

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту

«До захисту в ЕК»
Директор інституту

_____ Олег ШЕРЕМЕТ
(підпис) (ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2023 р.

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності _____ 073 «Менеджмент» _____
(код та спеціальності)

освітньо-професійної програми «Менеджмент» _____

на тему: «Управління ефективністю експортної діяльності підприємства» _____

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи МН-4-6

Репетій Олена Сергіївна

_____ (підпис)

Керівник Рибачук-Ярова Тетяна Володимирівна

_____ (підпис)

Рецензент _____

(ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

Я як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувачка _____

(підпис)

Київ – 2023 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки
праці та менеджменту

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО
«05» грудня 2022 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Репетій Олени Сергіївни

1. Тема роботи «Управління ефективністю експортної діяльності підприємства»
керівник роботи Рибачук-Ярова Т.В., к.е.н., доцент
затверджені наказом закладу вищої освіти від 05.12.2022 р. № 865-КС.
2. Строк подання здобувачем роботи 01 червня 2023 р.
3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми роботи, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ПрАТ «Оболонь».
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретичні та методичні засади управління ефективністю експортної діяльності підприємства.
Розділ 2. Аналіз діяльності ПрАТ «Оболонь» та експортної діяльності алкогольних та безалкогольних напоїв.
Розділ 3. Підвищення ефективності експортної діяльності ПрАТ «Оболонь».
5. Перелік графічного матеріалу
Результати дослідження знайшли відображення у 12 рисунках та 31 таблиці ілюстративного матеріалу.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 05 грудня 2022 року**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання кваліфікаційної роботи. Складання бібліографії наукових джерел	20.12.2022 р.	виконано
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником кваліфікаційної роботи і керівником проєктної групи	30.12.2022 р.	виконано
3	Робота над вступом до кваліфікаційної роботи	10.01.2023 р.	виконано
4	Підготовка першого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	05.03.2023 р.	виконано
5	Підготовка другого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	30.04.2023 р.	виконано
6	Підготовка третього розділу, висновків до нього та подання його керівнику	14.05.2023 р.	виконано
7	Підготовка висновків до роботи та подання його керівнику	15.05.2023 р.	виконано
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	17.05.2023 р.	виконано
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проєкту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	18.05.2023 р.	виконано
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	19.05.2023 р.	виконано
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	01.06.2023 р.	виконано
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	

Здобувачка

_____ (підпис)

О.С. Репетій
(прізвище та ініціали)**Керівник роботи**

_____ (підпис)

Т.В. Рибачук-Ярова
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

У випускній роботі розглянуто і узагальнено існуючі теоретико-методичні засади експортної діяльності на підприємстві, а також зазначені методи її здійснення та визначення ефективності.

Проведено аналіз пивної галузі, охарактеризована основна діяльність ПрАТ «Оболонь» та її фінансово-економічні показники, а також було проведено аналіз привабливих ринків збуту.

На основі проведеного дослідження було розроблено пропозиції щодо експорту пива з екстрактом шоколаду до Польщі.

Проведені розрахунки свідчать, що запропонований проєкт є прибутковим та в подальшому можливе його впровадження на підприємстві.

Випускна робота складена на 93 сторінках (без урахування додатків), містить 31 таблицю, 12 рисунків.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, експортна діяльність, ефективність, підприємство, аналіз, управління.

ANNOTATION

The final work considered and summarized the existing theoretical and methodological principles of export activity at the enterprise, as well as specified methods of its implementation and determination of efficiency.

An analysis of the beer industry was conducted, the main activity of PJSC "Obolon" and its financial and economic indicators were characterized, as well as an analysis of attractive sales markets was conducted.

On the basis of the conducted research, proposals were developed for the export of beer with chocolate extract to Poland.

On the whole, the calculations show that the proposed project is profitable and can be further implemented at the enterprise.

The final work is composed of 93 pages (without appendices), contains 31 tables, 12 drawings.

Key words: foreign economic activity, export, export activity, efficiency, enterprise, analysis, management.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ	
ЕФЕКТИВНІСТЮ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Суть експортної діяльності, основні терміни та поняття	9
1.2. Основні методи та умови здійснення експортної діяльності.....	13
1.3. Значення управління ефективністю експортної діяльності та методичні підходи для її визначення	27
Висновки до розділу 1.....	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ» ТА ЕКСПОРТНОЇ	
ДІЯЛЬНОСТІ АЛКОГОЛЬНИХ ТА БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ.....	34
2.1. Аналіз ринку алкогольних та безалкогольних напоїв.....	35
2.2. Загальна характеристика діяльності підприємства	46
2.3. Дослідження привабливих ринків збуту для здійснення експортної діяльності.....	60
Висновки до розділу 2.....	64
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
ПРАТ «ОБОЛОНЬ».....	66
3.1. Програма діяльності підприємства щодо експорту нової продукції за кордон	66
3.2. Обґрунтування доцільності здійснення експорту нового продукту, його вплив на основні показники діяльності та показники ефективності експортної діяльності	68
3.3. Управлінсько-організаційне забезпечення виконання програми та впровадження обґрунтованого заходу.....	77
Висновки до розділу 3.....	82
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	94

ВСТУП

Актуальність теми. Глобальна конкуренція змушує підприємства зосередитись на покращенні ефективності своєї експортної діяльності, щоб зберігати та зміцнювати свої позиції на міжнародному ринку.

Наслідком ефективного управління експортною діяльністю є збільшення обсягів експорту, розширення географії ринків збуту, залучення нових клієнтів та партнерів, а також підвищення рівня прибутковості підприємства. Крім того, ефективне управління експортом дозволяє знизити ризики, пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю, такі як валютні коливання, митні та торговельні бар'єри, зміни в законодавстві тощо.

Також варто відзначити, що ефективне управління експортною діяльністю сприяє розвитку інновацій, впровадженню нових технологій та підвищенню конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку. Це дозволяє залучати іноземні інвестиції, розширювати мережу ділових зв'язків та партнерств, що сприяє загальному розвитку підприємства та економіки країни в цілому.

Метою роботи є аналіз введення експортної діяльності та пошук шляхів підвищення її ефективності.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- розглянути сутність експортної діяльності та умови її здійснення;
- визначити значення ефективності та методи її аналізу
- аналіз ринку алкогольних та безалкогольних напоїв
- проаналізувати діяльність ПрАТ «Оболонь» для визначення його експортного потенціалу;
- проаналізувати ринки збуту та визначити найліпший;
- розглянути напрями з поліпшення ефективності експортної діяльності та визначити конкретний захід;
- обґрунтувати доцільність впровадження обраного заходу та його вплив

- на основні показники діяльності підприємства;
- розглянути управлінсько-організаційне забезпечення виконання програми та впровадження обґрунтованого заходу

Об'єктом дослідження є процес управління ефективністю експортної діяльності.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів управління ефективністю експортної діяльності підприємства.

Сферою застосування є приватне акціонерне товариство «Оболонь» (ПрАТ «Оболонь»), що спеціалізується на виробництві слабоалкогольних та безалкогольних напоїв.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі застосовувалися метод аналізу, синтезу, узагальнення наукових матеріалів і нормативно-правових актів та їх використання для аналізу ПрАТ «Оболонь» та формування заходу з метою підвищення ефективності експортної діяльності.

Інформаційне забезпечення: матеріали науково-практичних конференцій, навчальні посібники та методичні матеріали, спеціалізовані періодичні видання, наукові публікації вітчизняних та закордонних фахівців, що стосуються теми дослідження, законодавчі акти України, статистичні дані, джерела інформації в мережі Internet, фінансові звіти підприємства та результати власних досліджень.

Апробація результатів роботи: основні результати роботи містяться у збірнику тез XIX Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми управління підприємств у сучасних умовах» (у співавторстві з кандидатом економічних наук Рибачук-Яровою Т.В.) [48], а також у матеріалах XIII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств» (у співавторстві з кандидатом економічних наук Рибачук-Яровою Т.В.) [49].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Суть експортної діяльності, основні терміни та поняття

В період глобалізації та зміцнення торгово-економічних зв'язків між країнами здійснення експортної діяльності стає невід'ємною частиною успішного функціонування підприємства. Це допомагає розширяти свої ринки збуту, використовуючи на максимум свої виробничі потужності, і відповідно збільшувати прибуток. До того, зовнішні ринки збуту можуть бути стабільніші за вітчизняні, тому при зменшенні купівельної спроможності у вітчизняних споживачів, підприємство продовжить отримувати стабільні прибутки від здійснення експортної діяльності.

Експортна діяльність є частиною зовнішньоекономічної діяльності, тож розглянемо основні поняття за допомогою Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність».

Зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

Експорт (експорт товарів) – це продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів. При цьому термін реекспорт (реекспорт товарів) означає продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, що були раніше імпортовані на територію України [22].

Тобто на державному рівні експорт визначають як продаж товарів. Розглянемо як інші вітчизняні науковці трактують це поняття та поняття експортної діяльності у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення понять «експорт» та «експортна діяльність»

Автор	Визначення поняття
Вертелецька О.М., Арініна А.Д., Троян В.О.	Експорт – це продаж та вивіз товарів, технологій та послуг для реалізації їх на зовнішньому ринку
Ковтуненко К.В., Ковальчук О.В., Долока Р.О.	Експортна діяльність – це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок
Астаф'єва В.А., Козак Ю.Г	Експортна діяльність підприємства – це системний тривалий процес, що складається з певних етапів, до яких належить підготовка компанії до експорту, адаптація товару до вимог потенційного ринку збуту та власне здійснення експорту, що несе за собою певні економічні наслідки.
Покора Ю. О.	Експорт – це продаж товарів чи послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення продукції за межі митних кордонів України з метою отримання доходів від виробничої або інших форм господарської діяльності
Петухова О.М., Ямкова А.М.	Експортна діяльність – вивіз із митної території країни за кордон товарів і послуг без зобов'язання їхнього зворотного повернення

Джерело: складено автором на основі [14, с. 14], [26, с.6], [7], [41, с. 159], [39, с. 50]

Таким чином, експортну діяльність можна визначити як послідовність певних підготовчих дій для переміщення продукції через митний кордон, щоб реалізувати вітчизні товари та послуги на закордонних ринках і отримати з того дохід.

Крім того, експорт також розглядають як одну з стратегій входу на зовнішній ринок, головними перевагами якої виділяють низький ризик входу на зарубіжні ринки та легкість виходу з них, відсутність потреби значно змінювати асортимент продукції компанії, незначні інвестиційні витрати [54, с. 229].

Основні принципи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства включають [28]:

- ефективне використання ресурсів для виробництва конкурентоздатних товарів на світовому ринку;
- забезпечення інтересів як підприємства, так і споживачів;
- формування позитивного іміджу підприємства як надійного партнера на міжнародному ринку.

Управління ЗЕД підприємства включає використання різноманітних інструментів, таких як стратегічне планування, фінансове управління, організаційне управління, інфраструктурно-логістичне управління, маркетинг та інформаційне управління.

Головні напрямки, на які спрямована ЗЕД у всіх країнах світу [12]:

- забезпечення підтримки економічного розвитку;
- забезпечення конкурентоздатності на світовому ринку шляхом зниження виробничих витрат;
- використання переваг міжнародного поділу праці з метою підвищення ефективності національної економіки.

ЗЕД охоплює такі аспекти [12]:

- міжнародні відносини між країнами, які забезпечують зовнішньоекономічну діяльність, що включає різні форми та засоби;
- вплив попиту на товари та послуги світового ринку на внутрішній ринок країни через механізм зовнішньоекономічних зв'язків;
- систему економічних взаємин між державами та їхніми економічними суб'єктами, яка виникає внаслідок переміщення ресурсів різних видів між державами;
- розвиток виробничих сил, що сприяє розвитку промисловості, сільського господарства, торгівлі, сфери послуг та фінансових установ.

Залежно від того, звідки походять або для чого призначені експортні товари, виділяють такі види експорту [8, с. 50-51]:

- вивезення товарів, які вироблені або перероблені в країні експортера;
- вивезення вітчизняних товарів за кордон для їх переробки з митним наглядом та наступним поверненням;

- вивезення іноземних товарів через країну транзитом без їх розміщення на митних складах;
- тимчасовий вивіз вітчизняних товарів;
- експорт іноземних товарів, що були тимчасово імпортовані до країни.

За методом здійснення експортної діяльності експорт ділять на прямий та непрямий.

Непрямий експорт передбачає реалізацію товарів на зовнішньому ринку через незалежних маркетингових посередників.

Прямий експорт означає самостійний продаж товарів на зовнішньому ринку [53].

Головні фактори, які провакують підприємства до здійснення експортної діяльності [5]:

- розширення ринків для реалізації товарів та послуг, що відповідно збільшить прибуток;
- організація стає більш престижною на внутрішньому ринку як суб'єкт міжнародних відносин;
- зменшення залежності від вітчизняного ринку, купівельної спроможності споживачів, стану економіки, політичної ситуації та інших ризиків;
- можлива зміна орієнтирів саме на зовнішні ринки у результаті отримання більших прибутків.

Але не зважаючи на всі переваги від здійснення експортної діяльності наявні і фактори, що навпаки стримують підприємства, а саме [6]:

- рівень прибутковості від здійснення експортної діяльності може виявитися меншим від очікуваного у зв'язку з економічним, політичним чи соціальним фактором;
- проникнення та закріплення на іноземному ринку потребує значних фінансових вкладень;
- країна, в яку здійснюється експортна діяльність, може застосовувати

методи захисту внутрішнього ринку, застосовуючи тарифні та нетарифні обмеження.

Саме тому перед здійснення експортної діяльності важливо здійснити ретельне маркетингове дослідження, оцінити стан економіки та політичне становище країни-імпортера, а також дослідити її чинне законодавство та визначити можливі бар'єри при вході у даний ринок.

1.2. Основні методи та умови здійснення експортної діяльності

Як ми вже визначили, експортна діяльність – це складний процес, який включає послідовність певних підготовчих дій для переміщення продукції через митний кордон, з метою реалізувати вітчизні товари та послуги на іноземних ринках.

Особливості об'єкта управління та його цілі визначають функції та завдання зовнішньоекономічної діяльності підприємства через реалізацію експортно-імпортних операцій (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Схема організаційно-економічного механізму здійснення експортно-імпортних операцій [25]

Системність зовнішньоекономічної діяльності передбачає, що її складові елементи міцно пов'язані між собою. Складові ЗЕД можуть бути розподілені за різними характеристиками, і взаємозв'язки між ними проявляються не тільки в період укладання і виконання контрактів. Водночас, керівники підприємств повинні пам'ятати, що закордонні партнери формують свою думку про їхню діяльність на основі їх внутрішніх дій. Принцип системності ЗЕД також включає взаємозв'язок між експортно-імпортними операціями підприємства та міжнародним бізнесом.

Загалом можна виділити такі етапи експортної діяльності:

- аналіз підприємства та визначення доцільності експорту продукції;
- ознайомитись з митним кодексом [33];
- аналіз привабливих ринків (для цього слід дослідити попит, ознайомитись з законодавством країни-імпортера, розглянути наявність бар'єрів при вході на ринок та переглянути наявність договорів, що спрощують здійснення експортної діяльності);
- пошук контрагенту;
- укладання та підписання контракту;
- здійснення умов контракту.

Підприємство, яке планує експортувати свою продукцію, повинно ретельно обґрунтувати своє рішення, враховуючи якість товару та відповідність його нормам і стандартам у країні, до якої планується доставка. Для цього потрібно отримати відповідні сертифікати якості та відповідності, що видані компетентними органами в даному напрямку експертизи. Крім того, підприємство повинне враховувати можливе зростання попиту на продукцію і забезпечити його повністю. Якщо підприємство не в змозі забезпечити вимоги контрагента, це може призвести до зміни постачальника, що може негативно вплинути на репутацію підприємства в бізнес-середовищі і призвести до невиправданих фінансових витрат, пов'язаних з розробкою експортної операції [31].

Крім якості продукції підприємству слід також оцінити свій

фінансовий потенціал, логістичні та виробничі можливості.

Митне регулювання – регулювання питань, пов'язаних із встановленням мит та інших податків, що справляються при переміщенні товарів через митний кордон України, процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю України [22].

За Митним кодексом України виділяють 3 види платежів [33]:

- мито;
- акцизний податок із ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції);
- податок на додану вартість із ввезених на митну територію України товарів (продукції);

Мито – це загальнодержавний податок, встановлений Податковим кодексом України та цим Кодексом, який нараховується та сплачується відповідно до цього Кодексу, законів України та міжнародних договорів, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України [33].

В Україні застосовуються такі види мита [33]:

- 1) ввізне мито;
- 2) вивізне мито;
- 3) сезонне мито;
- 4) особливі види мита: спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне, додатковий імпортний збір.

Спеціальне мито застосовують у двох випадках:

1) як засіб захисту національного товаровиробника, у разі якщо товари ввозяться на митну територію України в обсягах та/або за таких умов, що їх ввезення заподіює або створює загрозу заподіяння значної шкоди національному товаровиробнику;

2) як заходи у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів та економічних угруповань, які обмежують реалізацію законних прав та інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України.

Антидемпінгове мито встановлюється у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу, що заподіює шкоду або створює загрозу заподіяння шкоди національному товаровиробнику.

Компенсаційне мито встановлюється у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом субсидованого імпорту, що заподіює шкоду або створює загрозу заподіяння шкоди національному товаровиробнику.

Додатковий імпорتنний збір встановлюється щодо платіжного балансу у разі значного погіршення стану платіжного балансу або істотного скорочення золотовалютних резервів, або досягнення ними мінімального розміру з метою забезпечення рівноваги платіжного балансу та збільшення розміру золотовалютних резервів.

В Україні застосовуються такі види ставок мита [33]:

- 1) адвалорна – у відсотках до встановленої статтею 279 Митного Кодексу бази оподаткування;
- 2) специфічна – у грошовому розмірі на одиницю бази оподаткування, встановлену статтею 279 Митного Кодексу;
- 3) комбінована, що складається з адвалорної та специфічної ставок мита.

Деякі країни ведуть політику захисту внутрішнього ринку за рахунок тарифних та нетарифних обмежень на певні види продукції, створюючи додаткові бар'єри для експорту в їх країни.

Тарифне регулювання ґрунтується на ставках мита, які зібрано в митних тарифах [29, с. 102].

Інструментами ж нетарифного регулювання виступають квоти; заходи контролю над цінами, експортні обмеження або обумовлені заходи торговельного захисту, а також інші заходи, що застосовуються до товарів після перетину кордону, у таких сферах, як конкуренція, інвестиційні заходи пов'язані з торгівлею, державні закупівлі або обмеження в сфері розподілу [55].

Для легшого введення експортно-імпортних операцій країни можуть заключати певні торгівельні угоди, що спрощують процедуру перевезення товару через кордон.

В Україні є угоди з такими організаціями, як Європейський Союз, Співдружність Незалежних Держав, Світова організація торгівлі, Європейська асоціація вільної торгівлі.

Крім того, в Україні є угоди з рядом країн про особливі торгівельні стосунки, такі як США, Монголія, Республіка Індія, Грецька Республіка, Туніська Республіка, Республіка Білорусь, Арабська Республіка Єгипет, Королівство Данія, Корейська Народнo-Демократична Республіка, Фінляндська Народна Республіка, Китайська Народна Республіка, Держава Ізраїль, Республіка Узбекистан, Турецька Республіка, Сполучено Королівство Великої Британії і Північної Ірландії, Канада та інші [10].

Але є країни, яким через недружні стосунки навпаки вводяться додаткові обмеження, такі як з Російською Федерацією. При чому першою обмеження почала вводити саме Російська Федерація, а у 2016 році і взагалі припинила дію Договору про зону вільної торгівлі. Що стосується України, то за Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 № 1146 «Про ставки ввізного мита стосовно товарів, що походять з РФ» (зі змінами відповідно до постанови КМУ від 04.12.2019 № 983) до 31.12.2020 (включно) до імпорту товарів, що походять з РФ застосовуються ставки ввізного мита, встановлені Митним тарифом України. Крім цього, постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 № 1147 «Про заборону ввезення на митну територію України товарів, що походять з Російської Федерації» (зі змінами) заборонено до 31.12.2020 р. (включно) ввезення на митну територію України товарів, визначених у переліку до цієї постанови, що походять з РФ [10].

Станом на теперішній час була прийнята 9 квітня 2022 р. постанова «Про застосування заборони ввезення товарів з Російської Федерації», що забороняє ввезення на митну територію України в митному режимі імпорту товарів з Російської Федерації [42].

Таблиця 1.2

**Дослідження впливу положень багатосторонніх торговельних угод на
облікове відображення зовнішньоекономічних операцій**

Назва угоди	Особливості експорту та імпорту між країнами	Вплив на облікове відображення експортно-імпортних операцій
Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ЄС) [56]	Поглиблення економічних та торговельних відносин з ЄС забезпечує підвищення якості виробництва в Україні та збільшення можливостей для його продажу за кордоном. Умови Угоди вимагають, щоб українські правила та регламенти, що стосуються бізнесу, відповідали правилам та регламентам Європи, щоб забезпечити рівність між сторонами та уникнути дискримінації компаній, товарів та послуг на території України та ЄС.	1. Введення спеціальних митних квот на певні товари, впливають на бухгалтерський облік зовнішньоекономічних операцій, зокрема на відображення витрат, пов'язаних із митними платежами. 2. Гармонізація українських законів, норм та стандартів з тими, що діють у ЄС, вимагає гнучкої системи бухгалтерського обліку для підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю.
Зона вільної торгівлі з країнами-члени Співдружності Незалежних Держав (СНД) [20]	У рамках угоди були врегульовані такі питання, як застосування митних платежів і еквівалентів мита, відміна кількісних обмежень у взаємній торгівлі, визначення країни походження товарів, національний режим, державні закупівлі, свобода транзиту, застосування спеціальних захисних заходів у взаємній торгівлі та інші питання.	Строки Угоди передбачають, що сторони зобов'язані не застосовувати мита та інші платежі, еквівалентні миту, у зв'язку з експортом та/або імпортом товарів, за винятком випадків, передбачених відповідними частинами Угоди. Це має вплив на процес документування, оцінки та облікового відображення експортно-імпортних операцій.
Генеральна угода з тарифів і торгівлі [16]	Приєднання України до СОТ допомагає поліпшити торговельні взаємини шляхом зниження витрат та часу, покращення процедур охорони кордонів та оптимізації витрат на проведення державних операцій. Угода ГУТТ встановлює основні принципи режиму торгівлі товарами, а також права та обов'язки країн-учасниць у цій сфері.	У розділі «Оцінка товару для митних цілей» описані специфіки формування митної вартості, яка впливає на первісну вартість імпортованих та експортованих товарів. Ця інформація важлива для бухгалтерського обліку та фінансової звітності.
Угоду про вільну торгівлю між Україною і Європейською асоціацією вільної торгівлі (ЄАВТ) [57]	Угода містить положення, що розкривають такі питання як «Торгівля товарами», «Торгівля послугами», «Інвестиції», «Захист інтелектуальної власності», «Державні закупівлі», «Конкуренція», «Інституційні положення», «Вирішення спорів» та «Прикінцеві положення». Крім того, в Угоді є Додатки, які містять інформацію про ставки імпортних мит на різні групи товарів для України та кожної з країн-членів ЄАВТ, роз'яснення щодо правил визначення походження товарів, регулювання прав власності на географічні зазначення, тендерні процедури й державні закупівлі, принципи торгівлі послугами, технічні специфікації та інші важливі питання.	Угода визначає специфіку формування первісної і митної вартості товарів і послуг, що має прямий вплив на бухгалтерський облік і фінансову звітність.

Джерело: складено автором на основі [56], [20], [16], [57], [17]

Крім того, 27 вересня 2022 р. була прийнята постанова «Про заборону вивезення товарів з України на митну територію Російської Федерації», що забороняє вивезення за межі митної території України товарів за зовнішньоекономічними договорами (контрактами), торговельною країною та/або країною призначення яких є Російська Федерація [43].

У той же час, з початком війни певні країни облегшили проходження українським товарам кордону, так Велика Британія скасувала всі ввізні мита та тарифні квоти до травня 2023 у знак підтримки України у війні проти РФ.

ЄС у свою чергу також скасував всі імпорتنі мита на українську продукцію до 4 червня 2023 року [10].

Одним з ключових етапів здійснення експортної діяльності – це пошук контрагентів. Для цього є декілька шляхів [50, с.174]:

- направити оферту (пропозицію) одному або декільком можливим іноземним покупцям;
- прийняти та підтвердити замовлення покупця; направити покупцю пропозицію у відповідь на запит;
- взяти участь у торгах, подавши тендер організаторам торгів;
- взяти участь у торгово-промислових виставках та ярмарках;
- направити можливому покупцю комерційний лист з інформацією про наміри вступити у переговори; направити проформу контракту вже відомому покупцю.

Після знаходження партнера для здійснення зовнішньоекономічної діяльності з ним укладається контракт.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) – домовленість двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності [22].

Зовнішньоекономічний контракт укладається суб'єктом ЗЕД чи його представником у простій письмовій формі, що складається з назви, номеру договору, дати та місце його укладення, преамбули, предмету договору,

кількості та якості товару, базисних умов поставки товарів, ціни та загальної вартості товарів, умов платежів, умови приймання-здавання товару, упаковки та маркування, форс-мажорних обставин, санкцій та рекламацій, Урегулювань спорів у судовому порядку, місцезнаходження, поштових та платіжних реквізитів сторін (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Основні елементи зовнішньоекономічних контрактів

Складові	Основні елементи
Назва, номер договору, дата та місце його укладення	Реквізити, які ідентифікують ЗЕД-договір (купівлі-продажу, поставки, ліцензійний, оренди, іпотечний, дочірнього управління, позики і т.д.)
Преамбула	Офіційно зареєстровані найменування сторін Визначення сторін: постачальник-покупець, кредитор-боржник, замовник-виконавець тощо Особа, яка уповноважена представляти сторону та підписувати контракт, посилання на документ, який підтверджує повноваження представника укласти цей договір
Предмет договору	Суть правовідносин Основні зобов'язання Конкретизація та деталізація того, що саме поставляється (виконується, надається) Опис всіх характеристик товарів (робіт, послуг) сторони погоджують специфікацією – додатком до договору, що є невід'ємною його частиною
Кількість та якість товару	Кількість товару Якість товару, яка повинна відповідати стандартам, іншій технічній документації. Крім того якість товару повинна бути засвідчена належним товаросупровідним документом (сертифікати якості, документи про сертифікацію тощо)
Базисні умови поставки товарів	Умови поставки товару згідно з «Інкотермс» Обов'язки сторін щодо поставки Момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої Конкретний строк поставки товарів, або окремих парій товарів Строки виконання робіт/послуг
Ціна та загальна вартість товарів	Погоджена вартість кожної одиниці товару, загальну вартість товару, валюту контракту
Умови платежів	Спосіб, порядок, строки фінансових розрахунків, гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань При цьому необхідно врахувати строки зарахування валютної виручки, порядок і тривалість закупівлі українськими банками іноземної валюти та перерахунку її за кордон, терміни на розгляд банківськими відділами фінансового моніторингу операцій за договорами, необхідність та строки реєстрації певних видів договорів у НБУ

Продовж. табл. 1.3

Складові	Основні елементи
Умови приймання-здавання товару	Строки та місце фактичної передачі товару, перелік товаросупровідних документів
Упаковка та маркування	Тип упаковки, необхідність нанесення належного маркування, де зазначають найменування продавця та покупця, номер договору (контракту), місце призначення, габарити, спеціальні умови складування й транспортування тощо
Форс-мажорні обставини	Вказують випадки, за яких умови договору можуть бути невиконані через ту чи іншу поважну причину: стихія, воєнні дії, ембарго, кібератаки та інші обставини непереборної сили, до яких можна віднести дії чи події згідно Закону України «Про торгово-промислові палати» [23].
Санкції та рекламації	Відповідальність сторін у разі невиконання ними своїх зобов'язань та порядок її накладення Порядок подання рекламацій (строки, протягом яких рекламації можуть бути заявлені, права та обов'язки сторін при цьому, способи врегулювання рекламацій) Чітко визначені штрафи у відсотках до вартості недопоставленого товару (робіт, послуг), строки застосування штрафів, порядок стягнення збитків
Урегулювання спорів у судовому порядку	Сторони визначають умови та порядок вирішення спорів у судовому порядку щодо тлумачення, невиконання та (або) неналежного виконання договору
Місцезнаходження, поштові та платіжні реквізити сторін	Поштові та платіжні реквізити

Джерело: [36, с. 301-303]

Правила Incoterms® – важливий елемент міжнародних договорів поставки, оскільки повідомляють сторонам про обов'язки, ризики і витрати.

Основними складовими ІНКОТЕРМС-2020 є:

- зобов'язання контрагентів;
- перехід ризиків від продавця до покупця;
- порядок розподілення витрат.

Умови Інкотермс-2020 включають 11 умов поставки, які розділяються на дві категорії. Перша категорія складається з семи правил, які можуть бути використані незалежно від виду транспорту та його кількості. Друга категорія призначена для морського та внутрішнього водного транспорту, де пунктом поставки та місцем призначення є порти (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Базисні умови поставки за Інкотермс-2020 [1]

Базисна умова поставки	Опис
Всі види транспорту	
EXW (Ex Works / Франко-завод)	Продавець зобов'язаний: надати готовий до відвантаження товар. Покупець зобов'язаний: виконати експортне, імпортне митне оформлення і доставити товар. Ризики переходять в момент передачі товару на складі продавця.
FCA (Free Carrier / Франко-перевізник)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення і відвантажити товар перевізнику призначеному покупцем. Покупець зобов'язаний: доставити товар і виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять в момент передачі продавцем товару перевізникові.
CPT (Carriage Paid To / Перевезення оплачено до)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення і доставити товар в узгоджене місце призначення. Покупець зобов'язаний: розвантажити товар і виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять в момент передачі продавцем товару перевізникові.
CIP (Carriage & Insurance Paid To / Перевезення та страхування оплачено до)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення, застрахувати і доставити товар в узгоджене місце призначення. Покупець зобов'язаний: розвантажити товар і виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять в момент передачі продавцем товару перевізникові.
DAP (Delivered at Place / Поставка в місці)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення і доставити товар до узгодженого пункту призначення. Покупець зобов'язаний: розвантажити товар і виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять в пункті призначення.
DPU (Delivered at Place Unloaded / Поставка в місці з розвантаженням)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення, доставити товар до місця призначення і вивантажити його. Покупець зобов'язаний: прийняти товар і виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять в місці призначення після повного вивантаження.
DDP (Delivered Duty Paid / Поставка зі сплатою мита)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення, доставити товар до обумовленого місця призначення і виконати імпортне митне оформлення зі сплатою мита. Покупець зобов'язаний: розвантажити і прийняти товар. Ризики переходять в місці призначення.
Морський та внутрішньо-водний транспорт	
FAS (Free Alongside Ship / Франко вздовж борту судна)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення і розмістити товар в порту відвантаження вздовж борту судна призначеного продавцем. Покупець зобов'язаний: здійснити завантаження товару на судно і доставити в порт розвантаження, а також виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять в порту в момент розміщення товару вздовж борту судна.

Продовж. табл. 1.4

Базисна умова поставки	Опис
FOB (Free on Board / Франко-борт)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення, доставити товар у порт відвантаження і занурити на борт судна призначеного продавцем. Покупець зобов'язаний: доставити товар в порт розвантаження, а також виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять на борту судна з моменту повного вантаження.
CFR (Cost & Freight / Вартість і фрахт)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення, здійснити завантаження товару на борт судна і доставити в порт розвантаження. Покупець зобов'язаний: розвантажити і прийняти товар в порту розвантаження, а також виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять на борту судна з моменту повного вантаження.
CIF (Cost, Insurance & Freight / Вартість, страхування та фрахт)	Продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення, застрахувати, здійснити завантаження товару на борту судна і доставити в порт розвантаження. Покупець зобов'язаний: розвантажити і прийняти товар в порту розвантаження, а також виконати імпортне митне оформлення. Ризики переходять на борту судна з моменту повного вантаження.

Базисні умови поставки – це універсальний інструмент, який засовується на міжнародному рівні. При чому, можна використовувати базисні умови поставки старого зразка Incoterms, зазначаючи його рік.

Варто зазначити, що при здійсненні морських перевезень заключають договір з перевізником, який називається коносамент.

Коносамент є документом, який підтверджує угоду про перевезення вантажу та факт отримання його перевізником. Він також слугує доказом права власності на цей вантаж [38, с. 463].

Коносамент, як документ морського перевезення, має кілька функцій [27]:

- він є угодою про перевезення вантажу морським транспортом, згідно з якою перевізник зобов'язується доставити вантаж та видати його отримувачу;
- він також є актом прийому-передачі, оскільки підтверджує факт прийняття вантажу для перевезення;
- він є товаросупровідним документом, оскільки дає право на

отримання вантажу тим, на чие ім'я він виписаний;

- він є документом, що регулює розподіл товарів, оскільки його необхідно передати перевізнику, щоб забезпечити прийняття і доставку товарів.

Таким чином перевізник приймає на себе усі ризики пов'язані з втратою чи пошкодженням товару.

При інших видах перевезення є свої відповідні накладні: при перевезеннях залізницею – залізнична накладна та її дублікат; при перевезеннях повітряним транспортом – авіанакладна; при перевезеннях автодорожнім транспортом – автодорожна накладна [32, с. 112].

Залежно від механізму оплати товару на момент його фактичної доставки, спосіб платежу може бути різним. Основними з них є наступні:

- оплата готівкою;
- авансовий платіж;
- оплата у позику (кредит);
- комбінована оплата (поєднує усі попередні способи платежів).

Плата готівкою означає сплату вартості товару на момент його готовності до експорту, до того, як товар перейде до власності покупця. У цьому випадку оплата може бути здійснена одним платежем за весь товар або декількома частинами.

Готівкова оплата повної вартості товару можлива, якщо виконуються певні важливі умови, які перераховані нижче:

- імпортер повідомлений про готовність товару до експорту, але товар ще не був відправлений;
- імпортер отримав повідомлення від капітана судна про завершення завантаження товару на борт судна в порту відправлення;
- імпортер отримав комплект товаророзпорядчих документів і має право відкласти платіж на декілька годин або навіть днів, якщо він забезпечив експортера банківською гарантією про оплату вартості товару в порту призначення.

Оплата товару частинами здійснюється, якщо це передбачено в договором, згідно з яким основна частина платежу (80-90%) сплачується відразу після відвантаження товару, а решта суми оплачується тільки після отримання імпортером товару.

Авансовий платіж – це форма оплати, при якій покупець (імпортер) зобов'язується сплатити продавцеві (експортеру) певну суму заздалегідь, до передачі товаророзпорядчих документів та самого товару, згідно з умовами договору.

Первинний внесок може бути здійснений у грошовій або товарній формі. Якщо імпортер обрав оплату авансу товаром, він повинен надати експортеру необхідні матеріали і комплектуючі для виконання замовлення. Розмір грошового авансу визначається у відсотках до загальної вартості контракту, і зазвичай становить 15-20% від його вартості.

У міжнародній торгівлі аванс здебільшого надається:

- компаніям з гарною репутацією;
- у разі постачання товарів, що потребують тривалого виробництва і виконуються за індивідуальними характеристиками;
- у разі доставки дефіцитного товару, коли передплата є заставою того, що дефіцитний товар буде доставлений саме цьому покупцеві;
- коли у продавця є сумніви щодо платоспроможності покупця.

У випадку оплати у позику покупець отримує можливість сплатити за товар пізніше за обумовленими у контракті умовами, що означає надання продавцем комерційного кредиту.

Кредит зазвичай не покриває повну суму контракту, а становить приблизно 80-85%, інша частина суми повинна бути сплачена покупцем у вигляді авансу, щоб продавець міг покрити частину своїх витрат. Максимальний розмір кредиту, який може бути наданий покупцю, залежить від розміру його капіталу і зазвичай не перевищує 10% від загального обсягу капіталу.

Основними способами запобігання неплатежу чи запізненню оплати є: гарантійні листи від першокласних банків, підтверджені (резервні) акредитиви від відомих банків, векселі, банківські акцепти, аваль векселів і чеків.

Акредитив (від лат. довірчий) – це платіжний документ, за яким одна кредитна установа (банк, ощадкаса) дає розпорядження іншій згідно з заявкою клієнта і за його рахунок сплатити певну суму грошей пред'явнику.

Вексель – це цінний папір, що засвідчує безумовне та беззаперечне боргове зобов'язання.

Існують два основні види векселів: прості та переказні(тратти).

Простий вексель – це боргове зобов'язання імпортера здійснити платіж.

Переказний вексель – письмовий наказ здійснити платіж певній особі у певний строк, який виставляється експортером на іноземного імпортера.

Банківський вексель – це тратта, яку виставляють банки на своїх іноземних кореспондентів. Імпортери, купуючи ці векселі у національних банків і пересилаючи їх для експортерів, погашають у такий спосіб свої боргові зобов'язання.

Акцепт векселя – це підтвердження трасатом своєї згоди здійснити платіж за векселем. Необхідність акцепту спричинена тим, що зобов'язання трасата за переказним векселем виникають лише після його акцепту.

Аваль – це гарантія платежу за простим та переказним векселем з боку аваліста, якщо боржник не виконав своїх зобов'язань за векселем.

Чек – це безумовний наказ чекодавця банку-платнику чи іншій кредитній установі оплатити за пред'явленням певну суму чекодержателю чи за його наказом за рахунок наявних у банку (депонованих) коштів чекодавця

Найпоширенішою формою кредиту є кредит з опціоном негайного платежу, суть якого полягає в тому, що коли імпортер вирішує скористатися правом відстрочки платежу за придбані товари, він втрачає знижку з ціни на ці товари, яка надається у разі негайної їх оплати. Ця умова зазвичай обумовлюється в контракті, а якщо використовується акредитивна форма

розрахунків – то в акредитиві [24, с. 5-12].

Звідси експортна діяльність складається з багатьох етапів, що потребує ретельної уваги для успішної реалізації продукції за кордон.

1.3. Значення управління ефективністю експортної діяльності та методичні підходи для її визначення

В сучасних умовах господарювання ефективність є ключовим фактором успіху підприємства, який має визначальний вплив на його подальший розвиток. Для оцінки ефективності діяльності підприємства використовують різні терміни, такі, як «ефект», «результативність», «ефективність діяльності», «оцінка діяльності підприємства» і т.д.

Ефект – це певний результат, який досягається завдяки заходам, спрямованим на підвищення ефективності виробництва через раціональне використання виробничих ресурсів та економію. Як економічна категорія, ефект відображає перевищення результатів діяльності над витратами і є формою досягнення результату.

Ефективність діяльності підприємства є економічною категорією, яка відображає ступінь відповідності фактичного результату до очікуваного, іншими словами, це рівень досягнення мети організації та її здатність до функціонування в конкурентному середовищі. Ефективність діяльності в такому контексті використовується для обґрунтування господарських рішень та проведення різноманітних аналітичних оцінок.

Оцінка ефективності експорту певного продукту та визначення його експортного потенціалу залежать від багатьох факторів, включаючи показники конкурентоспроможності продукту, підприємства-виробника та країни-виробника, а також умов виходу на ринок, які включають національні чинники, такі як торговельна політика країни та система підтримки експортного виробництва, а також зовнішні умови, такі як торговельний режим країни-експортера [15].

Для дослідження ефективності необхідно розглядати два напрями:

1. Порівняння стану підприємства на різних етапах його діяльності. Це включає аналіз змін, що відбулися з часом і порівняння показників підприємства на різних стадіях його розвитку.

2. Оцінка конкурентних переваг підприємства в порівнянні з іншими учасниками ринку. Цей аспект вимагає аналізу ринкової позиції, конкурентних переваг, рівня конкуренції та порівняння показників з іншими суб'єктами господарювання.

Особливу вагу має ефективність зовнішньоторговельних операцій, якщо підприємство має намір здійснювати міжнародну торгівлю. Важливо встановити оптимальну структуру експорту підприємства і прийняти обґрунтовані рішення в галузі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Класифікація та характеристика показників ефективності ЗЕД наведені у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Характеристика підходів з визначення ефективності ЗЕД організації [9]

Класифікаційна ознака	Назва показника	Характеристика підходу
За видами ЗЕД	Ефективність експорту	Вигідність проведення конкретного типу зовнішньоекономічної діяльності
	Ефективність реекспорту	
	Ефективність імпорту	
	Ефективність реімпорту	
За ступенем обсягу об'єкта дослідження	інтегральна ефективність	Ефективність ЗЕД організації в цілому
	локальна ефективність	Ефективність бізнесових взаємин з окремими зовнішньоторговельними партнерами та ефективність здійснення зовнішньоекономічних угод
За методами оцінки	абсолютна ефективність	Ефективність ЗЕД, що підтверджується комплексом оцінкових показників.
	відносна ефективність	Ефективність ЗЕД, яка підтверджується обраним набором оцінкових показників.

Виділяють такі методичні підходи для оцінки ефективності експертної діяльності підприємства [9]:

1) витратний: співвідношення еквіваленту валютних надходжень від експортних операцій та повних витрат підприємства на випуск і збут експортної продукції;

2) балансовий: співвідношення обсягів економії витрат на виробництво експортної продукції та економії від імпорту;

3) порівняльний: оцінка збільшення доходу підприємства від експорту здійснюється шляхом порівняння показників ефективності конкретних експортних операцій з ефективністю проведення аналогічних операцій на внутрішньому ринку, що визначає ступінь зростання доходів підприємства;

4) індикаторний: Побудова матричної моделі, що базується на узагальненні абсолютних індикаторів відповідно до установлених норм та нормативів;

5) збалансованої оцінки: базується на визнанні пріоритетності цілей експортної діяльності, які характеризуються широким спектром показників, що використовуються для оцінки ефективності, як міри того, наскільки добре виконуються різні функції відповідно до поставлених цілей.

При формуванні системи показників слід дотримуватись так принципів:

– тотожність (тобто між об'єктом спостереження та системою показників має спостерігатись певна тотожність);

– забезпечення організації діагностики, що визначається єдністю системи підприємства як об'єкта діагностики (для реалізації цього принципу необхідно враховувати залежність та взаємозв'язок всіх досліджень з загальними економічними процесами на підприємстві, щоб перетворити не лише окремі аспекти, але й усю систему підприємства в цілому);

– спадкоємність (необхідно використовувати наявну систему спостережень за станом процесів на максимальному рівні);

– цілеспрямованість (це означає, що вся система діагностики має бути націлена на вирішення конкретних завдань);

– забезпечення зіставлення інформації (за якістю, обсягом, термінами

та методами отримання);

- оперативність та своєчасність інформації
- кількісна визначеність інформації.

Для повноти реалізації функцій діагностики необхідно враховувати вимоги до системи показників діагностики, а саме:

- вони повинні адекватно, цілісно та концептуально описувати об'єкт, містити ієрархічну структуру з елементарними, факторними та складними ознаками;

- система показників повинна бути багатовимірною;

- вона повинна виражати як метричні, так і неметричні величини ознак;

- система показників повинна бути обмеженою основними та визначальними показниками;

- вона повинна містити інформацію, яка може бути порівняна як у просторі, так і у часі.

Ці загальні вимоги використовуються під час формування систем показників в економіці.

При формуванні системи показників для діагностики ефективності експортної діяльності підприємства важливо враховувати, що ця система виконує функції діагностики, такі як ідентифікація, оцінювання та аналіз стану, прогнозування розвитку, формування рекомендацій для усунення проблем, а також розроблення заходів для підтримки задовільного рівня розвитку. Вона також відображає зміст ефективності експортної діяльності, загальний аналіз дохідності підприємства за рахунок експорту.

Отже, теоретичний зміст системи показників для діагностики ефективності експортної діяльності підприємства включає принципи їх формування, вимоги, які потрібно дотримуватися, перелік функцій діагностики, що реалізуються за допомогою цієї системи, а також структурні складники ефективності цієї діяльності, які представлені в таблиці 1.6.

Таблиця 1.6

Методологічне забезпечення формування системи показників діагностики ефективності експортної діяльності підприємства [18]

Принципи формування	Вимоги, що висуваються до системи показників	Функції діагностики, що реалізуються завдяки системі показників	Структурні складники ефективності експортної діяльності підприємства
тотожність; забезпечення організації діагностики; спадкоємність; цілеспрямованість; забезпечення зіставлення інформації; оперативність та своєчасність інформації; кількісна визначеність інформації	адекватно, цілісно, концептуально описувати об'єкт; бути ієрархічною, багатовимірною; виражатися метричними і неметричними величинами ознак; бути обмеженою; містити інформацію, порівняну в просторі та часі	ідентифікація; оцінювання та аналіз стану; прогнозування розвитку; формування рекомендацій усунення проблем; розроблення мір щодо підтримки задовільного рівня розвитку	ефективність експортної діяльності; загальний аналіз дохідності організації за рахунок експортної діяльності

Технологічний процес формування системи показників ефективності експортної діяльності підприємства слід робити у такий послідовності:

1. Уточнення змісту діагностики ефективності експортної діяльності промислового підприємства, що передбачає уважне визначення і розуміння цілей та об'єктів дослідження.

2. Визначення ознак ефективності цієї діяльності, що передбачає ідентифікацію та виокремлення ключових факторів, що впливають на успішність експортних операцій.

3. Обчислення системи частинних показників ефективності експортної діяльності підприємства для здійснення діагностики. Це включає збір інформації з наявних форм звітності та розрахунок конкретних показників, які відображають різні аспекти ефективності.

4. Перевірка системи показників на відповідність принципам та вимогам її формування. Цей етап передбачає аналіз отриманих показників з урахуванням встановлених принципів та вимог, щоб забезпечити правильність та адекватність системи показників.

Розглянемо нижче показники, які можуть бути застосовані для визначення ефективності експортної діяльності (1.1-1.7).

$$\text{ЧЕ} = \frac{E}{Q_p} \cdot 100\% , \quad (1.1)$$

де ЧЕ – частка експорту;
 E – обсяг експорту товарів;
 Q_p – обсяг реалізованої продукції;

$$\text{ЕЩ} = \frac{E}{Q_e} , \quad (1.2)$$

де ЕЩ – експортна щільність підприємства на зовнішньому ринку;
 Q_e – кількість покупців експортної продукції;

$$\text{ТЗПЕ} = \frac{E_t}{E_{t-1}} , \quad (1.3)$$

де ТЗПЕ – темп зміни поставок на експорт;
 E_t – обсяг експорту в поточний період;
 E_{t-1} – обсяг експорту в попередній період;

$$\text{ПДЕ} = \frac{E_{os}}{E} \cdot 100\% , \quad (1.4)$$

де ПДЕ – рівень продуктової диверсифікації експорту;
 E_{os} – обсяг основного виду експортної продукції;

$$\text{ЕЕЕ} = \frac{\text{ЧВ}_e}{\text{ПВ}_e} \cdot 100\% , \quad (1.5)$$

де ЕЕЕ – економічна ефективність експорту;
 ЧВ_e – чиста виручка в іноземній валюті за реалізований товар, переведена у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;

ПВ_e – повні витрати підприємства на експорт продукції;

$$\text{ВЕ} = \frac{\text{ЧВ}_e}{B_e} \cdot 100\% , \quad (1.6)$$

де ВЕ – вигідність експорту;
 B_e – вартість реалізації експортних товарів за внутрішніми цінами;

$$\text{ПЕО} = \frac{P_e}{Q_{ce}} \quad (1.7)$$

де ПЕО – прибутковість експортних операцій;
 P_e – прибуток від експортних операцій;
 Q_{ce} – кількість угод експортних поставок;

При чому для визначення прибутку від експортних операцій (P_e) слід використати формулу (1.8):

$$P_e = ЧВ_e - ПВ_e. \quad (1.8)$$

Статистичною базою для проведення розрахунків є форми фінансової та статистичної звітності підприємства, а також даних первинної облікової документації та зведених відомостей управлінського обліку

Висновки до розділу 1

Нестабільне функціонування підприємства на внутрішньому ринку, зниження конкурентоздатності обумовлюють пошук нових ринків збуту. Одним з таких напрямів є експортна діяльність.

Експортну діяльність можна визначити як послідовність певних підготовчих дій для переміщення продукції через митний кордон, щоб реалізувати вітчизні товари та послуги на закордонних ринках і отримати з того дохід.

Експортна діяльність представляє з себе складний та кропіткий процес, який складається з багатьох етапів та займає значну нішу у збуті продукції. Експорт продукції надає можливість розвиватись компанії, збільшувати виробництво, знаходити більш привабливі ринки збуту та примножувати свої прибутки.

Щоб оцінити успішність та результативність експортної діяльності, підприємці визначають її ефективність.

Перед визначенням ефективності розглядають стан підприємства на різних етапах його діяльності та оцінюють конкурентоспроможність компанії. Для визначення самої ефективності експортної діяльності слід порівняти зміну фінансових показників, а також визначити окрему систему показників для оцінки.

При створенні системи показників для визначення ефективності експортної діяльності підприємства важливо враховувати, що ця система

виконує роль діагностики, таку як ідентифікація, оцінка та аналіз стану, прогнозування розвитку, розроблення рекомендацій для вирішення проблем та розроблення заходів для забезпечення задовільного рівня розвитку. Вона також відображає сутність ефективності експортної діяльності, загальний аналіз прибутковості підприємства завдяки експорту.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ» ТА ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АЛКОГОЛЬНИХ ТА БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ

2.1. Аналіз ринку алкогольних та безалкогольних напоїв

ПрАТ «Оболонь» спеціалізується на виробництві та продажі пива, інших слабоалкогольних напоїв (сидр, Джин Тонік, Ром Кола і т.д.), безалкогольного пива, безалкогольних напоїв (лимонади, квас, енергетичний напій) та води (негазована, газована, а також з добавками). Проте найбільше виробничих потужностей йде саме на пиво.

Розглянемо найбільш привабливий напій для експорту за продуктовою структура експорту України напоїв (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Продуктова структура експорту напоїв України за 2018-2022 рр.

Продукт	Експорт, тис. дол.				
	2018	2019	2020	2021	2022
Солодове пиво	35 427	38 610	44 958	42 430	19 097
Безалкогольне пиво	-	-	605	845	499
Вода	3 754	4 302	3 589	4 525	3 033
Безалкогольні напої (за виключенням соків)	24 654	22 999	10 246	23 585	7 195

Джерело: складено автором на основі [4] та [19]

На основі даної таблиці побудуємо графік динаміки експорту України напоїв за 2018-2022 рр. (рис. 2.1).

Військові дії в країні сильно вплинули на спроможність підприємств здійснювати експортну діяльність: великі витрати, проблеми з логістикою, бо треба шукати нові шляхи транспортування, що не проходять через зону бойових дій, саме тому ми і спостерігаємо зменшення експорту по усім позиціям. Тим не менш, найбільш привабливим є експорт саме пива, реалізація якого здійснюється найбільше у вартісному вираженні. До того ж, експорт пива є найбільш стабільним: він зростав до 2020 року, але через кризи спричинені пандемією та війною почав спадати.

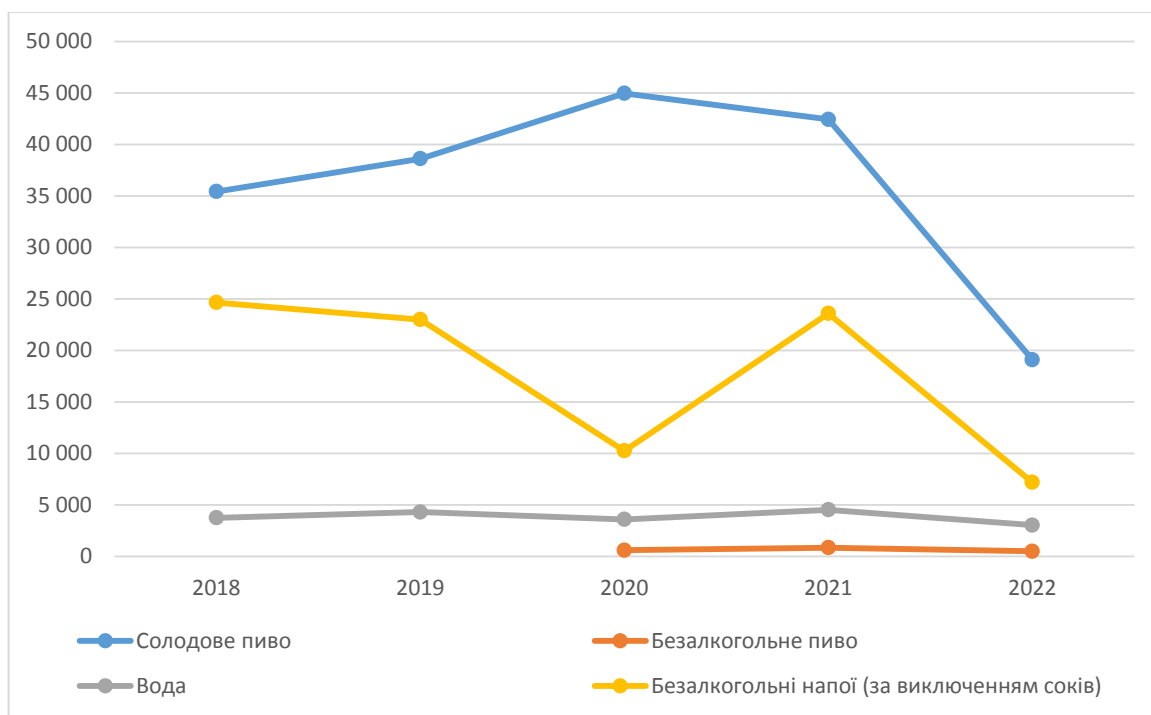


Рис. 2.1. Продуктова структура експорту України напоїв за 2018-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [4]

Пивоваріння – одна з найдавніших галузей промисловості. На підставі клинописних написів вчені встановили, що пиво варили в стародавньому Вавилоні за 7 тис. років до нашої ери. Відомо про 16 місцевих видів хмільних напоїв, переважно зварених із ячмінного солоду та пшениці. Існували навіть спеціальні закони, що визначали вміст екстракту в пиві і ціну напою.

Однак, хоча пиво вироблялось в чималих масштабах, його успіх залежав від випадковості чи мистецтва майстра з багаторічним досвідом. Про роль мікроорганізмів у перетворенні органічної речовини дізналися лише в ХІХ столітті. Науковими дослідженнями доведено, що збудниками бродіння пивного сусла є певні дріжджі, а бродіння є біокаталітичним процесом, який відбувається в клітинах дріжджів. Питання бродіння було досліджене глибоко, і незабаром були досягнуті плідні результати в науці і техніці. Вже в першій половині 19 століття технологія пивоваріння зазнала кардинальних змін: на пивоварнях почали використовувати низове бродіння. Методи виробництва пива змінюються та вдосконалюються з часом. Високий рівень

сучасної технології досягнуто завдяки розвитку технічної мікробіології та біохімії, а також енергетики [37].

Пивоварна галузь є доволі прибутковою та привабливою як для вітчизняних, так і для іноземних виробників, які продовжують купувати українські заводи з виробництва пива. Пивоварна галузь в Україні розвивається переважно за рахунок великих та середніх підприємств. Більшість малих пивоварень не змогли закріпитись на вітчизняному ринку та не мали коштів для здійснення технологічної трансформації чи побудови власної збутової мережі. Заводи або припинили виробництво пива, або стали власністю великих організацій. Таке «поглинання» дрібних виробників великими дає можливість першим не зупиняти власне виробництво, що сприяє розвитку пивоварної галузі та забезпечує зайнятість населення.

Ринок пива представляють чотири великі гравці, серед яких є ПрАТ «Оболонь» та відносно невеликою часткою інших середніх регіональних підприємств (рис. 2.2). Що стосується малих підприємств, то їм важко здійснювати свою діяльність через великі витрати на українському ринку [8].

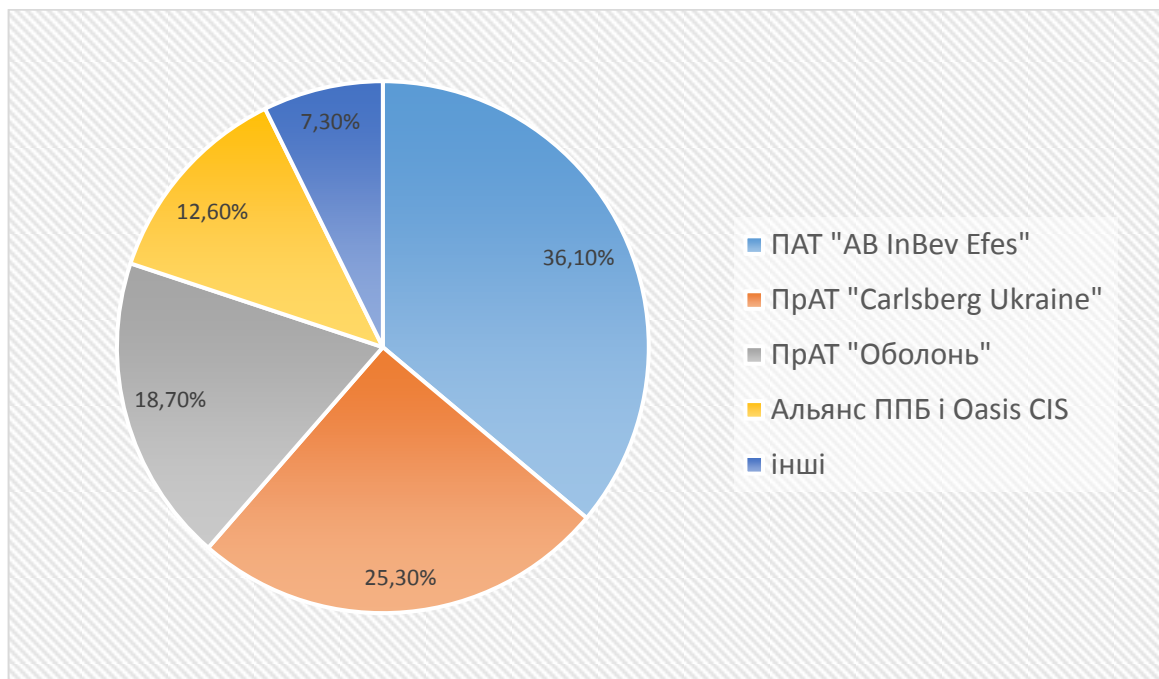


Рис. 2.2. Структура ринку пива в Україні станом на 2020 рік

Джерело: [11]

Таким чином найбільші чотири компанії тримають близько 90% ринку, серед яких [11]:

- ПрАТ «Carlsberg Ukraine» (ТМ «Львівське», «Славутич», «Арсенал», «Tuborg», «Holsten», «Carlsberg» та ін.);
- ПАТ АВ InBev Efes (ТМ «Чернігівське», «Янтар», «Bud», «Рогань», «StellaArtois», «Beck's», «Staropramen», та ін.);
- Альянс ППБ і Oasis CIS (ТМ «Перша приватна browарня», «Галицька корона», «Жигулі Барне», «Stare Misto»);
- ПрАТ «Оболонь» (ТМ «Оболонь», «Zibert», «Nike», «Zlata Praha», «Carling», «Десант», «Охтирське», «Жигулівське»).

Найбільшими ж регіональними виробниками є: «Полтавпиво» (Полтава); «Опілля» (Тернопіль); «Бердичівське» (Бердичів); «Уманьпиво» (Умань); New Brew (Жашків); «Рівень Пиво» (Рівне); «Хмельпиво» (Хмельницький); «Микулинецький browар» (Микулинці) тощо.

Отже, на ринку прослідковується певна олігополія, членом якої є ПрАТ «Оболонь».

Для визначення стану пивоварної галузі в Україні порівняємо обсяги виробленої та реалізованої продукції за 2015-2021 рр. згідно з державною службою статистики України (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Обсяг виробництва та реалізації солодового пива в Україні
за 2015-2021 рр.**

Рік	Обсяг виробленої продукції, млн. грн.	Обсяг реалізованої продукції	
		у натуральному вираженні, млн. дал	у вартісному вираженні, млн. грн.
2015	15 399,17	193,54	12 893,67
2016	16 801,03	172,4	13 832,08
2017	23 669,1	177,27	16 943,61
2018	27 430,26	180,48	19 850,81
2019	30 375,07	177,72	23 313,25
2020	30 405,29	180,49	23 304,68
2021	21 264,27	172,31	21 203,37

Джерело: складено автором на основі [19]

Виходячи з наведених вище даних, побудуємо графіки динаміки обсягу виробленої та реалізованої продукції у кількісному та вартісному вираженні та їх вирівнювання по параболі в пивоварній галузі за 2015-2020 рр. (рис. 2.3-2.5).

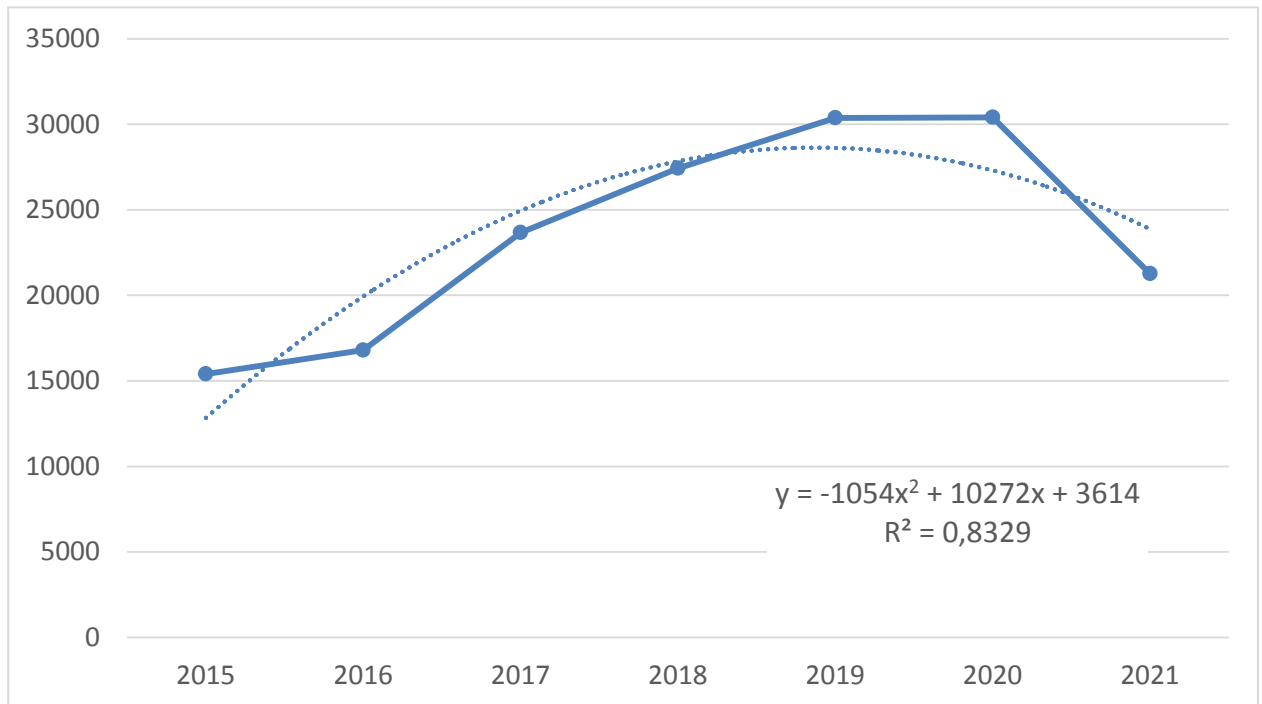


Рис. 2.3. Динаміка обсягу виробництва солодового пива у вартісному вираженні та його вирівнювання по параболі за 2015-2021 рр. в Україні [19]

На 2019 рр., а у 2020 р. наявне вже легке сповільнення та спад обсягу виробництва у 2021 р., що може бути викликано кризою через COVID-2019.

Виходячи з рівняння лінії тренду (рис. 2.3), за період 2015-2021 рр. тенденція виробництва в середньому щорічно прямує до зростання на 10 272 млн. грн. з уповільненим зростанням щороку на 1054 млн. грн. Коефіцієнт достовірності апроксимації є достатньо високим і складає 0,8329. Це вказує на те, що параболою на 83,29% точно описує зміну обсягу виробництва солодового пива.

На рисунку 2.4 ми спостерігаємо падіння обсягів реалізації у 2016 році, потім же відбувається певна стабілізація ринку з невеликими скачками, а у 2021 році знову падіння. Таке різке зменшення обсягів реалізації пов'язано з

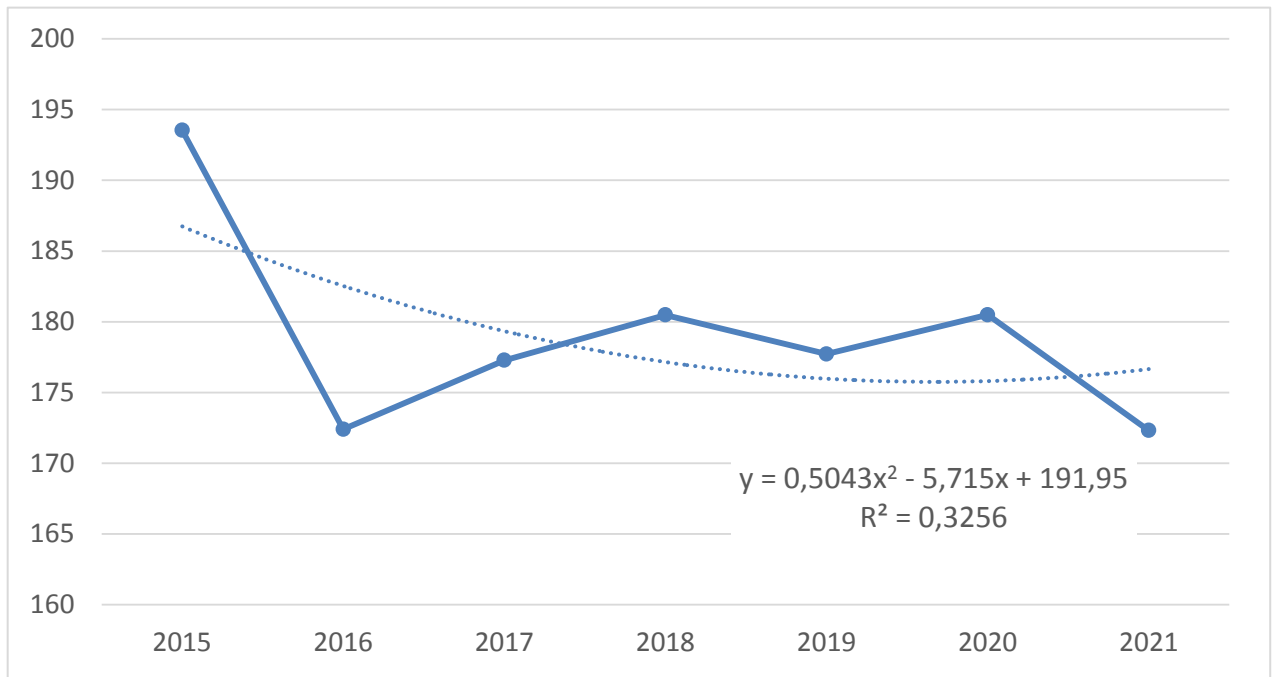


Рис. 2.4. Динаміка обсягу реалізації солодового пива у натуральному вираженні та його вирівнювання по параболі за 2015-2021 рр. в Україні [19]

обмеженням експорту в Російську Федерацію у зв'язку з її агресією у 2014 році, а також новими митними обмеженнями на експорт пива зі сторони Білорусі у той же рік. Крім того, сама криза в середині країни, девальвація гривні та інші фактори вплинули на фінансові можливості підприємств. У 2020-2021 рр. з'явилася нова криза у вигляді пандемії з певними карантинними обмеженнями.

Оскільки коефіцієнт достовірності апроксимації є доволі низьким і складає 0,3256, ми не можемо оцінити та спрогнозувати майбутній обсяг виробництва солодового пива, бо парабола описує зміну обсягу виробництва тільки на 32,56%.

На графіку 2.5 ми спостерігаємо зріст реалізації та тільки невеликий спад у 2021 році, що є більш позитивним у порівнянні з графіком 2.4, який теж відображає зміну обсягів реалізації, але у натуральному вигляді. Різні графіки можуть бути результатом коливання курсу та підвищенням ціни на пивну продукцію. У даному випадку ліпше аналізувати розвиток галузі,

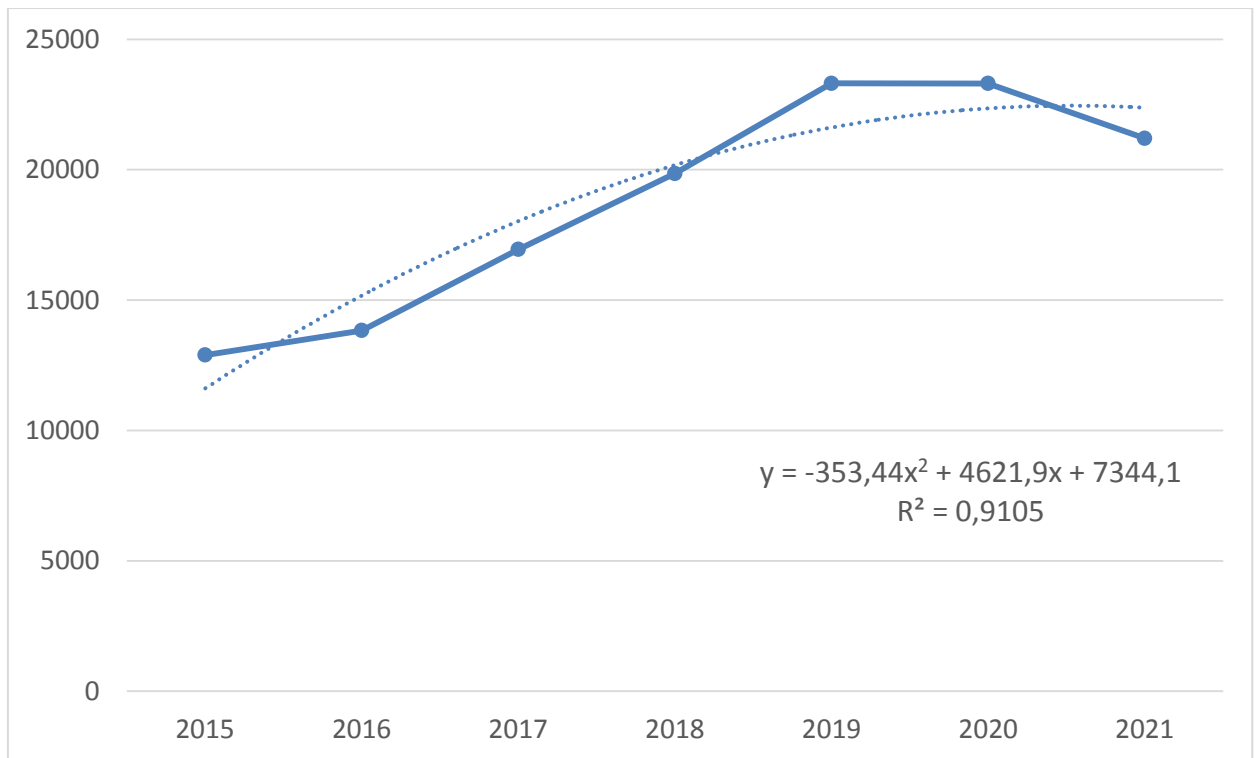


Рис. 2.5. Динаміка обсягу реалізації солодового пива у вартісному вираженні та його вирівнювання по параболі за 2015-2021рр. в Україні [19]

виходячи з графіку реалізованої продукції у натуральному вираженні, бо він виключає похибки у вигляді зміни цін. У той же час, зрівнявши графіки виробленої (рис. 2.3) та реалізованої (рис. 2.5) продукції у вартісному вираженні, можна побачити, що вони доволі схожі. Отже, реалізація виробленої продукції відбувається відносно рівномірно.

Виходячи з рівняння лінії тренду (рис. 2.5), за період 2015-2021 рр. тенденція реалізації у вартісному вираженні в середньому щорічно прямує до зростання на 4 621,9 млн. грн. з уповільненим зростанням щороку на 353,44 млн. грн. Коефіцієнт достовірності апроксимації є доволі високим і складає 0,9105. Це вказує на те, що параболою на 91,05% точно описує зміну обсягу реалізації солодового пива у вартісному вираженні.

Отже, ми бачимо, що кризи в середині країни доволі сильно впливають на саму галузь в цілому, якщо пивна галузь загалом зростає, то певна економічна нестабільність, зниження купівельної спроможності, девальвація національної валюти суттєво впливають на виробництво та реалізацію пива.

Отже, слід збільшувати експортну діяльність у країни з більш стабільною економікою у порівнянні з Україною з метою зменшення впливу зовнішніх ризиків на вітчизняному ринку.

Оцінимо також пивну галузь за конкурентними силами М. Портера (табл. 2.3-2.7).

Таблиця 2.3

Оцінка рівня загрози з боку товарів-замінників

Параметри оцінки	Оцінка параметра		
	3	2	1
Товари-замінники	Існують та займають велику частку на ринку	Існують, але тільки увійшли на ринок та їх частка мала	Не існують
	3		
Підсумковий бал	3		
1 бал	низький рівень загрози зі сторони товарів-замінників		
2 бали	середній рівень загрози зі сторони товарів-замінників		
3 бали	високий рівень загрози зі сторони товарів-замінників		

Джерело: складено автором

Товарами-замінниками можуть виступати інші слабоалкогольні напої такі як сидр, розведений спирт з ароматизаторами, енергетичний напій з додаванням спирту та тому подібне. Ринок доволі насичений подібними продуктами і ризик зміни смакових вподобань споживача доволі великий. Для цього компаніям пивної галузі слід проводити стратегію диференціації та випускати інші види слабоалкогольних напоїв, як і робить ПрАТ «Оболонь».

Таблиця 2.4

Оцінка рівня загрози з боку існуючих конкурентів

Параметри оцінки	Оцінка параметра		
	3	2	1
Кількість гравців	Велика кількість гравців	Середня кількість великих гравців (3-10)	Невелика кількість великих гравців (1-3)
		2	
Темп росту ринку	Стагнація або зниження об'єму ринку	Сповільнюється, проте росте	Високий
		2	

Продовж. табл. 2.4

Параметри оцінки	Оцінка параметра		
	3	2	1
Рівень диференціації товару на ринку	Підприємства продають стандартизований товар	Товар на ринці стандартизований по ключовим властивостям, але відрізняється за додатковими перевагами	Продукти підприємств значимо відрізняються між собою
		2	
Обмеження в підвищенні цін	Велика цінова конкуренція, відсутність можливості підняття цін	Є можливість збільшення цін тільки у рамках покриття росту витрат	Завжди є можливість збільшити ціни для покриття витрат та збільшення прибутку
		2	
Підсумковий бал	8		
4 бали	низький рівень загрози міжгалузевої конкуренції		
5-8 балів	середній рівень загрози міжгалузевої конкуренції		
9-12 балів	високий рівень загрози міжгалузевої конкуренції		

Джерело: складено автором

Рівень міжгалузевої конкуренції доволі середній, але слід також брати до уваги, що близько 90% ринку належать усього 4 гравцям, серед яких є ПрАТ «Оболонь», тому для компанії ризик буде меншим.

Таблиця 2.5

Оцінка рівня загрози з боку нових конкурентів

Параметри оцінки	Оцінка параметра		
	3	2	1
Економія на масштабі при виробництві товару	Відсутня	Існує тільки у декількох гравців ринку	Значима
			1
Параметри оцінки	Оцінка параметра		
	3	2	1
Сильні марки з високим рівнем знання та лояльності	Відсутні крупні гравці	2-3 крупних гравця тримають близько 50% ринку	2-3 крупних гравця тримають близько 80% ринку
			1
Диференціація продукту	Низький рівень різноманіття товару	Існує вузькоспеціалізована сфера	Усі можливі сфери зайняті гравцями
		2	

Продовж. табл. 2.5

Параметри оцінки	Оцінка параметра		
	3	2	1
Рівень інвестицій та затрат для входу в галузь	Низький (окупається за 1-3 місяця роботи)	Середній (окупається за 6-12 місяців роботи)	Високий (окупається більше ніж за рік роботи)
			1
Доступ до каналів збуту	Доступ до каналів розподілу повністю відкритий	Доступ до каналів розподілу потребує певних інвестицій	Доступ до каналів розподілу обмежений
	3		
Політика держави	Нема обмежуючих дій зі сторони держави	Держава втручається в діяльність галузі	Держава повністю контролює галузь та встановлює обмеження
		2	
Готовність існуючих гравців до зниження цін	Гравці не підуть на зниження цін	Крупні гравці не підуть на зниження цін	При будь-якій спробі введення більш дешевої пропозиції існуючі гравці знизять ціни
		2	
Темп зростання галузі	Високий та зростає	Уповільнюється	Стагнація та падіння
		2	
Підсумковий бал	14		
8 балів	низький рівень загрози входу нових гравців		
9-16 балів	середній рівень загрози входу нових гравців		
17-24 балів	високий рівень загрози входу нових гравців		

Джерело: складено автором

Рівень загрози входу нових гравців середній через великі інвестиції та крупних гравців, що тримають близько 90% ринку. Додаткові труднощі також є для маленьких підприємств, бо при великих інвестиційних затратах для них нема особливої податкової політики.

Рівень загрози втрати споживачів середній. Але щоб зменшити цей ризик підприємству слід попрацювати над якістю продукції.

Таблиця 2.6

Оцінка рівня впливу споживачів

Параметри оцінки	Оцінка параметра		
	3	2	1
Частка покупців з великим об'ємом продажів	Більше 80% продаж належать декільком клієнтам	Незначна кількість клієнтів тримають близька 50% ринку	Об'єм продажу рівномірно розподіляється між всіма клієнтами
			1
Схильність до переходу на товари-субститути	Товар компанії не унікальний, існують повні аналоги	Товар компанії частково унікальний, є певні характеристики, важливі клієнтам	Товар компанії повністю унікальний
		2	
Чутливість до ціни	Покупець завжди буде обирати товар з більш низькою ціною	Покупець буде перемикатися тільки при значній різниці в ціні	Покупець абсолютно не чутливий до ціни
		2	
Споживачі не задоволені якістю товару, існуючого на ринку	Незадоволеність головними характеристиками товару	Незадоволеність другорядними характеристиками товару	Повна задоволеність якістю
	3		
Підсумковий бал	8		
4 бали	низький рівень загрози втрати споживачів		
5-8 балів	середній рівень загрози втрати споживачів		
9-12 балів	високий рівень загрози втрати споживачів		

Джерело: складено автором

Таблиця 2.7

Оцінка рівня впливу постачальника

Параметри оцінки	Оцінка параметра	
	2	1
Кількість постачальників	Незначна кількість постачальників чи монополія	Широкий вибір постачальників
		1
Обмеженість ресурсів постачальників	Обмеженість в об'ємах	Необмеженість в об'ємах
	2	
Витрати на зміну постачальника	Високі витрати на зміну постачальника	Низькі витрати на зміну постачальника
	2	
Пріоритетність напрямку для постачальника	Низька пріоритетність галузі для постачальника	Висока пріоритетність галузі для постачальника
	2	
Підсумковий бал	6	
4	низький рівень впливу постачальника	
5-6 балів	середній рівень впливу постачальника	
7-8 балів	високий рівень впливу постачальника	

Джерело: складено автором

Якість сировини відіграє ключову роль у якості самого продукту. На жаль, постачальники не зацікавлені у розвитку галузі, тому вирощують хміль середньої та низької якості. Що стосується ячменю, то є якісна сировина є, але у сильному дефіциті. ПрАТ «Оболонь» намагалось вирішити цю проблему інвестуючи у власну сільськогосподарську зону, але не змогла потягнути цей проєкт фінансово.

Отже, пивоварна галузь – це доволі перспективна галузь зі своїми перевагами та недоліками, які можна зменшити.

2.2. Загальна характеристика діяльності підприємства

ПрАТ «Оболонь» – корпорація з виробництва пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, мінеральної води. Окрім цього, компанія має дозволи на гуртову та роздрібну торгівлю напоями, діяльність транспортних агентств.

Територіальне розташування та юридична адреса Приватного Акціонерного Товариства «Оболонь» співпадають: 04212, м. Київ, Богатирська вулиця, буд. 3.

За формою власності підприємство належить до приватної власності, а організаційно-правова форма – це публічно акціонерне товариство [5].

ПрАТ виконує виробничу функцію, а свою місію визначає так: «Щодня ми працюємо, щоб не залишити спраглих на планеті».

Основними цілями організації можна визначити:

- удосконалення системи управління;
- збільшення ринків збуту на іноземному ринку;
- позитивний вплив на екологію, а також розвиток спорту та культури;
- розробка шляхів удосконалення якості продукції.

Стратегія ПрАТ «Оболонь» націлена на задоволення вимог та очікувань замовників і, за рахунок цього, на утримання лідируючої позиції на ринку пива та безалкогольних напоїв, при постійній увазі до збереження

навколишнього середовища та врахування інтересів зацікавлених сторін.

Невід’ємною складовою частиною даної стратегії є постійне удосконалення системи управління, яка відповідає вимогам стандартів та правильне передбачення тенденцій розвитку ринку [36].

Товариство діє на підставі Конституції України, Цивільного Кодексу України, Господарського кодексу України, Законів України «Про акціонерні товариства» та «Про цінні папери та фондовий ринок», інших нормативних актів, чинних на території України, а також Статуту Приватного Акціонерного Товариства «Оболонь» від 13 квітня 2017 року та Установчого договору від 27 липня 1995 року.

Товариство зареєстроване Мінською районною державною адміністрацією м. Києва, свідоцтво про державну переадресацію №05391057 від 27 липня 1995 року [52].

У 1974 році у новому районі Києва Оболоні на березі річки Почайни, що є притокою Дніпра, проводиться намив майданчика для будівництва майбутнього Київського пивзаводу №3. Місце закладання підприємства було обрано не випадково. 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. Цей фактор став вирішальним, і з того часу провідне українське харчове підприємство для виробництва своєї продукції використовує воду з власних артезіанських свердловин, що розташовані на території заводу.

Визначні етапи в історії ПрАТ «Оболонь» [16]:

- 1980 – офіційне відкриття Київського пивзаводу № 3, приурочене до XXII Олімпійських ігор;
- 1986 – на базі Київського пивзаводу № 3 створено пивобезалкогольне об'єднання «Оболонь», до якого увійшли також два київських та фастівський пивзаводи;

- 1992 – «Оболонь» отримала приватизаційне свідоцтво №1 Фонду держмайна України.
- 1993 – Приватизоване підприємство отримує юридичний статус закритого акціонерного товариства;
- 1996 – ЗАТ «Оболонь» стає співвласником ВАТ «Севастопольський пивобезалкогольний завод» та ЗАТ «Бершадський пивокомбінат»;
- 1997 – ЗАТ «Оболонь» стає співвласником ВАТ «Охтирський пивоварний завод»;
- 1998 – вперше в галузі ЗАТ «Оболонь» отримує міжнародний сертифікат на систему управління якістю ISO-9001 версії 1994 року. Початок аграрного напрямку в структурі корпорації: на Хмельниччині створена науково-виробнича асоціація «Нива Оболонь», що займається селекцією та промисловим розмноженням насіння перспективних сортів ячменю;
- 2001 – ЗАТ «Оболонь» підтверджує високу організацію системи управління якістю і вперше в Україні отримує сертифікат згідно стандарту ISO-9001 версії 2000 року;
- 2008 – «Оболонь» першою серед підприємств харчової промисловості сертифікувала чотири системи управління: 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);
- 2009 – розпочав роботу солодовий завод у смт. Чемерівці Хмельницької області потужністю 120 тис. тонн солоду на рік.
- 2011 – компанія «Оболонь» змінює форму власності, ставши публічним акціонерним товариством. Molson Coors Brewing Company та корпорація «ОБОЛОНЬ» оголошують про комерційну співпрацю в Україні;
- 2017 – «Оболонь» змінила форму власності з ПАТ на «Приватне акціонерне товариство».

Структура управління ПрАТ «Оболонь» має лінійно-функціональну форму і була розроблена відповідно до стратегії розвитку, яка орієнтується на диверсифікацію виробництва, збільшення власного виробництва сировини, інноваційний підхід, підтримку екологічної безпеки та відповідального підходу до соціальних питань (рис. 2.6).

Лінійно-функціональна структура управління є типовим прикладом бюрократичної структури, що включає велику кількість зв'язків між вертикальними та горизонтальними ланками управління і обмежену участь підрядних рівнів у процесі прийняття рішень.

Головними перевагами лінійно-функціональної системи управління є:

- швидкість у здійсненні управлінських рішень;
- функціональні керівники спеціалізуються на певних функціях управління, що дозволяє їм бути більш кваліфікованими та ефективними в цих конкретних областях;
- ефективне використання часу для виконання завдань;
- можливість успішно пристосуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Головними недоліками лінійно-функціональної системи управління є:

- складність у встановленні нормальних відносин між лінійними та функціональними керівниками;
- умови реорганізації збільшують потік інформації, що може призвести до перевантаження керівників;
- структура управління може чинити опір змінам в організації;
- витрати на управління можуть збільшуватися.

Організація має три рівні управління: директору підпорядковуються директор та начальники функціональних підсистем, яким у свою чергу підпорядковуються начальники відділу, цеху або головний спеціаліст.

Діючу структуру управління можна назвати децентралізованою, бо за вирішення проблем і виконання завдань відділу відповідає функціональний директор чи начальник, а не головний директор безпосередньо.

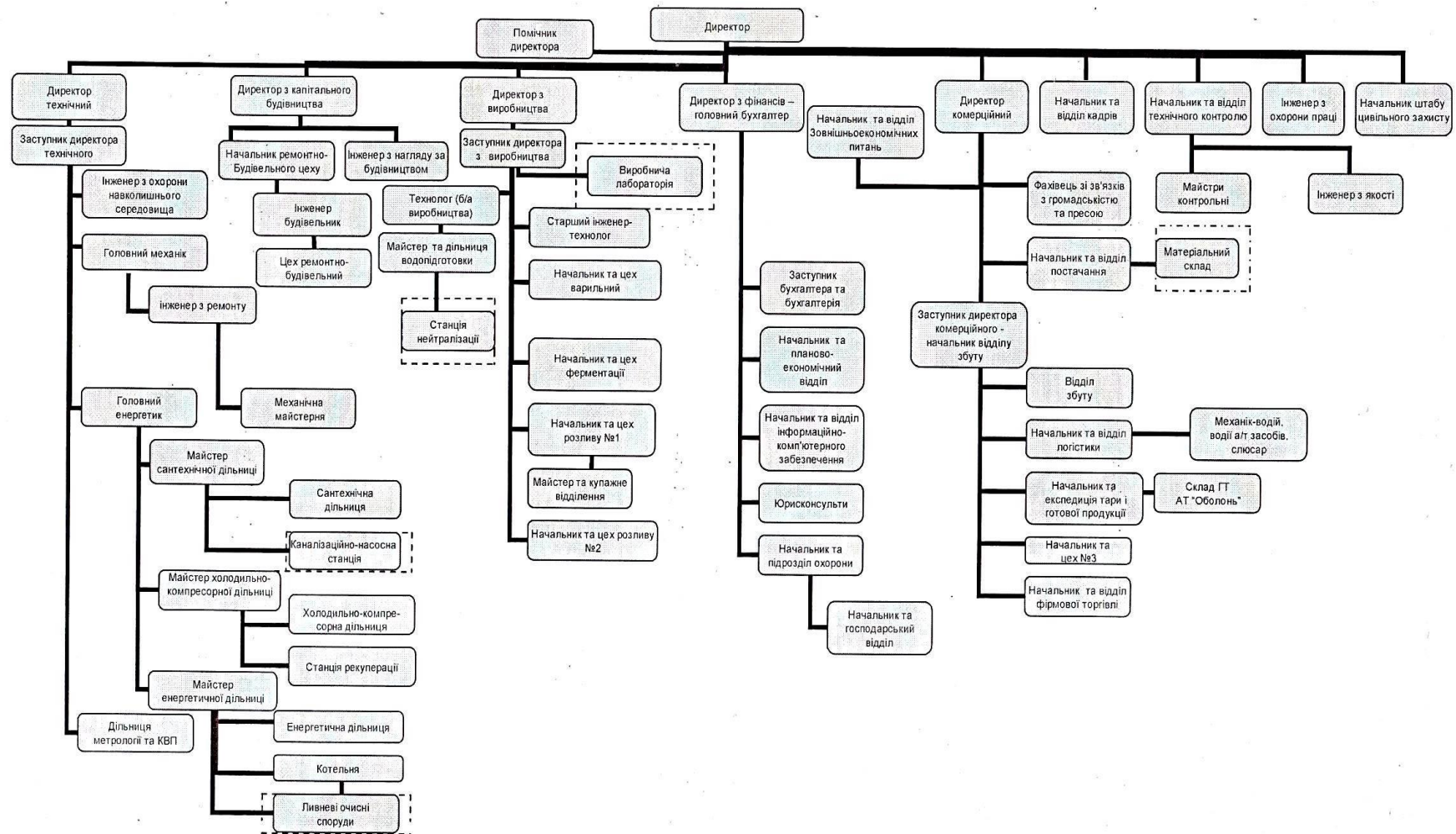


Рис. 2.6. Структура управління ПрАТ «Оболонь»

Джерело: матеріали підприємства

Дочірні підприємства [36]:

- ТОВ «Пивоварня Зібберта», м. Фастів, Київська обл. (виробництво пива);

- ДП ПрАТ «Оболонь» «Красилівське», м. Красилів, Хмельницька обл. (виробництво безалкогольних і слабоалкогольних напоїв, мінеральних вод.).

Підприємства з корпоративними правами [36]:

- ПрАТ «Охтирський пивоварний завод», м. Охтирка, Сумська обл. (виробництво пива, безалкогольних напоїв, солоду);

- ПрАТ «Бершадський пивокомбінат», м. Бершадь, Вінницька обл. (виробництво слабоалкогольних напоїв, солоду);

- ПрАТ «Дятьківці», м. Коломия, Івано-Франківська обл. (виробництво солоду);

- ТОВ «ФК «Оболонь», м Київ, Київська обл. (Футбольний клуб «Оболонь»).

Відокремлені цехи [16]:

- виробничий комплекс ПрАТ «Оболонь», м. Олександрія, Кіровоградська обл. (виробництво безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, переробка ПЕТ пляшки, виробництво бандажної стрічки);

- солодовий завод ПрАТ «Оболонь», смт. Чемерівці, Хмельницька обл. (виробництво солоду).

Отже, у підприємства є структурні одиниці, що можуть забезпечити основне виробництво електроенергією, водою, певною сировиною та матеріалами. До того ж, в організації є власна свердловина для отримання питної води.

Виробнича структура показує склад підрозділім, що безпосередньо пов'язані з виробництвом, та їх взаємодію. Виробнича структура ПрАТ «Оболонь» зображена на рисунку 2.7.

Одним з головних факторів, що впливає на виробничу структуру – це сама технологія виробництва. По-перше, пиво – вибагливий продукт, тому його виробництво та зберігання потребують особливих умов: певна



Рис. 2.7. Виробнича структура ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором на основі матеріалів підприємства

температура, вологість, тиск, створення вакуумного простору та інше. По-друге різні стадії виробництва можуть займати різну кількість часу. Наприклад, дозрівання пива може займати декілька місяців, в залежності від його виду. Саме тому цей фактор слід враховувати при створенні виробничої структури для мінімізації застоїв між різними операціями та дотримання необхідних умов виробництва пива.

До того ж дане підприємство доволі автоматизоване. Основні виробничі функції здійснюють машини, а люди лише контролюють процес. Таким чином, обладнання теж потребує обслуговування та необхідних

ресурсів для функціонування.

На створення побічних цехів вплинула велика кількість відходів від виробництва. Столична пивоварня корпорації «Оболонь» продукує за добу до 700 тонн шротини – вологих зернових відходів. У середині нульових частина цього обсягу постачалася у якості корму для худоби фермерським господарствам київського регіону. Проте більшість відходів підлягала утилізації. Це стало поштовхом до реалізації проекту з сушки пивної шротини.

Необхідну сировину та матеріали ПрАТ «Оболонь» придбає у вітчизняних постачальників, які наведені у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Основні постачальники ПрАТ «Оболонь»

Назва постачальника	Вид сировини, що постачається	Місце розташування
Житомирська хмелефабрика	Хміль (пресований)	м. Житомир
Дубнівська хмелефабрика	Хміль (пресований)	м. Дубно
Колективні с/г підприємства	Ячмінь	Рівненська, Полтавська, Хмельницька області
Українська пивна компанія	Амилосубтилін, ферменти і ін	м. Київ
ПАТ «Рівнеазот»	Вуглекислота	м. Рівне
Фірма «Утос» УВП	Кроненпробка	м. Рівне
ТОВ «Лілея»	Етикетка	м. Полтава
ПАТ «Новобуд»	Сода каустична	м. Львів
ТОВ «Тернопільдерев»	Пиломатеріали	м. Тернопіль
ПМП «Рост»	Металоконструкції	м. Полтава
Приватні підприємства	Ящики поліетиленові	м. Полтава

Джерело: складено автором на основі матеріалів підприємства.

Загалом постачальники ПрАТ «Оболонь» розташовані недалеко від м. Київ, або у самому місті, що зменшує транспортні витрати підприємства, пов'язані з доставкою сировини і матеріалів. Сировина і матеріали від постачальників завозяться на підприємство, в більшості випадків, власним транспортом підприємства.

Свою продукцію підприємства реалізує у мережі супермаркетів, таких, як «Сільпо», «АТБ», «ЕКО-маркет», «Novus» тощо, а також у кафе та

ресторани. Крім того, у 2016 році ПрАТ «Оболонь» відкрило свій фірмовий магазин, а у 2022 р. розпочало продаж франшизи. Там продаються як стандартні напої з ціною меншою ніж в інших магазинах, а також більш ексклюзивна продукція така як пиво з малим терміном зберігання чи напої, які продають тільки за кордоном [35].

Незважаючи на складну економічну ситуацію в Україні та нестабільність макроекономічних умов, компанія активно розвиває свій бізнес як в Україні, так і за її межами, в основному за рахунок експансії на експортні ринки. Станом на 2021 рік експортна карта підприємства охоплювала понад 70 країн світу, включаючи країни Європейського Союзу, такі як Польща, Словаччина, Чехія, Литва, Латвія, Естонія, Болгарія, Румунія, а також країни Східної та Центральної Азії, Африки та Америки.

Щоденна наполеглива праця та багаторічний досвід у міжнародних комунікаціях дозволили організації успішно розширити свою діяльність у 2021 році на дев'ять нових ринків та встановити партнерські зв'язки з 19 новими партнерами з різних країн Латинської Америки, Африки, Азії та Австралії. У тому ж році ПрАТ «Оболонь» змогла додати до списку своїх партнерів ще п'ять країн: Оман, Гана, Мальдиви, Кіпр та Швейцарія.

Продукція компанії представлена в чотирьох країнах, які займають перші п'ять місць у світовому ринку пива, а саме: Китаї, США, Німеччині та Мексиці. Крім того, компанія планує продовжувати розширювати географію свого експорту у майбутньому [36].

У підприємства є дві дочірні компанії за кордоном – це ІУП «ОБОЛОНЬ-РУСЬ» у Республіці Білорусь та ТОВ «ОБОЛОНЬ-АУРЕЛІЯ» у Республіці Молдова. Але перша виводиться з експлуатації у зв'язку з підтримкою військової агресії зі сторони РФ.

Крім експорту, ПрАТ «Оболонь» закуповує іноземне обладнання, переважно в Німеччині.

Щоб визначити економічний стан, головні орієнтири та можливості ПрАТ «Оболонь» в першу чергу слід оцінити та порівняти основні фінансові

показники та результати за 2021-2022 рр. (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Основні техніко-економічні показники діяльності

ПрАТ «Оболонь» за 2021-2022 рр.

Статті та елементи калькуляції	Одиниці виміру	Вартість, тис. грн.		Відхилення	
		2021	2022	абсолютне, +/-	відносне, %
1. Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн.	5 909 426	8 661 928	2 752 502	46,58
2. Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	(4 915 830)	(6 030 487)	1 114 657	22,67
3. Адміністративні витрати	тис. грн.	(325 424)	(376 851)	51 427	15,80
4. Витрати на збут	тис. грн.	(674 532)	(542 663)	-131 869	-24,30
5. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції (р.2+р.3+р.4)	тис. грн.	(5 915 786)	(6 950 001)	1 034 215	17,48
6. Валовий прибуток	тис. грн.	993 596	2 631 441	1 637 845	164,84
7. Інші операційні доходи	тис. грн.	59 536	37 683	-21 853	-57,99
8. Інші операційні витрати	тис. грн.	(33 720)	(56 526)	22 806	67,63
9. Прибуток від операційної діяльності	тис. грн.	19 456	1 693 084	1 673 628	8602,12
10. Чистий фінансовий результат (чистий прибуток, збиток)	тис. грн.	(111 966)	1 197 966	1 309 932	-
11. Середньорічна вартість активів	тис. грн.	5 389 031	5 483 653	94 622	1,76
12. Середньорічна вартість власного капіталу	тис. грн.	2 219 624	2 762 624	543 000	24,46
13. Середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	3 857 695	3 602 670	-255 025	-7,08
14. Чисельність промислово-виробничого персоналу (ПВП)	осіб	2 250	3 103	853	37,91
15. Витрати на 1 грн. продукції (р.5/р.1)*100	коп.	100,11	80,24	-19,87	-24,77
16. Фондовіддача (р.1/р.13)	грн./грн.	1,53	2,40	0,87	56,95
17. Продуктивність праці (р.1/р.14)	грн./особу	2 626,41	2 791,47	165,06	6,28
18. Рентабельність продукції (р.9/р.5)*100	%	0,33	24,36	24,03	-
19. Рентабельність діяльності (продажів) (р.10/р.1)*100	%	-1,89	13,83	15,72	-
20. Рентабельність активів (р.10/р.11)*100	%	-2,08	21,85	23,92	-
21. Рентабельність власного капіталу (р.10/р.12)*100	%	-5,04	43,36	48,41	-

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства.

Отже, підприємство у 2022 р. знову стало прибутковим, збільшивши свій дохід на 2 752 502 тис. грн. або 46,58%, а чистий фінансовий результат

на 1 309 932 тис. грн. , отримавши прибуток у 1 197 966 тис. Але слід брати до уваги, що у 2022 році відбулася сильна девальвація гривні, тому співвідношення 2021 та 2022 року буде не дуже точним. Тим не менше, підприємство змогло знизити свої витрати на виробництво одиниці продукції і тепер витрати на 1 грн. реалізованої продукції становлять 80 коп. Фондовіддача зросла за рахунок збільшення доходу та зменшення середньорічної вартості основних засобів. Показники рентабельності також зросли. З витрат зменшилися витрати саме на збут, що може бути пов'язане з певними логістичними проблемами через військові дії в країні. Чисельність промислово-виробничого персоналу зросла ж на 853 особи чи 37,91%.

Незважаючи на війну, обмеження на продаж алкоголю, ПрАТ «Оболонь» змогло вийти зі збитковості та стати прибутковим. У першу чергу підприємству повезло з місцезнаходженням центрального заводу, а саме у м. Київ, що є найбільш захищеним містом від ракетних обстрілів, тому головні виробничі потужності не постраждали. До того ж заборона на продаж алкоголю могла спровокувати ще більший ріст попиту, що виробники змогли відбити ті місяці, коли продаж було заборонено.

Асортимент ПрАТ «Оболонь» зображено у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Асортимент ПрАТ «Оболонь»

Група товарів	Торгові марки, товари
Пиво	«Оболонь», «hike», «Zlata Praha», «Zibert», «Keten Brug», «BeerMix», «Hadmix», «Pubster», «GOLDEN CASTLE EXPORT», «Жигулівське», «Десант», «Carling», «Germanarich», «Рідний Шубін Світле», «Piwny kubek», «Южанка», «Охтирське»
Сидр	«Sidro Villa Bianca», «Ciber»
Алкогольні напої	«Ром-кола», «Бренді-кола», «Джин-тонік», «Джин Грейпфрут», «Водка Лайм», «Orange Spritz», «BRONX», «Hard Seltzer»
Безалкогольні бренди	«Живчик», «Живчик Smart Cola», «Живчик Orange», «Lemonissimo Lemonata», «Живчик Leemon», «JETT», «Квас Старокиївський», «Лимонад», «Ситро»
Мінеральні та питні води	«Оболонська», «Прозора», «Збручанська 77», «Аквабаланс», «Охтирська»
Промислові товари	Солод, пивна дробина, бандажна стрічка, ПЕТф-преформа, ящик

Джерело: складено автором на основі [36]

Продукція ПрАТ «Оболонь» сертифікована за стандартом ISO 22 000:2018, що спеціалізується на постійному аналізі небезпечних чинників та перевірці критичних контрольних точок на всіх етапах виробництва [30].

Динаміка реалізації продукції за її видами зображена у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

**Динаміка реалізації продукції ПрАТ «Оболонь» за 2021-2022 рр.
у вартісному виразі, тис. грн.**

Найменування продукції (видів, товарних груп)	Реалізація продукції		Абсолютне відхилення, +/-	Відносне відхилення, %
	2021	2022		
1. Пиво	3 097 279	4 482 216	1 384 937	44,71
2. Безалкогольні напої	418 627	465 550	46 923	11,21
3. Слабоалкогольні напої	510 516	577 251	66 735	13,07
4. Мінеральна вода	217 681	273 613	55 932	25,69
Разом: вироблено продукції у вартісному виразі	4 244 103	5 798 630	1 554 527	36,63

Джерело: складено автором на основі [36]

Отже, загальний обсяг реалізованої продукції зріс у 2022 р. у порівнянні з 2021 р. на 1 384 937 або 36,63%. Найбільшу частку асортименту, виходячи з обсягу реалізованої продукції, займає пиво, а його ріст становить 1 384 937 тис. грн. або 44,71%. Обсяг реалізації інших позицій теж зросли, проте менше ніж пиво, а найменший ріст був у безалкогольних напоїв і становить 46 923 тис. грн. або 11,21%.

Проаналізуємо динаміку розвитку доходів ПрАТ «Оболонь» за останні 5 років для подальшої оцінки фінансового стану підприємства (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Динаміка розвитку доходів ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022 рр., тис. грн.

Показник	2018	2019	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції	5 078 764	5 276 795	5 549 706	5 909 426	8 661 928
Інші операційні доходи	85 301	71 166	72 812	59 536	37 683

Джерело складено автором на основі фінансової звітності підприємства

На основі отриманої таблиці побудуємо графіки (рис. 2.8 -2.9).

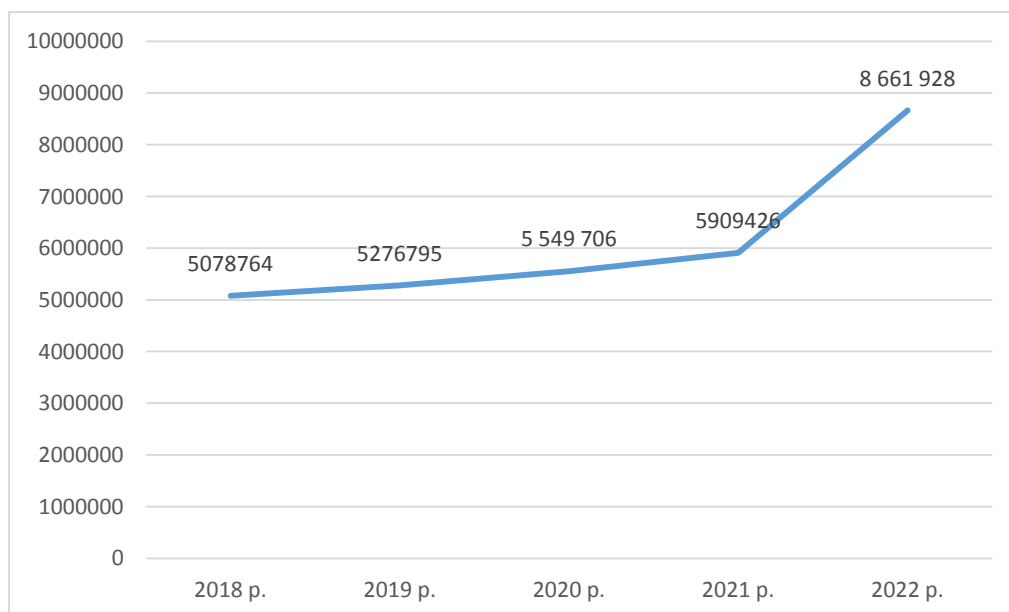


Рис. 2.8. Динаміка розвитку чистого доходу ПрАТ «Оболонь» від реалізації продукції за 2018-2022 рр., тис. грн.

Джерело складено автором на основі фінансової звітності підприємства

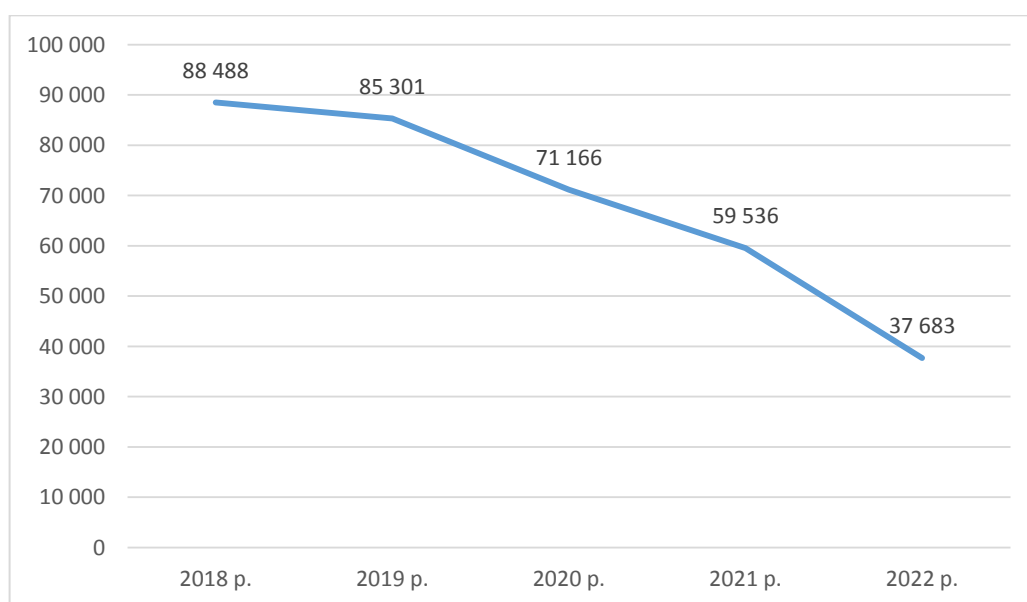


Рис. 2.9. Динаміка розвитку інших операційних доходів ПрАТ «Оболонь», за 2018-2022 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

Загалом ми бачимо помірне збільшення до 2021 року та різкий ривок у 2022 році. Скоріш за все такий великий ріст доходів пов'язаний з девальвацією гривню та загальним ростом цін.

Інші операційні доходи скорочуються з кожним роком, отже підприємство більше зорієнтовано на тримання прибутку від виробництва та реалізації продукції.

Проведемо такий самий аналіз прибутків підприємства (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Динаміка розвитку прибутків ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022 рр.,

тис. грн.

Показник	2018	2019	2020	2021	2022
Валовий прибуток/збиток	786 393	1 060 986	1 479 597	993 596	2 631 441
Прибуток/збиток від операційної діяльності	-128 200	299 958	457 219	19 456	1 693 084
Прибуток/збиток до оподаткування	-325 802	224 804	324 912	-134 278	1 456 414
Чистий прибуток/збиток	-365 420	290 151	338 614	-111 966	1 197 966

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

На основі отриманої таблиці побудуємо графік (рис. 2.10).

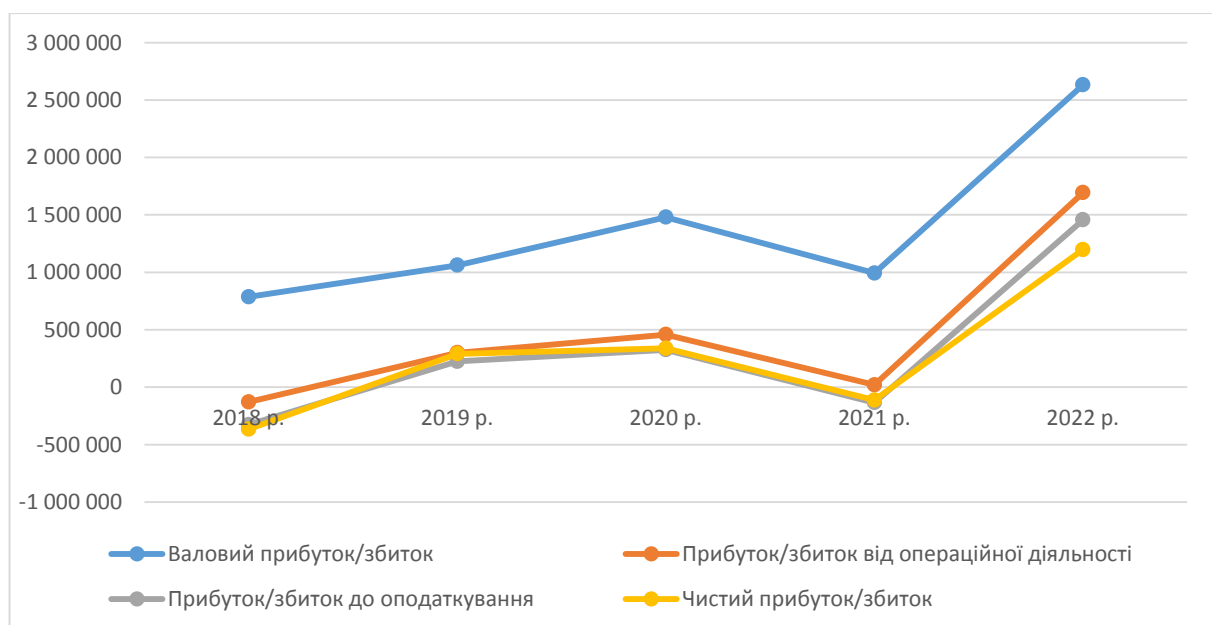


Рис. 2.10 Динаміка розвитку прибутків ПрАТ «Оболонь» за 2018-2022 р.р., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

Отже, найуспішнішим роком за даний період можна назвати 2022 рік, незважаючи на девальвацію гривні, прибутки від нього усе одно доволі високі. Найгіршим та відповідно найзбитковішим роком є 2018 рік, де всі показники пішли у збиток, окрім валового прибутку пішли у збиток.

2.3. Дослідження привабливих ринків збуту для здійснення експортної діяльності

Експортна діяльність дає можливість підприємству розширення ринків збуту, збільшення виробництва, якості та прибутку. До того ж проведення експортних операцій позитивно впливає і на саму країну, бо стабілізує її економіку, тому держава може допомагати, заключаючи між країнами, що мають спільний сухопутний або морський кордон, спеціальний правовий режим торгівлі та товарообігу [36].

Проаналізуємо привабливі ринку збуту експорту для пивоварної галузі. У першу чергу слід розглянути країни, які користуються найбільшою популярністю серед вітчизняних експортерів (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Географічна структура експорту України солодового пива за 2018-2022 рр., тис. дол

№	Країни	Експорт				
		2018	2019	2020	2021	2022
	Світ	35 427	38 610	44 958	42 430	19 097
1	Молдова	6 556	6 192	6 401	7 348	5 576
2	Китай	682	1 812	6 255	12 788	3 195
3	Литва	2 672	1 772	2 607	2 646	2 364
4	Ізраїль	1 294	1 385	1 331	163	999
5	Бахрейн	0	47	318	717	721
6	Польща	888	2 121	5 353	997	694
7	Уганда	0	143	130	339	660
8	Китайський Тайбей	38	294	459	1,137	403
9	Алжир	4 594	3 018	1 179	2 114	366
10	Німеччина	279	250	333	330	347

Джерело: складено автором на основі [4]

Отже, трійку лідерів за 2022 рік займають Молдова, Китай та Литва. Це свідчить про користування попитом українського пива, а також зручні умови проведення експортних операцій. Крім того, через війну загальний експорт солодового пива зменшився вдвічі, тому і спостерігаємо у більшості країн зменшення експорту.

Китай є привабливим ринком, що розвивається зі зручними умовами для експорту та великою кількістю споживачів. Ця країна не застосовує засобів захисту внутрішнього ринку від солодового пива, а ставка адвалорного мита та тарифна відсутні. Але до імпорту пива застосовуються 64 вимоги, що стосуються упаковки, якості та інше [2]. Проте він вимагає значних витрат на транспортування. У 2022 р. експорт до нього сильно скоротився скоріш за все саме через великі витрати на транспортування, а також логістичні проблеми.

У Молдові ж пивна галузь тільки розвивається, тому багато експортерів і звертають на неї увагу та намагаються закріпитись на ринку. Молдова не застосовує засобів захисту внутрішнього ринку від солодового пива, а тарифна ставка становить 0,25 євро/л, ставка адвалорного мита для пива об'ємом 10 л чи менше у пляшках становить 28,6%, в іншій тарі – 52,49%, а для пива об'ємом більше 10 л – 36,29%. Але для України діє пільговий тариф на основі договору Treaty on CIS FTA, що вступив у дію 12 вересня 2012 року. Тому українські суб'єкти господарювання не зобов'язані сплачувати тарифну ставку та адвалорний податок [2]. Проте Молдова має доволі маленьке населення (усього 2,6 млн.) станом на 2021 рік, а отже, і маленьку кількість потенційних споживачів. До того ж економіка Молдови навіть слабкіша за українську, а наша ціль відшукати привабливий ринок з сильнішою економікою і меншою кількістю криз, ніж в Україні.

Литва також не застосовує засобів захисту внутрішнього ринку від солодового пива, адвалорний податок та тарифна ставка відсутні. Але до імпорту пиву застосовуються 22 умови [2].

На нашу думку, найбільш підходящим ринком є Польща, бо це країна-сусід з більш міцною економікою і який входить в топ-10 по обсягу експорту, займаючи 6 місце станом на 2022 рік. При чому до 2020 року обсяги експорту зростали, але у 2021 р. різко зменшилися. На це можуть впливати різні фактори: зменшення обсягу виробництва загалом по галузі, криза через пандемію, зменшення споживачів чи просто зміна пріоритетів на інші ринки збуту. Ця країна не застосовує засобів захисту внутрішнього ринку від солодового пива, а ставка адвалорного мита та тарифна відсутні. Але до імпорту пива застосовуються 22 вимоги, що стосуються упаковки, якості та інше [2].

Отже, ключовими факторами привабливості польського ринку є: Невеликі транспортні витрати, відсутність захисту внутрішнього ринку від українського експорту, схожість уподобань поляка та українця.

Споживання пива поляками [51]:

- 31% респондентів п'ють пиво 2-3 рази на тиждень;
- 25% респондентів роблять це раз на тиждень;
- 17% – 2-3 рази на місяць;
- 11% – 4-6 разів на тиждень;
- 8% – смакують пивом щодня;
- 5% – раз на місяць;
- 2% – кожні 2-3 місяці
- 1% – випивають келих хмільного кожні 4-6 місяців або і рідше.

Отже, майже кожен третій поляк споживає пиво 2-3 рази на тиждень. За словами Кшиштофа Домерадзкі з дослідницької компанії Kantar Polska, поляків можна сміливо назвати любителями пива. Більша частина респондентів заявили, що п'ють пиво хоча б раз на тиждень.

Улюблені сорти пива польського споживача [51]:

- лагери – 3,2;
- ароматизоване пиво – 2,69;
- безалкогольне пиво – 2,54;

- регіональне пиво – 2,37;
- крафтове пиво – 2,14
- міцне пиво – 1,56.

Польське пивоваріння має давню історію, яка починається ще в з часів Леха, легендарного предка поляків. Згадки про польське пивоваріння можна знайти навіть у найстаріших письмових джерелах, зокрема у хроніці Тіетмара Мерсенбургського. За його словами, перший король польський Болеслав Хоробрий був відомий своєю пристрастю до пива і отримав прізвисько «пиволуб». Це свідчить про те, що пиво було популярним напоєм у Польщі ще у X столітті. В цей же час була відкрита перша королівська пивоварня.

Пивоваріння має велике значення для економіки Польщі, ставши невід'ємною частиною її промислового сектора. Унікальна рецептура цього напою була об'єктом найсуворішої таємниці, розкриття якої часто призводило до серйозних наслідків, включаючи смертельну страту. Уряд Польщі докладав зусиль, щоб наглядати за діяльністю пивоварів та забезпечувати постійний контроль якості пива.

Розглянемо основних виробників ринку та їх частку ринку на рисунку 2.11.

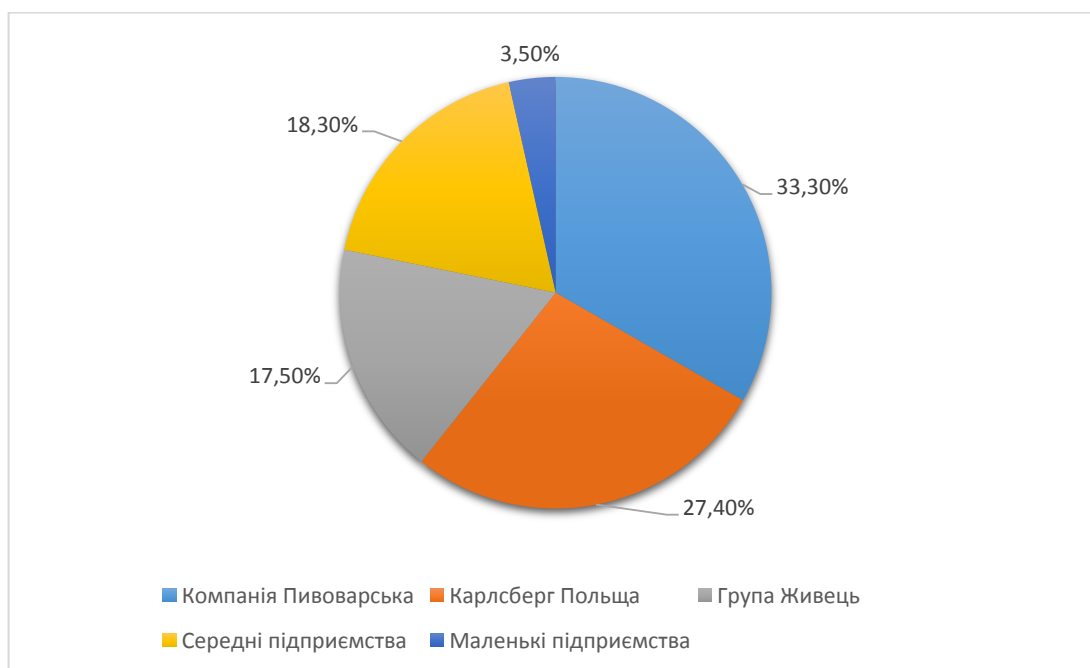


Рис. 2.11. Структура ринку пива в Польщі станом на 2017 рік [3]

Три великі компанії контролюють 78,2% ринка, серед яких Компанія Пивоварська, Карлсберг Польща, Група Живець. Середні підприємства займають 18,3%, а інші 3,5% – маленькі підприємства.

Хоча конкурентів не так і багато, але всі 3 доволі потужні і на українському ринку якість їх пива визначають вищою, ніж продукції ПрАТ «Оболонь». До того ж поляки доволі патріотичні, тому віддають перевагу саме польському виробнику. Отже, для експорту ліпше брати не стандартне пиво, а з якимось добавками, щоб польських споживач був зацікавлений у придбанні, а також його ціна має бути хоча б на рівні з вітчизняними, а бажано нижчими.

Висновки до розділу 2

Військові дії в країні доволі сильно повпливали на спроможність підприємств виробляти та реалізовувати свій товар, особливо за кордон. Так експорт солодового пива зменшився вдвічі. Тим не менш, пиво все ще займає лідуючі позиції серед напоїв по експорту.

У пивній галузі прослідковується певна олігополія між чотирма великими підприємствами: ПрАТ «Carlsberg Ukraine», ПАТ АВ InBev Efes, Альянс ППБ і Oasis CIS, ПрАТ «Оболонь», – вони займають близько 90% ринку. Також на ринку присутні середні підприємства, що займають меншу частку ринку. Що стосується маленьких підприємств, то їм важко утриматись на ринку через великі витрати та відсутність підтримки зі сторони держави.

Через постійні кризи обсяг реалізації та виробництва пива доволі нестабільний: періодично зростаючий та знову спадаючий під час якоїсь з криз викликані політичні подіями в країні чи загальною пандемією і карантинними обмеженнями.

Нестабільне середовище внутрішнього ринку провокують на пошук нових ринків збуту за кордоном, з більш стабільною економікою та меншими факторами ризику.

ПрАТ «Оболонь» спеціалізується на виробництві та реалізації пива, інших слабоалкогольних напоїв, енергетичних та безалкогольних напоїв, а також мінеральних вод.

Для нього характерна лінійно-функціональна система управління, яка є типовим прикладом бюрократичної структури, де спостерігається значна кількість зв'язків між вертикальними та горизонтальними ланками управління, а також обмежена участь підрядних рівнів у прийнятті рішень.

До того ж, корпорація об'єднує 10 підприємств по всій Україні

Незважаючи на військові дії в країні, 2022 рік став найуспішнішим роком для ПрАТ «Оболонь» за останні п'ять років, отримавши дохід від реалізації у розмірі 8 661 928 тис. грн., а чистий прибуток – 1 197 966 тис. грн. Особливо на цей дохід вплинув саме дохід від реалізації пива, який становить 4 482 216 тис. грн.

Найбільш привабливим для експорту солодового пива є Польща. Головними перевагами проведення експортної діяльності саме в цю країну це: відсутність захисту внутрішнього ринку, невелика кількість вимог для експорту, зручне розташування та невеликі витрати на транспортування, більш стабільна економіка у порівнянні з Україною, схожість смаків польського та українського споживача, дружні стосунки між Польщею та Україною, наявність великої кількості українців, що могли бути потенційними споживачами пива від ПрАТ «Оболонь». З головних ризиків можна виділити високі вимоги до якості та любов поляків саме до національного пива.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

3.1. Програма діяльності підприємства щодо експорту нової продукції за кордон

Ефективність діяльності підприємства є економічною категорією, яка відображає ступінь відповідності фактичного результату до очікуваного, іншими словами, це рівень досягнення мети організації та її здатність до функціонування в конкурентному середовищі. Ефективність діяльності в такому контексті використовується для обґрунтування господарських рішень та проведення різноманітних аналітичних оцінок.

Ефективність експорту показує наскільки ефективними є зовнішньоекономічні операції підприємства; частка виторгу в загальному обсязі експорту підприємства.

Оцінка ефективності експорту певного продукту та визначення його експортного потенціалу залежать від багатьох факторів, включаючи показники конкурентоспроможності продукту, підприємства-виробника та країни-виробника, а також умов виходу на ринок, які включають національні чинники, такі як торговельна політика країни та система підтримки експортного виробництва, а також зовнішні умови, такі як торгівельний режим країни-експортера [15].

Розглянемо основні напрями розвитку експорту.

1. Підвищення конкурентоспроможності: підприємство може покращувати якість своїх товарів або послуг, впроваджувати інновації, працювати над брендуванням і маркетингом, щоб забезпечити конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

2. Оптимізація логістики: підприємство може працювати над покращенням логістичних процесів, включаючи постачання, зберігання,

упаковку та доставку товарів. Ефективна логістика допоможе знизити витрати та покращити доставку продукції до міжнародних ринків.

3. Адаптація до місцевих ринкових умов: підприємство повинно розуміти особливості кожного місцевого ринку, включаючи культурні, правові та регуляторні аспекти. Адаптація продуктів або послуг до потреб і вимог місцевих споживачів може забезпечити більший успіх на міжнародних ринках.

4. Підвищення свідомості про бренд: підприємство може інвестувати у маркетингові та рекламні заходи для підвищення свідомості про свій бренд на міжнародних ринках. Це може включати використання соціальних медіа, цифрового маркетингу, реклами на місцевих медіа та спонсорських заходів.

5. Розширення мережі дистриб'юторів: підприємство може шукати нових контрагентів з метою розширення на іноземному ринку та збільшення обсягів виробництва та реалізації.

6. Підтримка власного персоналу: підприємство повинно надавати достатню підтримку своєму персоналу, забезпечувати їх навчання та розвиток. Компетентний і мотивований персонал може значно сприяти ефективності експортних операцій.

7. Постійне вдосконалення: підприємство повинно бути готовим до змін та постійно вдосконалювати свої експортні стратегії. Важливо залишатися в курсі нових тенденцій, технологій та регуляцій на міжнародному ринку та адаптуватися до них.

Поляки, хоч і схожі на українців, але через меншу кількість криз їх платоспроможність не падала так сильно, відповідно польський споживач буде більш вибагливий до якості. Крім того, ПрАТ «Оболонь» здебільшого реалізовує стандартне пиво, хоча головні вподобання поляків – це лагери, ароматизоване та безалкогольне пиво.

Усі напрями є важливими при здійсненні експортної діяльності, але на даному етапі найважливішим є підвищення конкурентоспроможності у порівнянні з місцевими виробниками та адаптація під польського споживача.

Отже, пропонується захід з розробки нового виду продукції під вимоги польського споживача (табл. 3.1) та його експорт на умовах поставки DAP за Incoterms 2020 в мережу магазинів «Biedronka». Такий вибір дистриб'ютора обумовлено популярністю даної мережі магазинів та невеликою націнкою на товари.

Таблиця 3.1

Характеристики нового продукту

Характеристика	Значення
Вид продукції	Темне пиво з добавками
Вид добавки	Шоколадний екстракт
Вміст алкоголю	4,5%
Вид тари	Скляна пляшка з коричневого скла
Об'єм пляшки, л	0,5
Якість	Відповідно до міжнародного стандарту ISO 22 000:2018

Джерело: складено автором

Цей напій буде орієнтований для пошанувачів темного пива, а нотки шоколаду придадуть йому більш вишуканий та цікавий смак. Таке цікаве поєднання має привернути увагу споживача. Міцність же береться стандартна, а саме 4,5%. Оскільки це все ж новий продукт, пропонується виробництво та реалізація невеликої партії у розмірі 5 тис. дал, або 100 тис. пляшок.

3.2. Обґрунтування доцільності здійснення експорту нового продукту, його вплив на основні показники діяльності та показники ефективності експортної діяльності

Планується випуск експериментальної партії у 5 тис. дал для експорту у Польщу. Збільшення виробництва планується на діючому обладнанні за рахунок збільшення коефіцієнту використання. Виробнича потужність потокової лінії у 250 дал на день дозволяє виробити необхідну партію менше ніж за місяць. Для виробництва було звільнено одну з виробничих ліній, що виробляє «Оболонь світле». Для його виробництва задіяні 20 поточкових ліній з коефіцієнтом використання потужності 0,85.

Добове виробництво пива «Оболонь світле» на одній потоковій лінії становить: $250 \cdot 0,85 = 212,5$ дал. Отже нам треба розподілити цей обсяг між іншими 19 виробничими лініями, тобто збільшити виробництво кожної лінії на 11,18 дал ($212,5/19$). Звідси добове виробництво пива «Оболонь світле» на одній потоковій лінії після початку впровадження проєкту буде становити $212,5 + 11,18 = 223,68$ тис. дал, коефіцієнт використання потужності $223,68/250 = 0,89$. Отже, потужності виробництва дозволяють ввести захід без закупки нового обладнання.

На виробництво шоколадного пива піде менше одного місяця, а саме 25 днів з добовою потужністю 200 тис. дал ($5\,000/25$) та коефіцієнтом використання потужності $200/250 = 0,8$.

Виходячи з цього, складемо виробничу програму (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Виробничу програма виробництва шоколадного пива

Добова потужність, дал	Коефіцієнт використання потужності	Плановий час роботи, дні	Обсяг виробництва, тис дал	
			дал	Пляшки, ємністю 0,5 л
250	0,8	25	5000	1000

Джерело: складено автором

Для визначення ж обсягу продукції у вартісному вираженні слід зробити калькуляцію витрат.

Сировина та матеріали, а також їх норма виробництва на 1 дал пива наведена у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Сировина та матеріали

Елементи витрат	Один. виміру	Кількість витрат на 1 дал	Ціна за одиницю	Сума, грн.
Ячмінь	кг	3,125	5,3	16,56
Вода	л	16,25	2,5	40,62
Хміль	кг	0,05	250	12,5
Дріжджі	кг	0,0055	94	0,52
Шоколадний екстракт	л	0,04	300	12
Тара	шт.	20	7,22	144,4
Етикетка	шт.	10	1	10
Разом		236,6		

Джерело: розраховано автором

Причому, оскільки ПрАТ «Оболонь» спеціалізується на виробництві солоду, то у сировину при виробництві пива включені ячмінь та вода, що йдуть на виробництво солоду.

Транспортно-заготівельні витрати дорівнюють 7% від вартості сировини: $(236,6 - 10 - 144,4) * 0,07 = 5,75$ грн.

Отже, стаття сировина та матеріали становить $236,6 + 5,89 = 242,49$ грн.

Розрахунок статті паливо й енергія на технологічні цілі наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Паливо й енергія на технологічні цілі

Елементи витрат	Один. виміру	Кількість витрат на 1 дал	Ціна за одиницю	Сума, грн.
Електроенергія	кВт-год	20	1,68	33,6
Паливо	т	0,75	45,50	34,13
Разом				67,73

Джерело: розраховано автором

Від виробництва солоду залишається велика частина шротини, яку в подальшому використовують як корм для тварин. Її вихід близько 15% від кількості ячменю, тобто 0,47 кг з виробництва 1 дал пива ($3,125\text{кг} * 0,15$). А її ринкова ціна становить 1,5 грн. за 1 кг, тобто з виробництва 1 дал пива ми отримаємо: $0,47 * 1,5 = 0,71$ грн.

Знайдемо основну заробітну плату робітників, які працюють за погодинною системою оплати при виробництві пива за умови роботи 15 потокових ліній з добовою потужністю 250 дал.

Дані для розрахунку наведені у таблиці 3.5.

Основна заробітна плата у наскрізних професій:

$$\begin{aligned} & (52,03 * 7 + 52,03 * 15 + 52,03 * 5 + 52,03 * 12 + 52,03 * 10 + 52,03 * 11) * 8 = \\ & = (364,21 + 780,45 + 260,15 + 624,36 + 520,3 + 572,33) * 8 = 2\,497,44 * 8 = \\ & = 19\,979,52 \text{ грн.} \end{aligned}$$

Основна заробітна плата у наскрізних професій на одній лінії:

$$19\,979,52 / 19 = 1\,051,55.$$

Таблиця 3.5

Виробничо-промисловий персонал поточкових ліній

Професія	Кількість робітників на зміну	Тарифний розряд	Годинна тарифна ставка, грн.	Тривалість зміни, год.
Оператор виробничих ліній	7	3	52,03	8
Укладальник пива	15	3	52,03	8
Приймальник-здавальник продукції	5	3	52,03	8
Укладальник-пакувальник	12	3	52,03	8
Електрик	10	3	52,03	8
Механік	11	3	52,03	8
Робітники на лінії				
Майстер-пивовар	1	5	69,63	8
Укладальник продукції	1	3	52,03	8

Джерело: складено автором

Основна заробітна плата робітників на лінії:

$$(69,63 * 1 + 52,03 * 1) * 8 = 973,28 \text{ грн.}$$

Основна заробітна плата по підприємству за 1 день:

$$1\ 051,55 + 973,28 = 2\ 024,83 \text{ грн.}$$

Основна заробітна плата по підприємству за 25 днів:

$$2\ 024,83 * 25 = 50\ 620,75 \text{ грн.}$$

Розцінка на 1 дал продукції по підприємству:

$$50\ 620,75 / 5000 = 10,12 \text{ грн./дал.}$$

Додаткова заробітна плата становить 50% до основної заробітної плати, тобто: $10,12 * 0,7 = 7,08$ грн.

Таким чином, фонд заробітної плати: $10,12 + 7,08 = 17,2$ грн.

Єдиний соціальний внесок становить 22% від фонду заробітної плати, тобто: $17,2 * 0,22 = 3,78$ грн.

Згідно даних підприємства витрати на утримання та експлуатацію устаткування становлять 7,4 грн. на 1 дал.

Загально виробничі витрати становлять 40% від основної заробітної плати, тобто: $10,12 * 0,4 = 4,05$ грн.

Виробнича собівартість становить:

$$242,49 + 67,73 - 0,71 + 10,12 + 7,08 + 3,78 + 7,4 + 4,05 = 341,94 \text{ грн.}$$

Адміністративні витрати становлять 15% від виробничої собівартості, тобто: $341,94 * 0,15 = 51,29$ грн.

Витрати на збут становлять 10% (без урахування витрат на здійснення експортної діяльності), тобто $341,94 * 0,1 = 34,19$ грн.

Отже, повна собівартість становить:

$$341,94 + 51,29 + 34,19 = 427,42 \text{ грн.}$$

Розраховані дані заносимо у таблицю 3.6 та розраховуємо калькуляцію витрат на літрову пляшку та партію у 5 тисяч дал.

Таблиця 3.6

Калькуляція витрат шоколадного пива до експортної діяльності

Статті витрат	Вартість 1 дал пива, грн.
Сировина та матеріали	242,49
Паливо й енергія на технологічні цілі	67,73
Зворотні відходи (вираховуються)	0,71
Основна заробітна плата	10,12
Додаткова заробітна плата	7,08
Відрахування на соціальне страхування	3,78
Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	7,4
Загальновиробничі витрати	4,05
Виробнича собівартість	341,94
Адміністративні витрати	51,29
Витрати на збут	34,19
Повні витрати	427,42

Джерело: розраховано автором.

Отже, виробнича собівартість 1 дал шоколадного пива буде становити 341,94 грн., а повні витрати до здійснення експортної діяльності – 427,42 грн., тоді виробнича собівартість партії у 5 тис. дал буде становити $341,94 * 5\ 000 = 1\ 709,7$ тис. грн., а повні витрати – $427,42 * 5\ 000 = 2\ 137,1$ тис. грн. Причому очікувана рентабельність має становити 20% від виробничих витрат, отже, ціна за 1 дал без податків буде становити:

$$427,42 * 1,2 = 512,90 \text{ грн.}$$

Ціна за 1 пляшку: $512,90 / 20 = 25,65$ грн.

Ціна за партію у 5 тис. дал: $512,90 * 5 000 = 2 564,5$ тис. грн.

Оскільки новий продукт був виготовлений спеціально для реалізації у Польщі, то уся партія у 5 тис. дал або 100 тис. пляшок піде на експорт.

При експорті за умовою DAP продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення і доставити товар до узгодженого пункту призначення.

Таким чином, контрактна вартість складається з ціни EXW, оплати навантажувальних робіт, вартості внутрішніх перевезень та вартості експортних митних платежів.

Ціна EXW – це вартість продукції, при чому експортна продукція звільняється від податку на додану вартість та акцизу.

При розрахунку витрат на експорт будемо переводити показники у євро при курсі НБУ 1 євро = 38,62 грн. станом на 10 березня 2023 року.

Так, повні витрати партії до експорту будуть становити:

$$2 137 100 / 38,62 = 55 336,61 \text{ євро.}$$

Ціна ж на партію шоколадного пива (ціна EXW) буде становити:

$$2 564 500 / 38,62 = 66 403,42 \text{ євро.}$$

Для розрахунку ціни навантажувальних робіт та визначення кількості автомобілів для перевезення треба знати масу брутто, яка складається з маси продукції та її тари. 1 л пива становить близько 1 кг, а маса скляної пляшки близько 0,3 кг. Звідси маса брутто:

$$50 000 + 0,3 * 100 000 = 50 000 + 30 000 = 80 000 \text{ кг або } 80 \text{ т.}$$

Вартість навантаження 1 т становить 96 грн., тобто ціна навантаження партії буде коштувати $96 * 80 = 7 680$ грн. або $7 680 / 38,62 = 198,86$ євро.

Для транспортування шоколадного пива необхідно 2 вантажівки з вантажопідйомністю 40 т. Вартість транспортування коштує 44 грн./км, а відстань між фізичною адресою ПрАТ «Оболонь» та кордоном з Польщею становить 502 км. Звідси, вартість транспортування становить:

$$502 * 44 * 2 = 44\,176 \text{ грн. або } 44\,176/38,62 = 1\,143,86 \text{ євро.}$$

Відповідно до Податкового кодексу України при експорті продукції визначаються нульові ставки на сплату ПДВ, мита та акцизу [40].

Отже, витрати на митне оформлення становлять $7\,680 + 44\,176 = 51\,856$ грн. або $198,86 + 1\,143,86 = 1\,342,72$ євро, а повні витрати на виробництво та реалізацію пива у Польщу становлять:

$$2\,137\,100 + 51\,856 = 2\,188\,956 \text{ грн. або } 55\,336,61 + 1\,143,86 = 56\,480,47 \text{ євро.}$$

Звідси контрактна вартість DAP: $2\,564\,500 + 51\,856 = 2\,616\,356$ грн. або $66\,403,42 + 1\,143,86 = 67\,547,28$ євро, а ціна 1 пляшки шоколадного пива для польського дистриб'ютора буде становити $67\,547,28 / 100\,000 = 0,68$ євро.

Прибуток же від експортної діяльності буде становити:

$$67\,547,28 - 56\,480,47 = 11\,066,81 \text{ євро або } 11\,066,81 * 38,62 = 427\,400,20 \text{ грн.}$$

Підведемо підсумки від здійснення експортну 5 тис. дал чи 100 тис. пляшок шоколадного пива у Польщу у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Витрати та результати від здійснення експортної діяльності

Назва показників	Вартість у євро	Вартість у грн.
Повні витрати продукції до експорту	55 336,61	2 137 100
Ціна EXW	66 403,42	2 564 500
Вартість навантаження	198,86	7 680
Вартість доставки двома авто транспортами	1 143,86	44 176
Митне оформлення	1 342,72	51 856
Повні витрати на виробництво та експорт продукції	56 480,47	2 188 956
Контракта вартість DAP	67 547,28	2 616 356
Прибуток	11 066,81	427 400,20

Джерело: розраховано автором

Отже, експорт 5 тис. дал або 100 тис. пляшок шоколадного пива у Польщу дозволить збільшити прибуток підприємства на 11 066,81 євро або 427 400,20 грн.

Розглянемо вплив заходу на ефективність експортної діяльності, шляхом визначення таких показників як: частка експорту, темп зміни поставок на експорт, економічна ефективність експорту нової продукції.

Частка експорту за базовий період:

$$(65\ 000 / 3\ 000) * 100\% = 4,615\%.$$

Частка експорту за плановий період:

$$(65\ 005 / 3\ 005) * 100\% = 4,622\%.$$

Ріст частки експорту:

$$4,622 - 4,615 = 0,007\%.$$

Темп зміни поставок на експорт:

$$3\ 005 / 3000 = 1,0017.$$

Економічна ефективність експорту нової продукції:

$$(427\ 400,20 / 2\ 188\ 956) * 100\% = 19,53\%.$$

Зведемо розраховані показники ефективності у таблицю 3.8.

Таблиця 3.8

Показники ефективності

Показники ефективності	Значення показника		
	Базовий рік	Проектний рік	Темп росту
Частка експорту, %	4,615	4,622	0,007
Темп зміни поставок на експорт	1,0017		
Економічна ефективність експорту нової продукції, %	19,53		

Джерело: складено автором

Отже, показники ефективності показали сприятливий вплив проекту на експортну діяльність, саме тому він рекомендований до реалізації.

Розглянемо загальний вплив проекту на діяльність ПрАТ «Оболонь» від здійснення експорту шоколадного пива у Польщу (табл. 3.9).

Отже, експортна діяльність позитивно вплинула на діяльність підприємства, піднявши дохід на 0,03% або 2 616 тис. грн., а прибуток від операційної діяльності на 0,05% або 854 тис. грн., чистий же прибуток збільшився на 0,058% або 700 тис. грн. При чому, адміністративні витрати залишились незмінними у зв'язку з тим, що склад керівного персоналу не був змінений зі збільшенням виробництва.

Крім того, ми бачимо ріст рентабельності продукції, хоч і не значний, вона зросла на 0,007% і становить 24,367%, рентабельність діяльності також

Таблиця 3.9

Вплив заходу на діяльність ПрАТ «Оболонь»

Показники	Од. виміру	Вартість, тис. грн.		Відхилення	
		Базовий рік	Після впровадження проекту	абсолютне, +/-	відносне, %
1. Обсяг виробленої продукції	тис. дал	65 000	65 005	5	0,007
2. Обсяг експортованої продукції	тис. дал	3 000	3 005	5	0,17
3. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	8 661 928	8 664 544	2 616	0,030
4. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	6 030 487	6 032 197	1 710	0,028
5. Адміністративні витрати	тис. грн.	376 851	376 851	-	-
6. Витрати на збут	тис. грн.	542 663	542 715	52	0,010
7. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн.	6 950 001	6 951 763	1 762	0,025
8. Валовий прибуток	тис. грн.	2 631 441	2 632 347	906	0,034
9. Інші операційні доходи	тис. грн.	37 683	37 683	-	-
10. Інші операційні витрати	тис. грн.	56526	56526	-	-
11. Прибуток від операційної діяльності	тис. грн.	1 693 084	1 693 938	854	0,050
12. Чистий фінансовий результат (чистий прибуток, збиток)	тис. грн.	1 197 966	1 198 666	700	0,058
13. Витрати на 1 грн. реалізованої продукції (р.6/р.2)*100	коп.	80,236	80,232	-0,004	-0,005
14. Рентабельність продукції	%	24,360	24,367	0,007	-
15. Рентабельність діяльності	%	13,830	13,834	0,004	-
16. Частка експорту	%	4,615	4,622	0,007	-
17. Економічна ефективність експорту нової продукції, %	%	-	19,53	-	-
18. Темп зміни поставок на експорт		1,0017		-	-

Джерело: розраховано автором

зросла, але на 0,004% і становить 13,834%. Також витрати на 1 грн. реалізованої продукції зменшилися на 0,004 коп. і становлять 80,232 коп.

Захід має не такий вагомий вплив відносно усієї діяльності ПрАТ «Оболонь», але зроблено з метою уникнення ризику з недостатньої зацікавленості споживачів у новому товарі. Якщо нове пиво буде мати попит на польському ринку, то партію можна буде значно збільшити шляхом збільшення партії з наявним контрагентом та укладенням контрактів з

новими.

Отже, експорт шоколадного пива є привабливим заходом, що зможе підвищити прибутки підприємства, а за умови успішного входження та задоволенням від реалізації продукції дистриб'ютором можна буде збільшити партії, домовитись з іншими дистриб'юторами таким чином збільшуючи грошові надходження з-за кордону у євро. Отримання грошей у євро є хорошою страховкою, бо ця валюта набагато стабільніша за національну, тому ризик втрати частки доходу через девальвацію валюти мінімальний, є навіть шанс отримання додаткового прибутку при девальвації саме гривні.

3.3. Управлінсько-організаційне забезпечення виконання програми та впровадження обґрунтованого заходу

У ПрАТ «Оболонь» діє 9 структурних підрозділів, а саме:

- технічний відділ;
- відділ капітального будівництва;
- виробничий відділ;
- фінансовий відділ;
- комерційний відділ;
- відділ кадрів;
- відділ технічного контролю;
- відділ з охорони праці;
- штаб цивільного захисту.

Розглянемо функції та завдання кожного з відділів, а також генерального директора у реалізації проекту (табл. 3.10).

Звідси майже кожен відділ відіграє важливу роль у реалізації проекту, але найбільше роботи припало саме на фінансовий відділ, що мають розрахувати бюджет з урахуванням нового проекту та визначити його фінансову привабливість; виробничий відділ, що зобов'язані розробити нову

Таблиця 3.10

**Функції та завдання структурних підрозділів суб'єкта господарювання
під час реалізації проєкту**

Найменування підрозділу	Функції	Завдання
Генеральний директор	Відповідає за утвердження та реалізацію проєкту	- приймає рішення по самому проєкту та його деталях; - контролює процес його виконання; - забезпечує взаємодію відділів під час виконання проєкту; - розраховує ризики характерні для проєкту.
Технічний відділ	Відповідає за технічний процес на підприємстві	- технічне обслуговування обладнання; - усунення поломок під час робочого процесу.
Відділ капітального будівництва	Проєкт не потребує додаткового будівництва чи розширення цехів	
Виробничий відділ	Відповідає за виробничі процеси	- розробка рецептури для шоколадного пива; - підбір сировини; - перевірка нового продукту на смак та якість - безпосереднє виробництво пива; - підтримання належних умов при виробництві.
Фінансовий відділ	Відповідає за рух грошових потоків, фінансовий облік та за надання й зберігання документації підприємства	- розрахунок витрат на реалізацію нового товару та планування річного бюджету з урахуванням проєкту; - складання та подання звітів; - вчасне надання правильно оформленої відповідної документації до ДПСУ з метою уникнення штрафів; - перевірка оформлення первинних документів; - організація аудиторської перевірки та визначення фінансової ефективності проєкту.
Комерційний відділ	Відповідає за реалізацію продукції, її зберігання та закупівлю сировини	- закупка сировини; - аналіз польського ринку; - визначення найліпшого регіону/міста для експорту; - зв'язок з контрагентом; - укладення зовнішньоекономічного контракту; - організація діяльності складського господарства
Відділ кадрів	Відповідає за персонал	- організація і забезпечення підприємства персоналом; - формування сприятливого психологічного клімату в колективі; - встановлює та адмініструє систему заробітної плати та компенсаційних пакетів для співробітників; - управління відпустками та лікарняними.
Відділ технічного контролю	Відповідає за якість продукції	Контроль якості продукції.

Продовж. табл. 3.10

Найменування підрозділу	Функції	Завдання
Відділ з охорони праці	Відповідає за охорону праці	- забезпечувати належний стан будинків і споруджень, виробничого устаткування та здійснювати моніторинг за їхнім технологічним станом.
Штаб цивільного захисту	Відповідають за цивільний захист працівників.	- організувати і здійснювати під час надзвичайних ситуацій евакуаційні заходи щодо працівників та майна; - забезпечення працівників засобами індивідуального й колективного захисту.

Джерело: складено автором на основі матеріалів підприємства

рецептуру пива від смаки польського споживача, а також виготовити необхідну партію; збутовий відділ, який має проаналізувати польський ринок, знайти контрагента та підтримувати з ним зв'язок, заключити зовнішньоекономічний договір та забезпечити належне транспортування партії.

Ще одним важливим етапом зовнішньоекономічної діяльності – це збір необхідних документів для здійснення експортної діяльності, основні з них, наведені у таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Перелік документів, необхідний для здійснення експортної діяльності

Назва документу	Зміст, призначення
Зовнішньоекономічний договір	Він відображає права та обов'язки сторін договору. Це включає визначення умов поставки товарів або послуг, ціни, термінів платежу, умов доставки та інших умов, які регулюють здійснення торгівельних операцій.
Специфікація товару на поставку	Це документ, який детально описує характеристики та вимоги до товару, який підлягає поставці в рамках угоди або договору. Цей документ містить точні вказівки щодо якості, кількості, розмірів, ваги, технічних характеристик, упаковки та інших вимог до товару.
Рахунок-фактура (із вказівкою країни походження товару, умов поставки, номера контракту та ін.)	Це офіційний документ, що видається продавцем покупцеві після здійснення товарно-матеріальних чи послугових операцій. Цей документ містить інформацію про товари або послуги, їх кількість, ціну, загальну суму платежу та інші необхідні деталі.
Договір транспортування	Цей договір регулює права та обов'язки сторін, встановлює відповідальність за недотримання умов перевезення та визначає спосіб розрахунку між сторонами.

Продовж. табл. 3.11

Назва документу	Зміст, призначення
Акт наданих транспортних послуг	Це документ, що підтверджує факт виконання транспортних послуг між постачальником послуг (наприклад, перевізником) та замовником. Цей акт є важливою частиною процесу логістики та має на меті фіксацію та підтвердження виконання домовленостей, згоди сторін та якості послуг, що були надані.
Рахунок на оплату транспортування	Документ, що виставляється перевізником до відправника товарів для отримання платежу за послуги перевезення. Цей рахунок містить інформацію про вартість перевезення та умови платежу.
CMR	Міжнародний договір про перевезення вантажів автомобільним транспортом
Пакувальний лист	Це документ, який містить інформацію про вміст пакета, ящика, контейнера або вантажу, що пакується або відправляється. Цей документ використовується для ідентифікації, відстеження та контролю за вантажем під час його переміщення та доставки.
Документи, що підтверджують дотримання заходів нетарифного регулювання	Ці документи вимагаються для забезпечення відповідності товарам і послугам встановленим стандартам, безпеці, якості та іншим вимогам. Вони служать для підтвердження, що товари або послуги, які експортуються або імпортуються, відповідають необхідним критеріям і можуть бути безпечно та законно ввезені чи вивезені.
Документи, що підтверджують країну походження товару	Ці документи допомагають встановити країну, в якій товар був вироблений або опрацьований, і вони є важливими в контексті міжнародної торгівлі для визначення тарифних ставок, торговельних угод та інших аспектів зовнішньоекономічних операцій.
Книжка МДП (Міжнародного дорожнього перевезення)	Це документ, що використовується при здійсненні міжнародних автомобільних перевезень вантажів. Вона є одним з основних документів, що регламентують правила та умови перевезень, і містить важливі відомості про перевезення.
Митна декларація	Документ, що подається в митну службу країни при ввезенні або вивезенні товарів через митний кордон. Цей документ містить інформацію про товари, що перевозяться, та деталі їх митного оформлення. Митна декларація дозволяє митним органам контролювати та оподатковувати переміщення товарів через кордон та забезпечує правильне декларування товарів.

Джерело: складено автором на основі [10]

Крім головних документів необхідно ще врахувати документи, що вимагає країна-імпортер. Нормативні вимоги щодо імпорту солодового пиву у Польщі [4]:

- системний підхід (загальні правила гігієни харчових продуктів; загальне зобов'язання оператора щодо здійснює контроль за харчовою безпекою продуктів і процесів, які підпадають під його відповідальність; загальні гігієнічні положення первинного виробництва та детальні вимоги до

всіх етапів виробництва, обробки та розповсюдження харчових продуктів; мікробіологічні критерії для певних продуктів; процедури, засновані на принципах аналізу ризиків і критичних контрольних точок; погодження та реєстрація установ);

- вимога про отримання дозволу на імпорт певної продукції з санітарних та фітосанітарних причин;

- вимога про отримання дозволу для імпортерів з санітарних та фітосанітарних причин;

- гранично допустимий вміст залишків певних (немікробіологічних) речовин або рівень забруднення ними;

- обмеження на використання певних речовин у харчових продуктах та у матеріалах, що контактують з ними;

- вимоги щодо етикетування;

- вимоги щодо упаковки;

- мікробіологічні критерії щодо кінцевої продукції;

- санітарно-гігієнічні заходи у процесі виробництва, пов'язані з санітарними та фітосанітарними нормами;

- вимоги щодо виробництва солодового пива;

- вимоги щодо простежуваності продукції;

- походження матеріалів та компонентів;

- етапи переробки;

- реалізація продукції та її місцезнаходження після постачання;

- процедури неавтоматичного ліцензування імпорту, крім дозволів, зазначених у розділах, присвячених санітарним та фітосанітарним заходам та технічним бар'єрам у торгівлі;

- ліцензування, пов'язане із охороною здоров'я населення.

Отже, експортна солодового пива у Польщу потребує складання та збору достатньої кількості документів, які треба враховувати.

Висновки до розділу 3

Пропонується розробити новий вид продукції, який відповідатиме вимогам польського споживача і експортувати його на умовах поставки DAP за Incoterms 2020 до мережі магазинів «Biedronka». Цей новий напій буде спрямований на любителів темного пива, а додавання ноток шоколаду надасть йому більш вишуканий і цікавий смак, що спрямовано на привернення уваги споживачів. Міцність напою буде стандартною – 4,5%. Оскільки це новий продукт, запропоновано виготовити та реалізувати невелику партію розміром 5 тисяч дал або 100 тисяч пляшок.

Виробництво солодового пива пропонується протягом 25 днів на діючому обладнанні ПрАТ «Оболонь».

При експорті за умовою DAP продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення і доставити товар до узгодженого пункту призначення.

Повні витрати виробленої продукції становлять 2 133 450 грн. або 55 242 євро, а витрати при експорті 2 188 956 грн. або 56 480,47 євро. Грошові надходження від експорту будуть у розмірі 2 616 356 грн. або 67 547,28 євро. А прибуток відповідно буде становити 427 400,20 грн. або 11 066,81 євро.

Результати показників ефективності підтвердили позитивний вплив проєкту на експортну діяльність, тому рекомендується його реалізувати.

До того ж, експортна діяльність сприяла позитивному впливу на діяльність підприємства, збільшивши дохід на 0,03% або 2 616 тис. грн. та прибуток від операційної діяльності на 0,05% або 854 тис. грн. Чистий прибуток також збільшився на 0,058% або 700 тис. грн. Варто зазначити, що адміністративні витрати залишились незмінними, оскільки склад керівного персоналу не був змінений під час збільшення виробництва.

Також ми спостерігаємо невелике, але позитивне зростання рентабельності продукції на 0,007%, досягнувши показника 24,367%, а рентабельність діяльності також зросла на 0,004%, досягнувши показника

13,834%. Витрати на 1 грн. реалізованої продукції зменшились на 0,004 коп., становлячи 80,232 коп.

У реалізації проекту задіяні генеральний директор, а також такі відділи як: технічний відділ, виробничий відділ, фінансовий відділ, комерційний відділ, відділ кадрів, відділ технічного контролю, відділ з охорони праці, штаб цивільного захисту. Але головну роль відіграють фінансовий, виробничий та комерційний відділ, що відповідають за формування бюджету, розробку та виробництво продукції, а також її реалізацію відповідно.

Крім того, слід враховувати, що необхідно зібрати достатню кількість документів для можливості здійснення експортної діяльності у Польщу.

Отже, експорт шоколадного пива є чудовим заходом для мінімізації впливу внутрішнього середовища на діяльність ПрАТ «Оболонь», поліпшення її фінансового стану та збільшення ефективності експортної діяльності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Нестабільне функціонування підприємства на внутрішньому ринку та зниження його конкурентоздатності вимагають пошуку нових ринків збуту. Один з таких напрямків – це розширення експортної діяльності.

Експортна діяльність може бути описана як послідовність підготовчих заходів, спрямованих на переміщення товарів та послуг через митний кордон для реалізації вітчизняних продуктів на зарубіжних ринках та отримання прибутку з цього.

Експортна діяльність є складним процесом, який складається з багатьох етапів та займає важливе місце у збуті продукції. Експорт дозволяє компаніям розвиватися, збільшувати виробництво, знаходити привабливіші ринки збуту та збільшувати свої прибутки.

Щоб оцінити успішність та результативність експортної діяльності, підприємці визначають її ефективність.

Перед визначенням ефективності розглядають стан підприємства на різних етапах його діяльності та оцінюють конкурентоспроможність компанії. Для визначення самої ефективності експортної діяльності слід порівняти зміну фінансових показників, а також визначити окрему систему показників для оцінки.

Військові дії в країні суттєво вплинули на здатність підприємств виробляти та продавати свою продукцію, особливо за кордоном. Наприклад, експорт солодового пива зменшився вдвічі. Незважаючи на це, пивна індустрія все ще має провідні позиції у сфері експорту напоїв.

Для пивної галузі характерна певна нестабільність, на які вплинули різні політичні фактори, які у свою чергу спровокували економічні кризи та кризу самої галузі. Нестабільне внутрішнє середовище стимулює пошук нових закордонних ринків збуту з більш стабільною економікою та меншими ризиками.

ПрАТ «Оболонь» спеціалізується на виробництві та продажу пива, інших слабоалкогольних напоїв, енергетичних та безалкогольних напоїв, а також мінеральної води.

Підприємство є одним з чотирьох великих компаній, що тримають близько 90% ринку, маючи частку ринку – 18,7%.

Результати фінансової звітності за 2022 рік показали позитивні результати, де у зрівнянні 2022 рік став найприбутковішим роком за останні п'ять, незважаючи на війну та економічну кризу, а найбільше було реалізовано саме пива, дохід від продажу якого становить 4 482 216 тис. грн.

Польща є найбільш привабливою країною для експорту солодового пива з численними перевагами. Основні переваги проведення експортної діяльності в Польщі включають відсутність захисту внутрішнього ринку, низький рівень вимог для експорту, зручне географічне розташування та невеликі витрати на транспортування. Крім того, польська економіка стабільніша порівняно з Україною, а смакові вподобання польських та українських споживачів схожі. Дружні відносини між Польщею та Україною також сприяють експорту. Крім того, наявність великої української діаспори в Польщі створює потенційну базу споживачів пива для ПрАТ «Оболонь». З головних ризиків слід виділити високі стандарти якості у зрівнянні з українськими та пристрасть поляків до національного пива.

Розглянувши низку напрямів зі збільшення ефективності експортної діяльності, було запропоновано захід, згідно якому буде розроблено нове пиво, а саме пиво з екстрактом шоколаду, та експортоване у розмірі 5 тис. дал у Польщу на умовах поставки DAP за Incoterms 2020 до мережі магазинів "Biedronka". Цей захід сприяє підвищенню конкурентоспроможності та адаптації під польський ринок.

Повні витрати виробленої продукції становлять 2 133 450 грн. або 55 242 євро, а витрати при експорті 2 188 956 грн. або 56 480,47 євро. Грошові надходження від експорту будуть у розмірі 2 616 356 грн. або 67 547,28 євро. А прибуток відповідно буде становити 427 400,20 грн. або 11 066,81 євро.

Результати показників ефективності підтвердили позитивний вплив проєкту на експортну діяльність, тому рекомендується його реалізувати.

До того ж експортна діяльність сприяла позитивному впливу на діяльність підприємства, збільшивши дохід на 0,03% або 2 616 тис. грн. та прибуток від операційної діяльності на 0,05% або 854 тис. грн. Чистий прибуток також збільшився на 0,058% або 700 тис. грн. Варто зазначити, що адміністративні витрати залишились незмінними, оскільки склад керівного персоналу не був змінений під час збільшення виробництва.

Також ми спостерігаємо невеликий, але позитивний зріст рентабельності продукції на 0,007%, досягнувши показника 24,367%, а рентабельність діяльності також зросла на 0,004%, досягнувши показника 13,834%. Витрати на 1 грн. реалізованої продукції зменшились на 0,004 коп., становлячи 80,232 коп.

У реалізації проєкту задіяні усі відділи ПрАТ «Оболонь», окрім відділу з капітального будівництва. Основні задачі припадають саме на фінансовий, виробничий та комерційний відділи.

До того ж необхідно враховувати, що треба зібрати достатню кількість документів для можливості здійснення експортної діяльності до Польщі.

Отже, даний захід викликає позитивний вплив на діяльність ПрАТ «Оболонь», її фінансові показники та ефективність експортної діяльності, а також мінімізує ризики від впливу внутрішнього середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Juthathip Suraraksa. Chompoonut AMCHANG, Nutcharin SAWATWONG. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 7 № 10. 2020. С. 461-470.
2. Market Access Map. URL: <https://www.macmap.org>.
3. Szeligowski M. Kto rządzi polskim rynkiem piwa? Karty rozdają obce koncerny, ale polskie browary walczą dzielnie. *Bizblog*. 2020. URL: <https://spidersweb.pl/bizblog/piwo-browary-polskie-zagraniczne/>.
4. Trade Map. URL: www.trademap.org (дата звернення 10.05.2023).
5. YouControl – сервіс перевірки контрагентів. Оболонь. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/05391057/ (дата звернення 7.03.2023).
6. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України (АРІФРУ) або Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA). URL: <https://www.smida.gov.ua> (дата звернення 07.03.2023).
7. Астаф'єва В.А., Козак Ю.Г. Експортна діяльність підприємств: теоретичні аспекти дослідження. *Одеський національний економічний університет*. 2018. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/229.pdf>.
8. Башняк Г. Чому Україні потрібно змінити регулювання пивної галузі. *Українська правда*. 2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/03/17/672041/>.
9. Бестужева С.В., Нікітченко Є.А. Методичні аспекти оцінювання ефективності організації експортної діяльності підприємства. *Collection of scientific works*. Issue 12. 2021. С. 80-84.
10. Бізнес. Експортний напрям. URL: <https://export.gov.ua/> (дата звернення 10.05.2023).
11. Бондаренко О. Ринок пива в Україні. Чи справді прийшла крафтова революція? *Ain. Buisness*. 2021. URL: <https://ain.business/2021/12/13/beer-in->

ukraine/.

12. Будякова О., Задорожний В. Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Київський національний університет технологій та дизайну* 2020. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/16856/1/PIONBUG_2020_P044-045.pdf.

13. Бурик А.Ф. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 260 с.

14. Вертелецька О.М., Арініна А.Д., Троян. В.О. Сутність експортної діяльності. *Сучасні виклики розвитку бізнесу та публічного управління й адміністрування: Збірник тез науково-практичної конференції студентів та молодих науковців*. Відп. за вип. Ю.В. Орловська. Дніпро: ПДАБА. 2020. С. 14-15.

15. Волошан І.Г. Методичний підхід до оцінки ефективності експертної діяльності промислового підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Вип. 24. Ч. 1. 2019. С. 74-77.

16. Генеральна угода про тарифи й торгівлю 1994 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_003#Text (дата звернення 14.02.2023).

17. Гордополов В.Ю. Методологічні положення бухгалтерського обліку експортно-імпортних операцій підприємств. *Агросвіт*. № 13. 2018. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/13_2018/4.pdf.

18. Гринько П.О. Формування системи показників діагностики ефективності експортно-імпортної діяльності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 20, частина 1. 2018. 189 с.

19. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 09.04.2023).

20. Договір про зону вільної торгівлі. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997_n25#Text (дата звернення 10.03.2023).

21. Дунда С.П. Стратегічний аналіз в управлінні: конспект лекцій для здоб. освіт. ступ. «Бакалавр» спец. 073 «Менеджмент» осв.-проф. прогр. «Менеджмент» ден. та заоч. форм навч. К.: НУХТ, 2022. 83 с.
22. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення 10.02.2023).
23. Закону України «Про торгово-промислові палати». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/671/97-вр#Text> (дата звернення 10.02.2023).
24. Зянько В.В., Єпіфанова І.Ю., Мельничук Д.П. Міжнародні розрахунки і валютні операції: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2021. 106 с.
25. Ковтун Е.О., Романчук Р.А., Савчук В.В. Управління експортно-імпортними операціями підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Вип. 6 (17). 2018. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/39.pdf.
26. Ковтуненко К.В., Ковальчук О.В., Долока Р.О. Особливості управління експортно-орієнтовним виробничим підприємством при вході на зовнішні ринки: інтелектуальний аспект. *Економіка. Фінанси. Право*. Випуск № 6. 2021. URL: <http://efp.in.ua/en/journal-article/671>.
27. Круш П.П, Подвігіна В.І., Гулевич В.О. та ін. Організація виробництва: підручник.: К.: Каравела, 2018. 552 с.
28. Кунда Н.Т. Міжнародні морські перевезення: аспекти правового регулювання. *Scientific collection «Interconf»*. № 121. 2022. С. 325-336.
29. Куцик В.І., Кузьма Х.В., Дмитрів І.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності підприємства через призму формування експортного потенціалу країни. *Підприємництво і торгівля*. № 34. 2022. URL: <http://www.journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/1214>.
30. Лашков О.В. Тарифне та нетарифне регулювання в митній справі. *Проблеми та перспективи розвитку залізничного транспорту: Тези 80 Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 2020 р.)*. Д.: ДНУЗТ, 2020. 396 с.

31. Лега О.В., Криворучко Т.С., Шкурупій А.А. Зовнішньоекономічний договір: сутність, особливості складання. *Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору*. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма). Полтава, 2019. 715 с.

32. Лужанська Н.О., Сауляк Л.В., Лебідь І.Г. Удосконалення системи здійснення експортних операцій. *International scientific conference*. 2021. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-172-5-27>.

33. Масалигіна В.В. Міжнародні фінанси та валютно-кредитні розрахунки: Конспект лекцій: У 2 ч. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 124 с.

34. Митний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text> (дата звернення 11.02.23).

35. Офіційний сайт мережі магазинів «Омаркет». URL: <https://omarket.ua/about> (дата звернення 11.03.2023).

36. Офіційний сайт ПрАТ «Оболонь». URL: <https://obolon.ua/ua> (дата звернення 12.05.2023).

37. Офіційний сайт ПрАТ «Укрпиво». Історія пивоваріння. URL: <http://ukrpivo.com/korisno-znati/istoriya-pivovarinnya/> (дата звернення 09.03.2023).

38. Пашковська Л.І. Коносаменти, що перевозяться на борту судна. *Наукові та освітні трансформації в сучасному світі*. Збірник матеріалів Всеукраїнської міждисциплінарної науково-практичної конференції. Науково-освітній інноваційний центр суспільних трансформацій, м. Чернігів. Суми: ТОВ НВП «Росток А.В.Т.». 2021. 467 с.

39. Петухова О.М., Ямкова А.М. Розвиток експортної діяльності бурякоцукрового комплексу. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. Том 25 №1. 2019. 267 с.

40. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 10.05.2023).

41. Покора Ю.О. Класифікація експортних операцій підприємства. *Сучасні теоретичні та практичні аспекти антикризового регулювання економіки в умовах європейської інтеграції*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Відп. за випуск д.е.н., проф. С.О. Якубовський. Одеса: ОНУ імені І. І. Мечникова, 2020. 168 с.

42. Постанова «Про заборону вивезення товарів з України на митну територію Російської Федерації». 2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1076-2022-п#Text>.

43. Постанова «Про застосування заборони ввезення товарів з Російської Федерації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/426-2022-п#Text>.

44. Прохоров В.В., Давидова О.Ю. Організація виробництва: навч. посіб. Харків. Видавництво Іванченко І.С, 2018. 275 с.

45. Репетій О. Управління ефективністю експортних операцій підприємства. *Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств*: Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, 23-24 листопада 2022 р. Київ: НУХТ, 2022. С. 85-88.

46. Репетій О.С., Рибачук-Ярова Т.В. Експортна діяльність – один із напрямів підвищення ефективності роботи підприємства. *Проблеми управління підприємств у сучасних умовах*: Матеріали XIX Міжнарод. наук.-практ. конф. 18-19 квітня 2023 р. Київ: НУХТ. 2023. С 44-45.

47. Рибачук-Ярова Т.В., Дунда С.П., Тюха І.В. Організація виробництва і планування діяльності підприємств (харчова промисловість): навч. посіб. К.: НУХТ, 2022. 228 с.

48. Рибачук-Ярова Т.В., Тюха І.В. Планування та організація виробництва [Електронний ресурс]: курс лекцій для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійних програм «Менеджмент», «Менеджмент персоналу» денної та заочної форм навчання. К.: НУХТ, 2022. 193 с.

49. Рибачук-Ярова. Т.В., Тюха І.В. Планування та організація виробництва [Електронний ресурс]: метод. рекомендації до вивч. дисципл., провед. практичних занять та виконання контрольної роботи для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спец. 073 «Менеджмент» освітньо-професійних програм: «Менеджмент», «Менеджмент персоналу» денної та заочної форм навчання К.: НУХТ, 2022. 89 с.

50. Руда А.В. Організація зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. *Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики*: матеріали XV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Харків: ФОП Лібуркіна Л.М., 2020. С. 356.

51. Сорока Н. Як часто поляки п'ють пиво та який сорт обирають зазвичай: результати опитування. Канал 24. Закордон. 2022. URL: https://zakordon.24tv.ua/yak-chasto-polyaki-pyut-pivo-rezultati-novogo-opituvannya_n2202298.

52. Статут Приватного Акціонерного Товариства «Оболонь». 2017. URL: <https://obolon.ua/files/shareholders/fc363125ce831d164430f8cb12028100.pdf>.

53. Стецевич А.І. Характеристика зовнішньоекономічної діяльності як напряму діяльності підприємств. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. Випуск 1 (62). 2021. URL: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.62-15>.

54. Стецюра Д.М. Експорт підприємства у збутовій діяльності на зовнішньому ринку. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих*. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Вип. 68. 272 с.

55. Тараненко М.С. Тарифне та нетарифне регулювання як інструмент реалізації економічної дипломатії України. *Світова економіка та міжнародні відносини*. Інтелект XXI № 2. 2018. URL: <http://www.intellect21>.

nuft.org.ua/journal/2018/2018_2/6.pdf.

56. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення 11.02.2023).

57. Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_456#Text (дата звернення 11.02.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

ПрАТ «ОБОЛОНЬ»
Фінансова звітність
31 грудня 2022 року

1

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2022 р.

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство	ПрАТ "Оболонь"		2023 02 24
Територія	Київська	за ЄДРПОУ	05391057
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОАТУУ	8038000000
Вид економічної діяльності		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників	2055	за КВЕД	11.05; 11.01; 11.06
Адреса, телефон	м. Київ, вул. Богатирська, 3		
Одиниці виміру: тис. грн. без десяткового знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			
			V
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	3 021	2 467
первісна вартість	1001	41 192	41 192
накопичена амортизація	1002	(38 171)	(38 725)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	46 748	85 202
Основні засоби	1010	3 741 276	3 464 064
первісна вартість	1011	10 598 816	10 591 555
знос	1012	(6 857 540)	(7 127 491)
інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	71 117	68 793
Довгострогова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
інші необоротні активи	1090	14	14
Усього за розділом I	1095	3 862 176	3 620 540
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	908 432	962 646
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	429 604	650 854
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	50 548	149 829
з бюджетом	1135	41 736	49 584
у тому числі з податку на прибуток	1136	3 228	-
інша поточна дебіторська заборгованість	1155	35 110	17 362
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	15 175	138 747
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
інші оборотні активи	1190	9 466	5 496
Усього за розділом II	1195	1 490 071	1 994 518
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	5 352 247	5 615 058

ПрАТ «ОБОЛОНЬ»
Фінансова звітність
31 грудня 2022 року

2

Капітал та зобов'язання	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	65 344	65 344
Капітал у дооцінках	1405	2 211 552	2 091 993
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непохитий збиток)	1420	(113 255)	1 204 270
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	2 163 641	3 361 607
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	429 348	419 325
Довгострокові кредити банків	1510	677 838	562 519
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	1 107 186	981 844
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	802 113	218 140
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	116 751	92 696
товари, роботи, послуги	1615	798 660	429 117
розрахунками з бюджетом	1620	116 974	168 798
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	82 633
розрахунками зі страхування	1625	3 560	3 459
розрахунками з оплати праці	1630	17 184	114 679
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	168 474	147 210
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	1 876	-
Поточні забезпечення	1660	32 530	74 184
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	23 298	23 324
Усього за розділом III	1695	2 081 420	1 271 607
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	5 352 247	5 615 058

Керівник
Головний бухгалтер



Булах І.
Бахов І.

ПрАТ «ОБОЛОНЬ»
Фінансова звітність
31 грудня 2022 року

3

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2022 рік

Підприємство	ПрАТ "Оболонь" (називання)	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ 2023 03 24 05381057
		Форма № 2	Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 661 928	5 909 426
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(6 030 487)	(4 915 830)
Валовий:			
прибуток	2090	2 631 441	993 596
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	37 683	59 536
Адміністративні витрати	2130	(376 851)	(325 424)
Витрати на збут	2150	(542 663)	(674 532)
Інші операційні витрати	2180	(56 526)	(33 720)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
Прибуток	2190	1 683 084	19 456
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200	9 718	-
Інші фінансові доходи	2220	15 953	170
Інші доходи	2240	-	31 132
Фінансові витрати	2250	(122 418)	(185 036)
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	(139 923)	-
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	1 456 414	
збиток	2295		(134 278)
Дохід (Витрати) з податку на прибуток	2300	(258 448)	22 312
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	1 197 966	
збиток	2355		(111 966)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1 197 966	(111 966)

Примітка на сторінках з 9 по 45 є невід'ємною частинкою цієї фінансової звітності.

ПрАТ «ОБОЛОНЬ»
Фінансова звітність
31 грудня 2022 року

4

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 373 782	3 151 170
Витрати на оплату праці	2505	656 949	563 515
Відрахування на соціальні заходи	2510	144 490	117 661
Амортизація	2515	313 993	339 699
Інші операційні витрати	2520	1 383 799	1 339 843
Разом	2550	5 873 013	5 511 888

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325 127	325 127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325 127	325 127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	3,6846	(0,3444)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	3,6846	(0,3444)
Дивіденди на одну просту акцію, грн.	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



Булах І.

Бахов І.

ПрАТ «ОБОЛОНЬ»
Фінансова звітність
31 грудня 2021 року

12

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2021 р.

	Дата (рік, місяць, число)	
Підприємство	ПрАТ "Оболонь"	за ЄДРПОУ
Територія	Київська	за КОАТУУ
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ
Вид економічної діяльності		за КВЕД
Середня кількість працівників ¹		
Адреса, телефон	м. Київ, вул. Богатирська, 3	
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Складено (зробити позначку «x» у відповідній клітинці):		
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		
за міжнародними стандартами фінансової звітності		
	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	3 634	3 021
первісна вартість	1001	41 145	41 192
накоплена амортизація	1002	(37 511)	(38 171)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	9 324	46 748
Основні засоби	1010	3 974 114	3 741 276
первісна вартість	1011	10 634 750	10 598 816
знос	1012	(6 660 636)	(6 857 540)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	70 912	71 117
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	14	14
Усього за розділом I	1095	4 057 998	3 882 176
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	914 584	908 432
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	286 204	429 604
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	88 811	50 548
з бюджетом	1135	33 071	41 736
у тому числі з податку на прибуток	1136	3 228	3 228
інша поточна дебіторська заборгованість	1155	30 686	35 110
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	10 685	15 175
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	3 686	9 466
Усього за розділом II	1195	1 367 817	1 490 071
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	5 425 815	5 352 247

Примітки на сторінках з 20 по 59 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності. Звіт незалежного аудитора представлений на сторінці 3.

ПрАТ «ОБОЛОНЬ»
Фінансова звітність
31 грудня 2021 року

13

Капітал та зобов'язання	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	65 344	65 344
Капітал у доцінках	1405	2 338 002	2 211 562
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(127 739)	(113 255)
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	2 275 607	2 163 641
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	451 660	429 348
Довгострокові кредити банків	1510	609 731	677 838
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	1 061 391	1 107 186
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	326 115	602 113
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	661 136	116 751
товари, роботи, послуги	1615	718 433	798 660
розрахунками з бюджетом	1620	93 555	116 974
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	3 661	3 560
розрахунками з оплати праці	1630	65 420	17 184
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	175 626	168 474
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
Поточні забезпечення	1660	26 212	32 530
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	16 783	23 298
Усього за розділом III	1695	2 088 817	2 081 420
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1700	-	-
	1900	5 425 815	5 352 247

Керівник
Головний бухгалтер



Булах І.
Бахов І.

Примітка на сторінках 28 та 99 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності. Звіт незалежного аудитора представлено на сторінці 3.

ПрАТ «ОБОЛОНЬ»
Фінансова звітність
31 грудня 2021 року

14

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2021 рік

Підприємство	ПрАТ "Оболонь" <small>(найменування)</small>	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td colspan="3" style="text-align: center;">КОДИ</td></tr> <tr><td style="width: 33%;">2022</td><td style="width: 33%;">02</td><td style="width: 33%;">25</td></tr> <tr><td colspan="3" style="text-align: center;">05381057</td></tr> </table>	КОДИ			2022	02	25	05381057		
КОДИ												
2022	02	25										
05381057												
	Форма № 2	Код за ДКУД	1801003									

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 909 426	5 464 627
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 915 830)	(4 136 008)
Валовий:			
прибуток	2090	993 596	1 328 619
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	58 258	71 166
Адміністративні витрати	2130	(325 424)	(277 185)
Витрати на збут	2150	(674 532)	(614 887)
Інші операційні витрати	2180	(32 442)	(13 049)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
Прибуток	2190	19 456	494 864
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	170	154
Інші доходи	2240	31 132	15 776
Фінансові витрати	2250	(185 036)	(220 441)
Втрати від участі в капіталі	2255	-	(1 618)
Інші витрати	2270	-	(174 759)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290		113 936
збиток	2295	(134 278)	
Дохід (Витрати) з податку на прибуток	2300	22 312	(37 138)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		76 798
збиток	2355	(111 966)	

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	-	-
Надлишкові курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(111 966)	76 798

Примітки на сторінках з 20 по 59 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності. Звіт незалежного аудитора представлений на сторінці 3.

ПрАТ «ОБОЛОНЬ»
Фінансова звітність
31 грудня 2021 року

15

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 151 170	2 388 740
Витрати на оплату праці	2505	563 515	542 647
Відрахування на соціальні заходи	2510	117 661	115 860
Амортизація	2515	339 699	330 498
Інші операційні витрати	2520	1 339 843	1 109 611
Разом	2550	5 511 888	4 487 356

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325 127	325 127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325 127	325 127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	(0,3444)	0,2362
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	(0,3444)	0,2362
Дивіденди на одну просту акцію, грн.	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



Булах І.

Бахов І.