)

Територія _____

за ЄДРПОУ

Орган державного управління _____

за КОАТУУ

Організаційно-правова форма господарювання _____

за СПОДУ

Вид економічної діяльності _____

за КОПФГ

за КВЕД

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Одиниця виміру : тис. грн.

Коди		
20	01	16
05391057		
8038000000		
07794		
230		
15960		
	V	

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

за 2019 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

1. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	4320709	3743226
Податок на додану вартість	015	(637563)	(534479)
Акцизний збір	020	(501993)	(445606)
Інші вирахування з доходу	030	(240)	(313)
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	3180913	2762828
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(1920334)	(1763754)
Валовий:			
прибуток	050	1260579	999074
збиток	055		
Інші операційні доходи	060	273005	731517
	061		
Адміністративні витрати	070	(175155)	(160165)
Витрати на збут	080	(734697)	(661127)
Інші операційні витрати	090	(335593)	(698088)
	091		
Фінансові результати від операційної діяльності:			
Прибуток	100	288139	211211
збиток	105	()	()
Доход від участі в капіталі	110	16500	17816
Інші фінансові доходи	120	21967	9917
Інші доходи	130	62126	185000
Фінансові витрати	140	(145897)	(134219)
Витрати від участі в капіталі	150	(14986)	(5537)
Інші витрати	160	(24242)	(112102)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	165		
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
прибуток	170	203607	172086

збиток	175	()	()
	176		
	177		
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	(50642)	(58708)
	185		
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
прибуток	190	152965	113378
збиток	195	()	()
Надзвичайні:			
доходи	200		
витрати	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
	220	152965	113378
Чистий :			
прибуток			
збиток	225	()	()
Забезпечення матеріального заохочення	226		

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	230	1720213	1563167
Витрати на оплату праці	240	279887	256508
Відрахування на соціальні заходи	250	97738	88706
Амортизація	260	143742	166622
Інші операційні витрати	270	645133	682667
Разом	280	2886713	2757670

Керівник

Головний бухгалтер

Коди		
21	01	17
05391057		

Підприємство _____ Дата (рік, місяць, число) _____ за ЄДРПОУ _____

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

2020 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

1. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2992622	3180913
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1796746)	(1920334)

Валовий:			
прибуток	2090	1195876	1260579
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	492187	273005
Адміністративні витрати	2130	(174924)	(175155)
Витрати на збут	2150	(734206)	(734697)
Інші операційні витрати	2180	(497572)	(335593)
Фінансові результати від операційної діяльності:			
Прибуток	2190	281361	288139
збиток	2195	()	()
Доход від участі в капіталі	2200	15214	16500
Інші фінансові доходи	2220	34094	21967
Інші доходи	2240	32658	62126
Фінансові витрати	2250	(169005)	(145897)
Витрати від участі в капіталі	2255	(6715)	(14986)
Інші витрати	2270	(15887)	(24242)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	171720	203607
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податок на прибуток	2300	(37825)	(50642)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат :			
прибуток	2350	133895	152965
збиток	2355	()	()

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	(126)	(678)
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(126)	(678)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(126)	(678)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	133769	152287

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1540790	1720213
Витрати на оплату праці	2505	292583	279887
Відрахування на соціальні заходи	2510	102473	97738
Амортизація	2515	162550	143742
Інші операційні витрати	2520	639557	645133
Разом	2550	2737953	2886713

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

