

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

***Факультет менеджменту та маркетингу***

**Кафедра менеджменту**

**«До захисту допущено»**

Завідувачка кафедри

\_\_\_\_\_

д.е.н., проф. Вікторія ДЕРГАЧОВА

«08» червня 2021 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

**на здобуття ступеня бакалавра**

**за освітньо-професійною програмою  
«Менеджмент і бізнес-адміністрування»  
спеціальності 073 «Менеджмент»**

**на тему «Розширення обсягу експорту продукції шляхом екологізації  
упаковки»**

Виконала студентка 4 курсу, групи УЗ-72

**Анна ТАРАСЕНКО**

\_\_\_\_\_

(підпис)

Керівник ст. викладач кафедри менеджменту:

**к.е.н. Яна КОЛЕШНЯ**

\_\_\_\_\_

(підпис)

Рецензент доцент кафедри міжнародної економіки:

**к.е.н., доц. Сергій САВЧЕНКО**

\_\_\_\_\_

(підпис)

Засвідчую, що у цій дипломній роботі немає цитат  
та вилучень з праць інших авторів без відповідних  
посилань

Студентка \_\_\_\_\_

(підпис)

Київ – 2021 року

**Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра менеджменту

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Освітньо-професійна програма **«Менеджмент і бізнес-адміністрування»**

Сертифікатна програма **«Менеджмент міжнародного бізнесу»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри

\_\_\_\_\_  
д.е.н., проф. Вікторія ДЕРГАЧОВА

«08» жовтня 2020 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ  
Анні ТАРАСЕНКО**

**1. Тема роботи: «Розширення обсягу експорту продукції шляхом екологізації упаковки»**

керівник роботи к.е.н. Яна КОЛЕШНЯ

затверджені наказом по університету від 21.05.2021р. № 1248-с

**2. Термін подання студентом роботи: 07.06.2021 р.**

**3. Вихідні дані до роботи:** статистичні дані, нормативно-правові акти органів законодавчої і виконавчої влади, результати досліджень українських і зарубіжних економістів, представлених в публікаціях та мережі Інтернет, інформація про діяльність ПрАТ «Оболонь», фінансова звітність підприємства (форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати» за 2015-2019рр.).

#### **4. Зміст пояснювальної записки**

##### **а) теоретична частина:**

- розглянути сутність та значення експортної діяльності підприємства;
- дослідити особливості організації експортних операцій підприємства;
- проаналізувати підходи до оцінювання ефективності експортних операцій підприємства.

##### **б) аналітична частина:**

- надати загальну характеристику фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь»;
- проаналізувати зовнішньоекономічну діяльність підприємства;
- оцінити стан експортного потенціалу ПрАТ «Оболонь».

##### **в) рекомендаційна частина:**

- розробити проект з екологізації упаковки;
- економічно обґрунтувати доцільність реалізації запропонованого проекту.

#### **5. Перелік ілюстративного матеріалу**

1. Сутність та особливості організації експортної діяльності підприємства
2. Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства
3. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства
4. Оцінка стану експортного потенціалу підприємства
5. Проект з екологізації упаковки на підприємстві
6. Витрати на впровадження запропонованих заходів.
7. Економічний ефект реалізації проекту.

**6. Дата видачі завдання:** «08» жовтня 2020 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Позначки керівника про виконання завдань
1.	Збір необхідної інформації щодо теоретичних засад експортної діяльності підприємства	08.10.2020 – 25.12.2020	Виконано
2.	Розгляд теоретичних положень щодо особливостей організації експортних операцій та підходів до оцінювання ефективності експортних операцій підприємства	26.12.2020 – 29.01.2021	Виконано
3.	Дослідження фінансово-господарської діяльності підприємства	30.01.2021 – 21.02.2021	Виконано
4.	Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства	22.02.2021 – 21.03.2021	Виконано
5.	Оцінка стану експортного потенціалу підприємства	22.03.2021 – 26.04.2021	Виконано
6.	Розроблення проекту з екологізації упаковки	27.04.2021 – 09.05.2021	Виконано
7.	Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованого проекту	10.05.2021 – 25.05.2021	Виконано
8.	Оформлення дипломної роботи першого (бакалаврського) рівня вищої освіти	26.05.2021 – 30.05.2021	Виконано

Студент \_\_\_\_\_ Анна ТАРАСЕНКО  
(підпис)

Керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Яна КОЛЕШНЯ  
(підпис)

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота на тему: «Розширення обсягу експорту продукції шляхом екологізації упаковки» містить 123 сторінки, 41 таблиці, 19 рисунків, 5 додатків. Перелік посилань нараховує 77 найменувань.

**Метою роботи** є розробка теоретичних підходів і практичних рекомендацій, спрямованих на планування і розвиток експортної діяльності вітчизняних підприємств.

**Об'єктом дослідження** є процеси здійснення експортної діяльності підприємства.

**Предметом дослідження** є теоретичні аспекти та практичні рекомендації розширення експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» з урахуванням екологічних трендів.

**База дослідження** – ПрАТ «Оболонь» .

**Методи дослідження.** Робота першого (бакалаврського) рівня виконувалась на основі досліджень різних теоретичних шкіл і напрямків, представлених в роботах провідних вітчизняних і зарубіжних вчених в області планування міжнародної діяльності економічних суб'єктів, логіки та етапів стратегічного управління цим процесом на підприємстві, підходів до формування міжнародної маркетингової стратегії. Також використовувались такі методи як системно-функціональний, наукової абстракції, індукції та дедукції, економіко-статистичний метод збору і обробки інформації та порівняльний аналіз.

**Результати роботи.** За результатами проведеного дослідження було розроблено проект з екологізації упаковки для нового безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок» для збільшення обсягів експорту продукції. Реалізацію продукцію в еко-упаковці пропонується здійснювати вже на ринку Німеччини. Після аналізу показників ефективності інвестиційного проекту, щодо екологізації упаковки для продукції ПрАТ «Оболонь» виявилось, що даний проект є ефективним та доцільним для реалізації за всіма сценаріями розвитку. Експорт продукції після впровадження проекту буде становити 3107183 тис. грн, частка ринку підприємства щодо експорту продукції зросте на 1%.

**Рекомендації щодо використання результатів роботи.** Результати роботи можуть бути використані підприємствами харчової галузі для збільшення обсягів експорту та посилення позицій на національному та міжнародному ринках, зокрема ПрАТ «Оболонь», а також впровадження цього проекту забезпечить збільшення показників рентабельності та зменшенню витрат.

**Результати впровадження досліджень.** Розроблені в дипломній роботі пропозиції були представлені на розгляд керівнику ПрАТ «Оболонь», де було отримано схвальну оцінку та визнано можливість щодо їх реалізації.

**Ключові слова:** експортна діяльність, міжнародна економічна діяльність, прибуток, екологізація, ефективність, витрати.

## ABSTRACT

Bachelor's thesis includes 123 pages, 41 tables, 19 figures, 5 appendices. The list of links includes 77 items.

***The purpose of the work*** is to develop theoretical approaches and practical recommendations aimed at planning and development of export activities of domestic enterprises.

***The object of research*** is the processes of export activity of the enterprise.

***The subject of research*** is the theoretical aspects and practical recommendations for expanding the export activities of PJSC "Obolon" taking into account environmental trends.

***The research base*** is PJSC "Obolon".

***The research methods***. The work of the first (bachelor's) level was performed on the basis of research of various theoretical schools and areas, presented in the works of leading domestic and foreign scientists in the field of planning international activities of economic entities, logic and stages of strategic management of this process. Methods such as system-functional, scientific abstraction, induction and deduction, economic and statistical methods of information collection and processing and comparative analysis were also used.

***The results of work***. According to the results of the study, a project was developed to green the packaging for the new soft drink "Lemonissimo Lemonata with lemon-cucumber flavor" to increase exports. It is proposed to sell products in eco-packaging on the German market. After analyzing the efficiency of the investment project on the greening of packaging for products of PJSC "Obolon" it turned out that this project is effective and feasible for implementation in all development scenarios. Exports of products after the project will amount to 3107183 thousand UAH, the share of the company's market for exports will increase by 1%.

***Recommendations about the usage and application of the results of work***. The results of the work can be used by food companies to increase exports and strengthen their positions in the national and international markets, in particular PJSC "Obolon", as well as the implementation of this project will increase profitability and reduce costs.

***The results of research implementation***. The proposals developed in the thesis were presented for consideration to the head of PJSC "Obolon", where a positive assessment was received and the possibility of their implementation was recognized.

***Keywords***: *export activity, international economic activity, profit, greening, efficiency, costs.*

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	12
1.1 Сутність та значення експортної діяльності підприємства.....	12
1.2 Особливості організації експортних операцій підприємства .....	16
1.3 Підходи до оцінювання ефективності експортних операцій підприємства .....	23
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «Оболонь».....	31
2.1. Загальна характеристика фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь».....	32
2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	43
2.3. Оцінка стану експортного потенціалу ПрАТ «Оболонь» .....	53
Висновки до розділу 2.....	60
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «Оболонь».....	62
3.1. Розроблення проекту з екологізації упаковки .....	62
3.2. Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованого проекту.....	79
Висновки до розділу 3.....	85
ВИСНОВКИ .....	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	90
ДОДАТКИ .....	98

## ВСТУП

Сучасний етап розвитку світового ринку характеризується високою конкурентністю, перш за все в бізнесі. Глобалізація представляється системною інтеграцією світових ринків і регіональних економік, всіх сфер людської діяльності, в результаті чого спостерігається прискорене економічне зростання, прискорення впровадження сучасних технологій і методів управління. Підвищення взаємозалежності національних економік, активізація інтеграційних процесів ведуть до об'єктивної необхідності використання глобального підходу до ведення бізнесу. У цих умовах міжнародні зв'язки стають усе більш помітними в складовій частині господарської діяльності підприємств і організацій. Зростає інтерес до участі в економічному, виробничому і науково-технічному співробітництві з партнерами із зарубіжних країн. Сфера господарської діяльності підприємства, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок визначає його міжнародна економічна діяльність.

Подальше загострення конкурентної боротьби на світових ринках, ускладнення і диверсифікованість як технологічних, так і організаційних моделей виробництва, інформаційна насиченість і комунікативність міжнародної діяльності тісно пов'язана з цілями і методикою використання економічних інструментів. Так, на підставі маркетингових рішень здійснюється вибір перспективних сфер і видів діяльності підприємства, пошук найбільш вигідних для підприємства способів і умов задоволення потреб внутрішньо-державного та міжнародного ринків, виходячи з наявного внутрішнього потенціалу.

Реалізація цілей міжнародної діяльності в умовах глобалізації передбачає стратегічний рівень управління діяльністю, що включає, в тому числі рішення, пов'язані з визначенням можливостей і форм виходу на зарубіжні ринки, вибору цільових сегментів, способу проникнення на них,

обізнаності з вимогами замовника інших країн і т.д.

Вивчення і узагальнення теоретичних і методичних основ міжнародної економічної діяльності на основі міжнародного маркетингу представляється важливою науковою і практичною проблемою для українських підприємств-учасників ЗЕД, і свідчить про високу актуальність обраної проблематики дослідження.

Закономірності розвитку міжнародної економіки та проблеми управління міжнародною діяльністю, в тому числі і експортною, досліджувалися у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, таких як Г. Азоєв, О. Білорус, І. Бураковський, В. Вергун, О. Гребельник, М. Дудченко, В. Іноземцев, О. Каніщенко, О.Кириченко, А.Кредисов, Ю.Макогон, М.Портер, А.Філіпенко та ін. Питання стратегічного управління підприємствами розглядалися у роботах І.Ансоффа, П.Друкера, Р.Фатхутдінова, А.Чендлера та ін.

Однак, процеси, пов'язані із становленням та виходом на зовнішні ринки комерціалізованих суб'єктів господарювання, висувають перед економічною наукою та практикою господарювання нові завдання. Еволюційний розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств обумовлює необхідність вдосконалення на науковій основі організаційно-економічного механізму експортної діяльності підприємства.

**Метою дипломної роботи** є розробка теоретичних підходів і практичних рекомендацій, спрямованих на планування і розвиток експортної діяльності вітчизняних підприємств.

Реалізація поставленої мети обумовила вирішення наступних **завдань**:

- розрити сутність та значення експортної діяльності підприємства;
- дослідити особливості організації експортних операцій підприємства;]
- охарактеризувати підходи до оцінювання ефективності експортних операцій підприємства;
- навести загальну характеристику фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь»;

- здійснити аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- оцінити стан експортного потенціалу ПрАТ «Оболонь»;
- здійснити розроблення проекту з екологізації упаковки;
- економічно обґрунтувати доцільність реалізації запропонованого проекту.

**Об'єктом дипломного дослідження** є процеси здійснення експортної діяльності підприємства.

**Предметом дипломного дослідження** є теоретичні аспекти та практичні рекомендації розширення експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» з урахуванням екологічних трендів.

**База дослідження** - ПрАТ «Оболонь».

**Теоретико-методологічна основа дослідження.** Дипломна робота ґрунтується на дослідженнях різних теоретичних шкіл і напрямків, представлених в роботах провідних вітчизняних і зарубіжних вчених в області планування міжнародної діяльності економічних суб'єктів, логіки та етапів стратегічного управління цим процесом на підприємстві, підходів до формування міжнародної маркетингової стратегії. Обґрунтування положень і висновків дослідження проведено на основі критичного осмислення наукових положень з теорії стратегічного планування міжнародної економічної діяльності підприємства, методів системно-функціонального, порівняльного аналізу, а також методів наукової абстракції, індукції та дедукції, економіко-статистичних методів збору і обробки інформації.

**Інформаційно-емпіричну** базу дипломної роботи склали: статистичні дані нормативно-правові акти органів законодавчої і виконавчої влади, результати досліджень українських і зарубіжних економістів, представлених в публікаціях та мережі Інтернет.

**Наукова новизна** результатів дослідження в цілому полягає в розробці перспективних напрямків розвитку підприємства у процесі здійснення експортної діяльності.

**Теоретична і практична значимість роботи.** Теоретична значимість

дослідження визначається актуальністю поставлених завдань і їх відповідність потребам розширення міжнародної діяльності українських підприємств. Ряд положень дипломної роботи можуть послужити теоретичною базою для подальших досліджень проблем розвитку підприємництва у процесі здійснення міжнародної економічної діяльності.

Положення даного дослідження можуть надати практичну допомогу при розробці науково-обґрунтованих підходів з метою підвищення ефективності експортної діяльності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках.

*Структура і обсяг роботи* зумовлені логікою дослідження і послідовно розкривають зазначені цілі і завдання дослідження. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, що містить 77 найменування. Загальний обсяг роботи складає 123 сторінки.

# 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

## 1.1 Сутність та значення експортної діяльності підприємства

Експортна діяльність має тісний взаємозв'язок з міжнародною економічною діяльністю організації. Тому необхідно більш детально здійснити розгляд поняття «міжнародна економічна діяльність організації».

У науковій літературі поняття міжнародної економічної діяльності визначається неоднозначно. Підтвердженням цього є різні точки зору науковців щодо його трактування (табл.1.1). Різноманітний його зміст знайшов відображення в структурі, функціях і практичній діяльності відповідних органів державного управління, спеціалізованих зовнішньоекономічних організацій, галузевих виробничих об'єднань і підприємств.

Таблиця 1.1 – Наукові підходи до визначення сутності поняття міжнародної економічної діяльності

Автор	Визначення поняття міжнародної економічної діяльності
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	«...підприємство в області зовнішньоторговельної, інвестиційної та іншої діяльності, включаючи виробничу кооперацію в галузі міжнародного обміну товарами, інформацією, роботами, послугами, результатами інтелектуальної діяльності, у тому числі винятковими правами на них (інтелектуальна власність)» [29]
С.В. Бестужева	«...дії адміністративно-територіальних одиниць, організацій зі статусом юридичної особи та фізичних осіб, спрямовані на встановлення, зміну цін і припинення прав і обов'язків у рамках міжнародних міждержавних і міжнародних неміждержавних економічних відносин, що мають у своїй основі майновий і (або) немайновий інтерес» [7, с. 48]
А. В. Волошин	«...ділові взаємодії фірм з різних країн, спрямовані на отримання прибутку з переваг міжнаціональних економічних операцій» [18, с. 120]
Н.М. Тюріна	«...сфера приватноправових відносин з іноземним елементом, але при цьому не виключає державу зі складу її учасників, відводячи їй роль «особливого суб'єкта» [61, с. 38]
С.Є. Хрупович	«...сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і комерційних функцій фірм і підприємств» [64, с. 49]

## Продовження таблиці 1.1

Автор	Визначення поняття міжнародної економічної діяльності
Ж.М. Жигалкевич	«...одна зі сфер економічної діяльності держави, підприємств, фірм, тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею, експортом і імпортом товарів, іноземними кредитами і інвестиціями, здійсненням спільних з іншими країнами проектів» [28, с. 116]
В.Г. Герасимчук	«...сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних теренів уможливлення зовнішньоекономічних зв'язків, що включають торгівлю, спільне підприємництво, надання різного роду послуг та інші види міжнародного співробітництва» [20, с. 49]
А.Е. Воронкова	«...відносини економічного характеру, що складаються між суб'єктами господарювання – фізичними та/або юридичними особами» [19, с. 199]
Н.І. Федоронько	«...економічна (підприємницька) діяльність міжнародної компанії, заснована на перевагах міжнародного поділу праці та процесах інтернаціоналізації виробництва і капіталу з метою максимізації прибутку» [62, с. 22]

*Джерело: систематизовано автором на основі [29; 7, с. 48; 18, с. 120; 61, с. 38; 28, с. 116; 20, с. 49; 19, с. 199; 62, с. 22]*

Узагальнивши існуючі визначення поняття «міжнародна економічна діяльність», вважаємо за доцільне запропонувати таке його трактування: міжнародна економічна діяльність – це заснована на критеріях підприємницької активності складна, комплексна і високоризикова діяльність господарюючих суб'єктів в області зовнішньоторговельних, інвестиційних, науково-технічних, коопераційних, валютно-фінансових відносин, що здійснюється за рамками країни базування і супроводжувана численними вигодами і перевагами, які діють в міжнародному середовищі.

Під експортом зазвичай розуміють або продаж експортної продукції, а саме результати експортної діяльності, або вартісні показники торгівлі між країнами. Найбільш поширена думка, що експорт - це «вивезення за кордон товарів, проданих іноземним покупцям, призначених для продажу на іноземних ринках або для переробки в іншій країні. До експорту відносять також перевезення товарів транзитом через іншу країну і вивезення привезених з іншої країни товарів для продажу їх в третій країні (реекспорт)» [4, с. 406].

На думку К. Пасса, Б. Лоуса, Е. Пендлтона, до об'єктів експорту відносяться: 1) товар, вироблений в одній країні, який потім фізично транспортують і продають на зарубіжному ринку (видимий експорт); 2) послуга, яка надається іноземцям, або в країні проживання (туризм) або за кордоном (банківські послуги, страхівка), які породжують обмін іноземної валюти на валюту їхньої країни (невидимий експорт); 3) капітал, який переміщується за кордон у формі інвестиційного портфеля, прямих інвестицій іноземного капіталу в матеріальні активи і на банківські депозити [46]. Дане дослідження цікаво також тим, що автори проводять розмежування між експортом (як кінцевим результатом) і експортуванням (як процесом).

Таким чином, всі дефініції експорту пов'язані з наступними аспектами: з кінцевими результатами діяльності підприємств при виробництві товарів, робіт, послуг, робіт на експорт; з кількісними і вартісними параметрами тієї продукції, яка йде на експорт; з процесом передачі, транспортування експортних товарів, тобто кінцевих результатів діяльності; з наявністю цільової установки при виробництві товару і при реалізації експортної продукції.

Експортна діяльність є окремим випадком економічної діяльності, яка включає в себе мету, засоби і її результати, а також відповідні фази процесу: попередню, основну і завершальну. За способом здійснення можна виділити експорт прямий і непрямий, за об'єктом - експорт товарів, послуг, робіт, за формою реалізації - активний і пасивний, відповідно до особливостей перетину кордону - експорт та реекспорт. Класифікація типів експорту представлена в табл. 1.2.

З точки зору державного регулювання та реалізації експортної політики важливе не тільки кінцевий результат виробництва, а його змістовна сторона - процес експортної діяльності. Впливаючи на останній, можливо домогтися прогресивних змін структури експорту та на більш вигідних умовах брати участь у міжнародному поділі праці. Тому необхідно виявити економічну

сутність експортної діяльності.

Процес експортної діяльності являє собою єдність цілей, засобів, процесу і результатів цього процесу. Стосовно до неї можна виділити наступні етапи: попередній (постановка цілей, збір інформації, вибір типу та виду товару або послуги); основний (виробництво) і завершальний (процес продажу, маркетингу, транспортування об'єкта за кордон, оформлення документів), пов'язаний з передачею прав власності іншій стороні. Подібне структурування визначає особливості експортної політики і регулювання експортної діяльності [28, с.116].

Таблиця 1.2 – Класифікація типів експорту

Критерій	Тип експорту	Основні характеристики	Зміст
Спосіб здійснення	Прямий експорт	Відсутність посередників	Безпосередній вихід на зовнішній ринок шляхом поставок товарів і послуг закордонним партнерам
	Непрямий експорт	Наявність посередників	Рух товару через постачальників і субпідрядників, які постачають на експорт свій кінцевий продукт
Об'єкт експорту	Експорт товарів	Матеріальні властивості	Вивезення товарів, вироблених або перероблених в даній країні
	Експорт послуг, робіт	Нематеріальні характеристики	Надання послуг іншим країнам
Форма реалізації	Активний експорт	Висока активність суб'єкта експортної діяльності	Діяльність, спрямована на пошук споживачів за кордоном, цілеспрямована активність по встановленню контактів з метою продажу експортної продукції
	Пасивний експорт	Відсутність активності суб'єкта експортної діяльності	Позиція очікування активності з боку закордонного покупця і розміщення замовлень
Особливості перетину товарами кордону	Експорт	Одноразовий перетин кордону в односторонньому порядку	Експорт - товари і послуги, вироблені всередині країни і продаються за кордон
	Реекспорт	Багаторазовий перетин кордону	Реекспорт - вивезення товарів, вивезених раніше з-за кордону без додаткової їх переробки в реекспортуючій країні, проданих на міжнародних аукціонах, біржах

Джерело: складено автором на основі [5, 7, 14, 20, 28, 61]

За своїм характером експортна діяльність є економічною категорією, яка втілює розвиток економічних відносин в національному і міжнародному прояві.

На нашу думку, 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. Отже, можна визначити експортну діяльність як систему відносин, що виникають між економічними суб'єктами в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання продукції товарів і послуг на зарубіжних ринках. Її об'єктом є багатостадійний процес розгортання, виробництва і реалізації експортної продукції на трьох етапах - попередньому, виробничому і підсумковому.

Експортна діяльність є більш широким поняттям по відношенню до експорту і є окремим випадком економічної діяльності, яка включає в себе мету, засоби і її результати, і відповідні фази процесу: попередню, основну і завершальну.

## **1.2 Особливості організації експортних операцій підприємства**

Досягнувши певного рівня розвитку, багато підприємств замислюються про вихід на зовнішні ринки. Перш за все, необхідно розуміти, що крім безумовних переваг, що виникають для компанії, таких, як наприклад, розширення обсягів збуту, поліпшення іміджу, престиж компанії, експортна діяльність несе в собі ряд об'єктивних ризиків. Серед них ризики політичного, фінансового, юридичного характеру, ризики, пов'язані з транспортуванням та ін.

В даний час в зарубіжних країнах до міжнародної торгівлі активним чином підключаються малі і середні приватні підприємства. Більш того, все частіше мова йде про глобальне підприємництво. За прогнозами Світового

Банку в найближчі роки очікується зростання міжнародної торгівлі не менше 6% щорічно лише за рахунок малого бізнесу.

Ця тенденція стає виразнішою і набирає обертів вже зараз в силу наступних факторів [40]:

- середні і малі підприємства достатньо легко пристосовуються до стрімко мінливих зовнішніх умов;
- капіталовкладення на впровадження технічних новинок в виробничий процес на малих підприємствах відносно не високі;
- електронна торгівля і автоматизована логістика, низькі тарифи на комунікацію і транспортування дозволяють істотно знижувати витрати на організацію і обслуговування зовнішньоторговельних операцій;
- надання сприяння просуванню національних підприємств на міжнародний ринок державними агентствами і консалтинговими компаніями.

До основних стимулів, що спонукає компанії експортувати можна віднести наступні [10, 40]:

- збільшення обсягу продажу - якщо внутрішні продажі упевнено ростуть, компаніям необхідно скористатися зростаючим попитом на продукцію. експорт може стати одним із способів розширення ринку збуту;
- збільшення прибутку - експортна виручка може зростати досить швидко, якщо компанія в змозі збільшувати обсяги виробництва і покривати витрати щодо встановлення експортної інфраструктури за допомогою оперування на внутрішньому ринку;
- економія на масштабі - при отриманні доступу до більшого ринку збуту продукції, відбувається економія на масштабі. Іншими словами, повне завантаження виробничих потужностей дозволяє ефективно використовувати наявні ресурси;
- зниження вразливості - диверсифікація ринків збуту дозволяє уникнути тотальної залежності від локального ринку реалізації продукції або послуг. Зниження економічної активності на національному ринку, наприклад, надасть на підприємство менший вплив, якщо воно має

налагоджений доступ на інші ринки збуту;

– нові знання та досвід - глобальний ринок рясніє новими ідеями, підходами і техніками маркетингу і збуту продукції. Компаніям, які не працюють на міжнародному ринку, що знаходиться в курсі міжнародних тенденцій по іншому не вийде. Експортери по праву можуть пишатися своїм статусом.

– глобальна конкуренція - конкурентоспроможні компанії неодмінно освоюють все нові і нові іноземні ринки. Досвід, отриманий компанією від підключення до міжнародних виробничих ланцюгів, безцінний.

Отже, існує безліч факторів, які спонукають підприємства розробляти міжнародний варіант стратегічного розвитку. Порівняльна характеристика основних рис національної діяльності підприємства і діяльності, здійснюваної за національними кордонами, представлена у Додатку А.

В цілому, експортні операції готують підприємства до міжнародної конкуренції і викликам глобальних технологічних змін, підвищують їх конкурентоспроможність і знижують ймовірність виходу з бізнесу. Підприємцю, зваживши всі плюси та мінуси і прийнявши рішення експортувати продукцію / послуги, необхідно ретельно спланувати свою зовнішньоторговельну діяльність. Очевидно, що підготовка до експорту - це досить складний процес, що включає в себе проведення великої кількості досліджень, аналіз, як самої компанії, так і передбачуваних цільових ринків, визначення цілей, опрацювання експортної маркетингової стратегії, експортного бюджету, складання графіка експорту, а також підготовку експортного плану.

Процедура організації експортних операцій може бути представлена наступними основними етапами (рис.1.1):

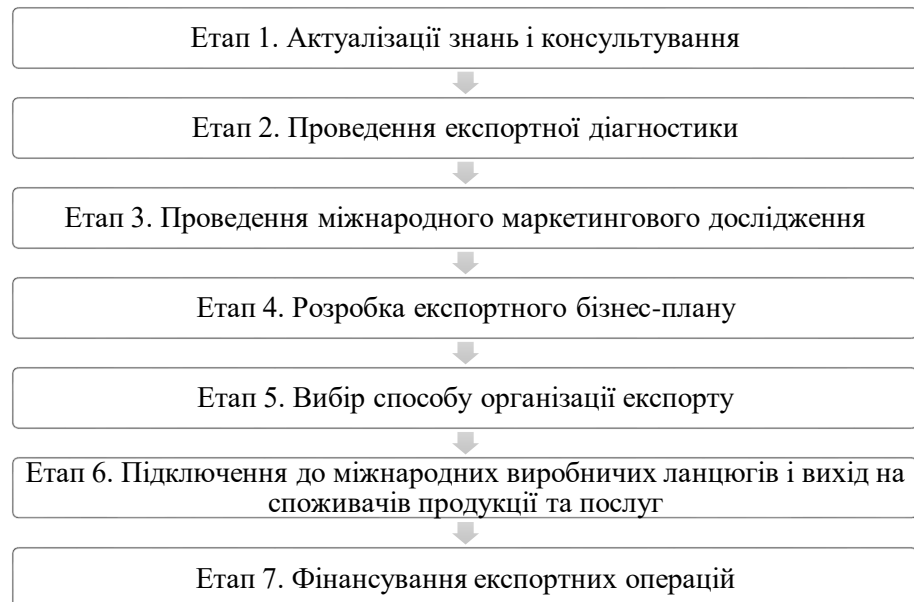


Рисунок 1.1. Етапи процедури організації експортних операцій

На першому етапі відбувається актуалізація знань і консультування. Організація експортних операцій може здаватися надзвичайно складним процесом через відсутність досвіду і необхідної стратегічної інформації. Тут необхідно навчитися проводити зовнішньоекономічну розвідку і моніторинг, знати методологію проведення міжнародного маркетингового аналізу, розробити спосіб просування компанії на міжнародному ринку, забезпечити безпеку експортних операцій на будь-якому етапі їх проходження, а також володіти іноземними мовами [5, с.91].

Етап 2. Проведення експортної діагностики. Експорт відкриває перед підприємствам нові можливості, але також вимагає підготовленості та планування. Ефективним інструментом реалізації цього етапу є проходження експортної діагностики. Експортна діагностика дозволяє підприємствам провести тестування готовності до експортних операцій на різних ринках і в різних умовах. Діагностика проводиться з метою розуміння і актуалізації: бізнес-моделі підприємства, експортного потенціалу продукції / послуги, цілей і мотивів експорту, стратегії виходу на зарубіжний ринок, цінової стратегії, способу просування і наявності необхідного досвіду і фахівців експортного відділу. Для гарантування якості обстеження доцільно

проходити діагностику в групі, що складається з юриста, бухгалтера і керівника підприємства. Діагностика дозволяє також виявити сильні і слабкі сторони експортного підприємства, скоординувати керівництво компанії для досягнення поставлених цілей щодо освоєння міжнародного ринку [10, с.155].

Етап 3. Проведення міжнародного маркетингового дослідження. При прийнятті рішення щодо початку експортної діяльності одним з головних завдань є аналіз зарубіжних ринків і вибір оптимального варіанту експорту. Іншими словами, необхідно провести маркетингове дослідження. Якісний аналіз ринку дозволяє швидко знайти вільні ринкові ніші, вибрати найбільш привабливий цільовий ринок, краще зрозуміти споживача товару компанії. Разом з тим, необхідно пам'ятати, що маркетинговий аналіз ринку не дає відповіді на всі питання, що цікавлять, а отримані результати не завжди виявляються надійними на всі 100%. Проте, маркетингове дослідження дозволяє знизити ступінь ризику до прийняттого рівня [5, с.91].

Міжнародне маркетингове дослідження має свою методологію і особливості. Воно дозволить дізнатися потенціал експортної продукції / послуги на зарубіжному ринку і визначити нішу ринку. Проведення міжнародного маркетингового аналізу проходить етапи планування дослідження, а також збору і аналізу інформації. Інтернет-ресурси стають основним джерелом отримання такої інформації.

Етап 4. Розробка експортного бізнес-плану. Розробка експортного бізнес-плану необхідна для визначення справжнього статусу компанії, завдання сценарію експансії бізнесу і його реалізації. Експортний бізнес-план являє собою процес монтування експортної стратегії до функціональних обов'язків колективу компанії. Новою тенденцією в складанні експортних бізнес-планів є дизайн і редизайн бізнес-моделей, вміння управляти інформацією і приймати обґрунтовані рішення.

Етап 5. Вибір способу організації експорту. В цілому в міжнародній практиці використовуються два основних способу розподілу: непрямий

розподіл (через спеціалізовані зовнішньоторговельні організації та представництва зарубіжних фірм в Україні) і прямий розподіл (продаж безпосередньо покупцеві) [5, с.92]. Вибір конкретного способу розподілу буде залежати від особливостей виду бізнесу, а також наявного досвіду підприємницької діяльності.

Розглянемо основні способи виходу на зовнішні ринки:

1. Залучення агента або представника з продажу. Агент працює на умови отримання комісійних від здійснених продажів і не має запасу товарів. Його використання може бути пов'язане з ризиком, оскільки агент отримує замовлення на поставку, який може бути не сплачено покупцем. Представник з продажу зазвичай працює в конкретному регіоні, постійно перебуває в країні, куди здійснюється експорт [28, с.123].

2. Консигнаційна угода. Цей вид угод, що набув широкого поширення у зовнішньоторговельній діяльності, є різновидом договору комісії з тією відмінністю, що при консигнаційній угоді консигнатор здійснює для клієнта лише один вид угод - продаж товарів. Консигнаційна угода - угода з продажу товарів, при якій їх власник (консигнант) передає комісіонеру (консигнатору) товар для продажу зі складу комісіонера; при цьому право власності на товар, переданий на склад, залишається за продавцем до моменту продажу товару покупцеві.

3. Залучення експортного дистриб'ютора. Експортний дистриб'ютор купує товар і перепродає його на своєму ринку, самостійно визначає ціну на товар і здійснює сервісне обслуговування. Це означає, що експортер позбавлений ризику несплати за товар. Експортний дистриб'ютор діє на підставі дистриб'юторського договору, проте, прямі норми, що регулюють даний вид угоди, в законодавстві України відсутні [40].

4. Франчайзинг. Від експортера, як від франчайзера, потрібна експертиза, консультування, навчання і відповідне обладнання, за що франчайзі (друга сторона франчайзингової угоди) одноразово виплачує певну суму грошей, а потім щорічно робить відрахування на користь

франчайзера у вигляді певного відсотка від отриманого прибутку. Даний вид угоди рекомендується укладати в першу чергу при експорті не товар, а послуг [28, с.123].

5. Спільне підприємство. Організувати спільне підприємство можна в контрактній формі без пайової участі та створення окремої юридичної особи або у формі підприємства з частковою власністю. Спільне підприємство як форма міжнародної діяльності дозволяє компанії отримати доступ до «закритих» ринків, до каналів розподілу, технології, постачальникам сировини, зміцнити свої позиції в умовах нестачі ресурсів.

Етап 6. Підключення до міжнародних виробничих ланцюгів і вихід на споживачів продукції та послуг. Глобалізація світового господарства визначила такий новий напрям в міжнародній торгівлі - як стратегія розосередження виробничого процесу в рамках міжнародного ринку або процес підключення підприємства до міжнародних виробничих ланцюгів транснаціональних корпорацій. Так зване «підключення» відбувається шляхом аналізу міжнародних торговельних потоків в індустрії, виявлення дислокації виробничих процесів ТНК і бізнес-моделювання [40].

Етап 7. Фінансування експортних операцій. Організація експортних проектів - це довгостроковий і ємний процес, в якому капіталізація і обсяги фінансування вирішують доцільність їх запуску. У процесі фінансування експортних проектів крім власних джерел фінансування, компанії користуються державними програмами щодо сприяння розвитку експорту, грантами, залучають іноземні інвестиції і входять в партнерства. Існує безліч різних методів виходу підприємств на зарубіжний ринок (кооперативи, робота з дистриб'юторами, компаніями з управління експортом і т.д.).

Одним з елементів організації експортної діяльності є створення механізмів управління цим процесом. Управління експортною діяльністю пов'язано зі створенням умов для її реалізації. Даний процес не здійснюється відокремлено, він є складовою частиною загального процесу управління зовнішньоекономічною діяльністю компанії. Організація управління багато в

чому залежить від того, якою мірою компанія бере участь у зовнішньоекономічній діяльності. Якщо підприємство тільки починає здійснювати експортну діяльність, то цю функцію доцільно покласти на окремих фахівців. При постійному характері експортних і інших зовнішньоекономічних операцій створюється спеціалізований підрозділ - відділ з зовнішньоекономічної діяльності. Його основне завдання - планування зовнішньоекономічної діяльності, пошук нових експортних замовлень, участь в розробці експортних цін, контроль за виконанням зобов'язань за укладеними контрактами. Організація відділу може мати вбудовану або спеціальну форму. У першому випадку відділ виконує тільки основні функції (укладання контрактів, контроль за їх виконанням, підготовка і проведення ділових переговорів і т.д.), інші необхідні функції виконуються у відповідних підрозділах (бухгалтерія, економічний відділ, служба маркетингу і т.п.). Спеціальна форма організації передбачає, що у відділі зовнішньоекономічної діяльності реалізуються всі необхідні функції.

Особливу увагу в процесі формування організаційних структур управління зовнішньоекономічною діяльністю необхідно звернути на взаємодію всіх учасників цього процесу. Дану задачу покликані виконувати координуючі органи, утворені відповідно до напрямів діяльності компанії і її завдань.

### **1.3 Підходи до оцінювання ефективності експортних операцій підприємства**

Розглянуті теоретико-методологічні аспекти теорії ефективності утворюють основу дослідження ефективності зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Поряд із цим виникає необхідність певного коректування методів вимірювання та оцінки її результатів, що викликано наступними обставинами [49, с. 72-73]:

- інша грошова оцінка результатів та затрат. Експортна виручка

поступає виключно у валюті зарубіжних господарств, а затрати враховуються у національній. З цієї причини до факторів, що впливають на рівень ефективності ЗЕД, додається новий – курсова різниця;

– у випадку, якщо ЗЕД підприємства лише частина його виробничо-господарської діяльності, необхідне врахування результатів експортно-імпортних операцій та виділення затрат по їх досягненню, що вимагає відповідної методики. При цьому під кінцевими результатами розуміється грошова оцінка отриманої підприємством вигоди від зовнішньоекономічної угоди, під витратами – грошова оцінка всіх видів витрат (матеріальних, трудових, фінансових, включаючи зобов'язання перед державою);

– підвищення ступеня ризику у господарській, інвестиційній, фінансовій діяльності, що викликає додаткові витрати, пов'язані із страхуванням, послугами експертних, консалтингових, юридичних та інших компаній;

– наявність додаткових механізмів державного регулювання, перш за все митно-тарифного, що у свою чергу збільшує витрати;

– порівнянність витрат і результатів за різними параметрами (ціна, показники якості, часовий лаг);

– підвищення ефективності досягається як за рахунок економії споживаних ресурсів, так і шляхом підвищення ефективності використання наявного капіталу, в першу чергу, виробничих потужностей. Так, збільшення продажів понад обсяги, що прийняті при розрахунку порогу рентабельності, може перекрити втрати, пов'язані зі знижками з ціни на оптові партії товарів. Однак, це вимагає виділення в складі витрат постійних і змінних витрат. В ринкових умовах кожне підприємство, будучи економічно самостійним товаровиробником, має використовувати як класичні оцінки ефективності (ефективність виробництва, продажів, капіталу), так і маржинальний прибуток, розраховану у вигляді різниці між експортною виручкою і змінними витратами в складі експортних витрат, маржинальну

рентабельність (відношення маржинального прибутку до змінних витрат). Такий підхід дозволяє володіти більш реальною картиною ефективності всього асортименту експортної продукції;

- необхідність дотримання принципу порівнянності з базовим варіантом. Нерідко виникає ситуація, при якій може допускатися реалізація товару на зовнішньому ринку з меншою рентабельністю, ніж на внутрішньому (при обмеженні внутрішнього ринку), але з коефіцієнтом ефективності не нижче 1;

- необхідність врахування особливостей різних видів зовнішньоекономічних угод (основні і забезпечуючі, експорт, імпорт та ін.);

- ЗЕД для більшості підприємств лише частина діяльності, що у певній мірі знижує можливість розрахунку ряду показників, які характеризують рівень ефективності використання окремих видів затрат та ресурсів;

- закордонні ринки пред'являють підвищення вимоги до пропонованих товарів, сервісу, що також впливає на обсяг витрат .

Особливості змісту діяльності підприємств у зовнішньоекономічній сфері необхідно враховувати при розробці методологічних основ вимірювання та оцінки її ефективності.

Так, Бондарєва Т. І. для підприємств пропонує показники, що характеризують масштаб, рівень розвитку, збалансованість зовнішньоторговельної діяльності і показники її ефективності. У якості узагальнюючого пропонується показник бюджетною ефективності зовнішньої торгівлі, який визначається шляхом співставлення витрат на виробництво продукції, аналогічної імпортній, і виробництво експортних товарів. В цьому випадку зовнішньоторговельний обмін визнається вигідним, якщо значення цього показника більше 1 [11, с. 96]. В якості часткових показників ефективності експорту пропонуються показники:

$$\text{Валютна ефективність експорту} = \text{Вев}/\text{Се} \quad (1.1)$$

де Вев - валютна експортна виручка, грн.

$C_e$  - собівартість експорту, грн..

$$\text{Бюджетна ефективність експорту} = \text{Вев} / \text{Ве.вц} \quad (1.2)$$

де  $\text{Ве.вц}$  - вартість експорту у внутрішніх цінах

$$\text{Ефективність виробництва експортної продукції} = \text{Ве.вц} / C_e \quad (1.3)$$

Ефективність імпорту оцінюється аналогічними показниками:

$$\text{Валютна ефективність імпорту} = \text{Вів} / C_i \quad (1.4)$$

де  $\text{Вів}$  - валютна імпортна виручка, грн.

$C_i$  - собівартість імпорту, грн..

$$\text{Бюджетна ефективність імпорту} = \text{Вів} / \text{Ві.вц} \quad (1.5)$$

де  $\text{Ві.вц}$  - вартість імпорту у внутрішніх цінах

$$\text{Ефективність виробництва імпортової продукції} = \text{Ві.вц} / C_i \quad (1.6)$$

Взаємозв'язок валютної ефективності експорту та імпорту виражається співвідношенням, при якому походження валютної ефективності  $n$ -го товару на валютну ефективність імпорту (середню) має бути більше 1.

На думку Бондарєва Т. І., за допомогою наведених показників можна зробити об'єктивний і детальний аналіз експорту (імпорту), а також визначити гранично допустимі ціни (максимум для імпорту і мінімум для експорту) і гранично допустимі витрати на здійснення зовнішньоторговельних операцій [11, с. 98].

Інший автор – Д.М. Іюкша, погоджуючись із запропонованою методикою, вважає, що в умовах, коли на підприємствах не ведеться окремий облік результатів зовнішньої і внутрішньої торгівлі, комплексна оцінка ефективності за запропонованою методикою представляється скрутною [31, с. 10]. З цієї причини автор вважає за доцільне оцінювати ефективність суб'єкта господарювання з точки зору умов торгівлі, для чого пропонується використати наступні показники: індекс співвідношення темпів зростання експорту-імпорту в діючих цінах; індекс співвідношення темпів зростання фізичних обсягів експорту-імпорту; індекс співвідношення експортно-імпортних цін [31, с. 10].

Своєрідним підходом до трактування критерію ефективності зовнішньої

торгівлі відрізняється дослідження Воронкової А.Е., в якому ефективність зовнішньої торгівлі визначається як максимізація позитивного зовнішньоторговельного сальдо за рахунок спеціалізації на виробництві та нарощувані експорту товарів з максимальної прибутковості продажів [19, с. 200]. Відповідно з таким визначенням критерію ефективності виділяються наступні етапи і відповідні їм блоки показників в методиці її статистичної оцінки та аналізу: оцінка стану і динаміки обсягів експорту, імпорту, їх співвідношення і значимість зовнішньої торгівлі; оцінка і аналіз прибутковості зовнішньоторговельної діяльності підприємства; аналіз показників – чинників, що побічно визначають ефективність зовнішньої торгівлі.

У складі першого блоку пропонуються показники вартісного обсягу експорту, імпорту, обігу та сальдо зовнішньої торгівлі, коефіцієнта збалансованості експорту та імпорту, експортної та імпоротної квоти, коефіцієнта кореляції експорту і внутрішніх поставок товарів [19, с. 200].

У другому блоці пропонуються показники безпосереднього ефекту і ефективності експорту (прибуток від експорту, віддача витрат на експорт, розрахована як відношення експорту до витрат на нього) і показників порівняльної ефективності експорту і внутрішніх продажів: прибуток від реалізації продукції; віддача витрат по всій продукції; прибуток від реалізації продукції на внутрішньому ринку; внутрішня віддача витрат; рівень прибутку від експорту в загальній величині прибутку від реалізації; надприбуток (в трактуванні автора – це додатковий прибуток, отриманий за рахунок реалізації продукції на експорт за вищою ціною, ніж внутрішня); питома вага надприбутки в прибутку від експорту; коефіцієнт співвідношення експортних та імпорتنних цін; коефіцієнт співвідношення експортної та внутрішньої віддачі витрат [19, с. 201].

Розглянуті методичні підходи науковців щодо вимірювання та оцінки ефективності ЗЕД, хоча і відрізняються переліком показників, їх місцем у відповідних блоках пропонованих систем, методикою розрахунку окремих

показників, доповнюють один одного і дозволяють в цілому оцінити вплив різних чинників на рівень ефективності функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання. Поряд з цим в представлених методиках присутні окремі пропозиції, з якими, на наш погляд, не можна погодитися. Перш за все, це оцінка ефективності на основі показника зовнішньоторговельного сальдо, коефіцієнта збалансованості.

На нашу думку, на збалансованість зовнішньої торгівлі підприємство безпосередньо не впливає. Відомо, що основна причина негативного зовнішньоторговельного сальдо насамперед викликана залежністю національної економіки від імпорту енергоресурсів, але підприємство безпосередньо їх не імпортує. Цей вид ресурсів закуповує держава. Коефіцієнт збалансованості зовнішньої торгівлі застосовуваний лише при оцінці економічної ефективності зовнішньої сфери національної економіки в цілому. До того ж на основі збалансованості експорту та імпорту товарів було б неправильно стверджувати, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства економічно ефективна. Що стосується показників валютної самоокупності, то в умовах вільної внутрішньої конвертації національної валюти вони втратили значення, що мало місце раніше.

Пропозиції щодо методики вимірювання і аналізу ефективності зовнішньої торгівлі містяться в ряді дисертаційних досліджень вітчизняних авторів [44]. Лісова Л.О. в якості ефекту від зовнішньої торгівлі окремого суб'єкта пропонує розглядати вигреш валютної виручки або втрати при експорті, а також витрати або економію валюти при імпорті внаслідок відхилення контрактних цін учасників ЗЕД від середніх цін на окремі товари по країні. Яким чином можна визначити середні ціни по країні, залишається не зрозумілим .

Заслуговує на увагу методика, запропонована Т. В. Миролубовою. Особливості її підходу полягають в пошуку прямої залежності передбачуваного результату і витрат, що зумовили його. Автор пропонує систему показників економічного ефекту і економічної ефективності та

методи їх розрахунку. Методика Т. В. Миролубової дозволяє обґрунтувати доцільність зовнішньоекономічної угоди на етапі її підготовки і тому дуже ефективна при ухваленні управлінських рішень. Вона може бути використана в якості основи визначання ефективності економічної діяльності підприємства в цілому [62, с.24].

Авторська позиція з цієї проблеми ґрунтується на твердженні, що кінцева мета функціонування будь-якої економічної системи може бути виражена елементами, різними за формою і відмінними один від одного, але її зміст повинен мати єдину сутнісну основу, що відображає якість і цілісність мети. Тому оцінка економічної ефективності може здійснюватися з різних позицій, різними методами, показниками, але за єдиним критерієм. На цій методологічній основі пропонується методика виміру економічної ефективності шляхом визначання критерію, що характеризує суть явища і системи показників як форм її вираження.

Відповідно до закону обмеженості ресурсів економіка повинна орієнтуватися на те, щоб, по-перше, до мінімуму скоротити витрати і, по-друге, досягти максимально можливого обсягу результату. Виходячи з цього, зміст критерію ефективності зовнішньоекономічної діяльності можна сформулювати як максимальне підвищення економічного ефекту (кінцевого результату) з одиниці витрат, витрачених на його досягнення [62, с.24].

Оскільки основною метою функціонування підприємства в ринкових умовах є прибуток – конкретна форма економічного ефекту, то критерій економічної ефективності ЗЕД визначається як максимізація прибутку з одиниці вартості витрат, а це досягається на основі зростання результату, що випереджає зростання витрат. У такому розумінні, на нашу думку, відображається якісна сторона критерію ефективності, а його кількісна визначеність може бути виражена через співвідношення [62, с.25]:

$$\text{«Критеріальний» показник економічної ефективності ЗЕД} = \frac{E_{рд}}{Z_p} \quad (1.7)$$

де  $E_{рд}$  - економічний результат діяльності;

Зр- затрати, що обумовили результат.

Показник, розрахований на основі даного співвідношення, і буде «критеріальним» показником економічної ефективності ЗЕД.

Отже, для загальної характеристики експортної та імпоротної діяльності підприємства також використовують ефективність експорту/імпорту та економічний ефект експорту/імпорту (Додаток Б).

Таким чином, вище викладені методики оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності, на наш погляд, дозволяють усебічно і об'єктивно оцінити діяльність суб'єктів господарювання в зовнішньоекономічній сфері.

## Висновки до розділу 1

1. Міжнародна економічна діяльність – заснована на критеріях підприємницької активності складна, комплексна і високоризикова діяльність господарюючих суб'єктів в області зовнішньоторговельних, інвестиційних, науково-технічних, коопераційних, валютно-фінансових відносин, що здійснюється за рамками країни базування і супроводжувана численними вигодами і перевагами, які діють в міжнародному середовищі. Експортна діяльність - це система відносин, що виникають між економічними суб'єктами в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання продукції товарів і послуг на зарубіжних ринках. Її об'єктом є багатостадійний процес розгортання, виробництва і реалізації експортної продукції на трьох етапах - попередньому, виробничому і підсумковому.

2. Процедура організації експортних операцій може бути представлена такими основними етапами: Етап 1. Актуалізації знань і консультування. Етап 2. Проведення експортної діагностики. Етап 3. Проведення міжнародного маркетингового дослідження. Етап 4. Розробка експортного бізнес-плану. Етап 5. Вибір способу організації експорту. Етап 6. Підключення до міжнародних виробничих ланцюгів і вихід на споживачів продукції та послуг. Етап 7. Фінансування експортних операцій.

3. Викладені методики оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності, на наш погляд, дозволяють усебічно і об'єктивно оцінити діяльність суб'єктів господарювання в зовнішньоекономічній сфері.

## 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ОБОЛОНЬ»

### 2.1. Загальна характеристика фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь»

Приватне акціонерне товариство «Оболонь» (ПрАТ «Оболонь») є «одним із найбільших українських виробників пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, а також питної води» [51]. Юридична адреса підприємства: 04212, м. Київ, вул. Богатирська, 3. Основні види діяльності із зазначенням найменування виду діяльності та коду за КВЕД: «11.05. Виробництво пива; 11.03. Виробництво сидру та інших плодово-ягідних вин; 11.07. Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки та ін.» [51].

Частка ринку в натуральному виразі компанії ПрАТ «Оболонь» складає 19,1% за результатами 2019 р., що на 2,9 пунктів нижче рівня 2018 р. (рис.2.1) [51].

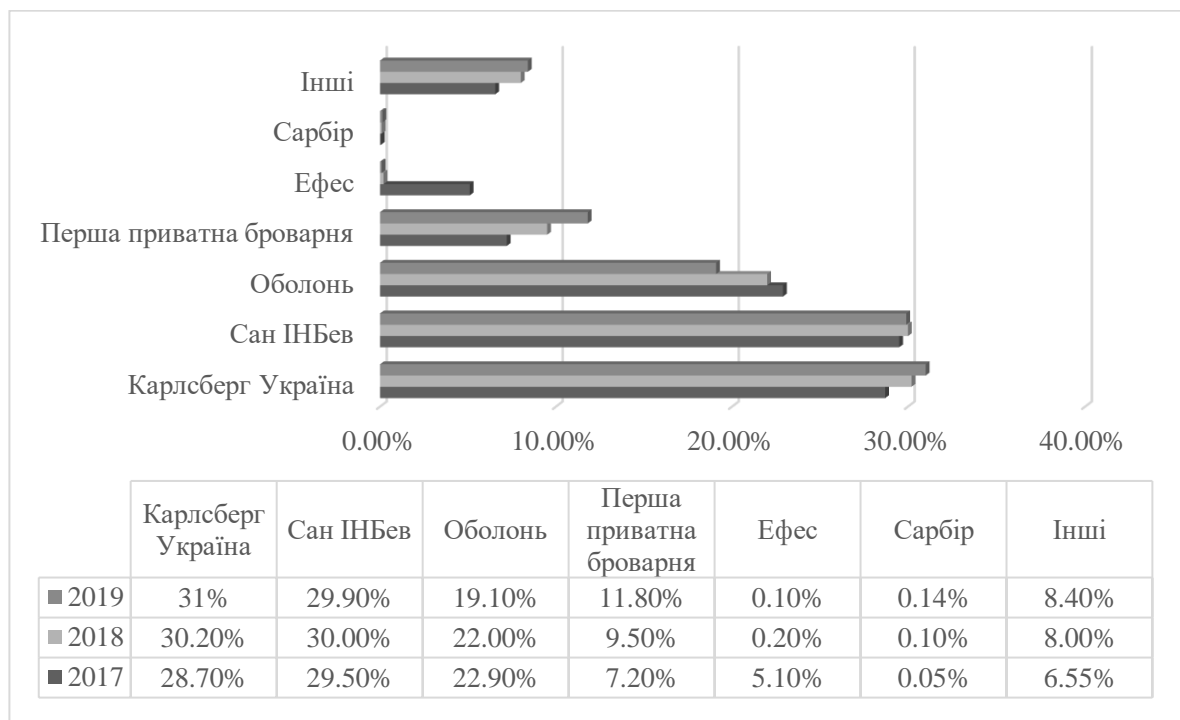


Рисунок 2.1. Динаміка частки ринку основних гравців на ринку пива України у 2017-2019 рр., за природними обсягами, % [51]

Щороку ПрАТ «Оболонь» нарощує виробництво продукції, а також оновлює існуючу лінійку слабоалкогольних та безалкогольних напоїв. Виробництво компанії відповідає міжнародним стандартам, що підтверджено сертифікатами ISO 9001 та ISO 22000. ПрАТ «Оболонь» має власну дослідницьку лабораторію [51].

У структурі продуктового портфеля ПрАТ «Оболонь» основну частку складає виробництво основного продукту – пива, що представлено 60% від загального обсягу виробництва (рис.2.2).

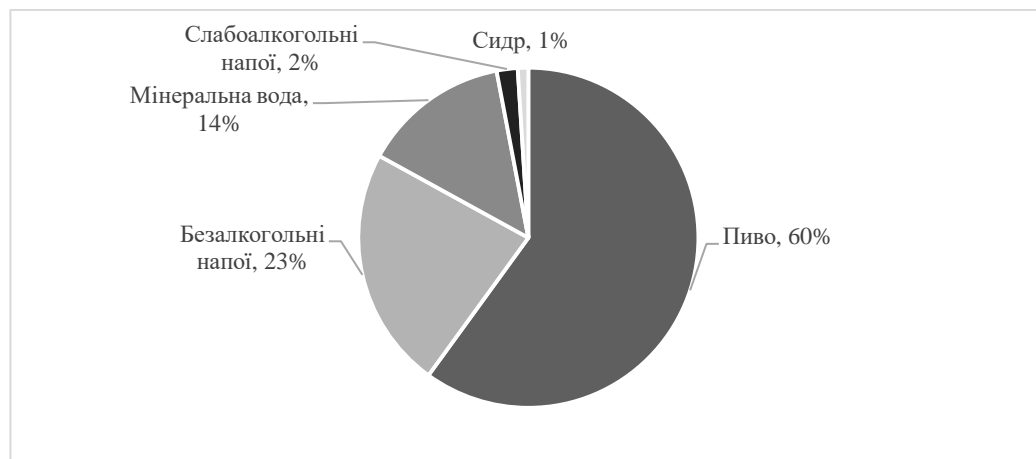


Рисунок 2.2. Частка випуску продукції ПрАТ «Оболонь» в загальному обсязі реалізації, 2019 р.

Джерело: складено на основі [51]

«Сьогодні підприємство виробляє як мінімум 7 видів пивної продукції, а її портфель формують дванадцять пивних торгових марок. До 23% в структурі продуктового портфеля ПрАТ «Оболонь» відведено на виробництво безалкогольної продукції. Мінеральні та питні води в структурі торгового портфеля ПрАТ «Оболонь» становлять 14% від всього обсягу. Види слабоалкогольної продукції підприємства ПрАТ «Оболонь» становлять незначну частину – 2% від загального обсягу. Крім продукції основного торгового портфеля ПрАТ «Оболонь» включає виробництво супутньої продукції, зокрема, різноманітні види снєків» [51] (Додаток Д).

На ПрАТ «Оболонь» застосовується лінійно-функціональна організаційна структура управління (Додаток Б).

Аналіз фінансово-економічних показників діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2015-2019 рр. наведений у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Динаміка фінансово-економічних показників діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2015-2019 рр., тис.грн

Показники	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення, +/-				Відносне відхилення, %			
						2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3524945	4310214	4777539	5078764	5466148	467325	301225	387384	688609	10,84	6,31	7,63	14,41
Собівартість реалізації продукції	2378936	3290800	3887847	4292370	4277833	597047	404523	-14537	389986	18,14	10,40	-0,34	10,03
Валовий прибуток	1146009	1019414	899066	786394	1188315	-120348	-112672	401921	289249	-11,81	-12,53	51,11	32,17
Інші операційні доходи	504984	62589	88488	85301	62681	25899	-3187	-22620	-25807	41,38	-3,60	-26,52	-29,16
Адміністративні витрати	213263	285569	296579	303955	337100	11010	7376	33145	40521	3,86	2,49	10,90	13,66
Витрати на збут	833385	968802	612349	675489	661989	-356453	63140	-13500	49640	-36,79	10,31	-2,00	8,11
Інші операційні витрати	409965	61663	29144	20451	32219	-32519	-8693	11768	3075	-52,74	-29,83	57,54	10,55
Фінансові результати від операційної діяльності	194380	-234031	49482	-128200	219688	283513	-177682	347888	170206	-121,14	-359,08	-271,36	343,98
Інші фінансові доходи	67076	8604	97691	4259	280	89087	-93432	-3979	-97411	1035,41	-95,64	-93,43	-99,71
Інші доходи	222156	0	430848	6725	216198	430848	-424123	209473	-214650	0	-98,44	3114,84	-49,82
Фінансові витрати	309935	463655	314744	275269	329215	-148911	-39475	53946	14471	-32,12	-12,54	19,60	4,60
Інші витрати	353727	222030	42861	23505	1418	-179169	-19356	-22087	-41443	-80,70	-45,16	-93,97	-96,69
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	-183625	-910052	220797	-325802	144591	1130849	-546599	470393	-76206	-124,26	-247,56	-144,38	-34,51
Податок на прибуток від звичайної діяльності	-	24809	44217	39618	113042	19408	-4599	73424	68825	78,23	-10,40	185,33	155,65
Чистий прибуток (збиток)	-183625	-885243	176580	-365420	257633	1061823	-542000	623053	81053	-119,95	-306,94	-170,50	45,90

Джерело: складено та розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

У 2019 р. чистий дохід ПрАТ «Оболонь» зріс на 7,63% (рис.2.3) у порівнянні з 2018 роком. Це вказує на здатність підприємства діяти в складних економічних умовах, використовувати наявні конкурентні переваги, задовольняти потреби свого цільового сегменту ринку. В 2018 році приріст чистого доходу ПрАТ «Оболонь» перевищує приріст собівартості продукції, тобто підприємство використовує доступні резерви скорочення витрат. Дана динаміка відбувається протягом усього досліджуваного періоду, тобто ПрАТ «Оболонь» постійно здійснює покращення операційного процесу, що призводить до зниження вартості одиниці продукції та послуги.

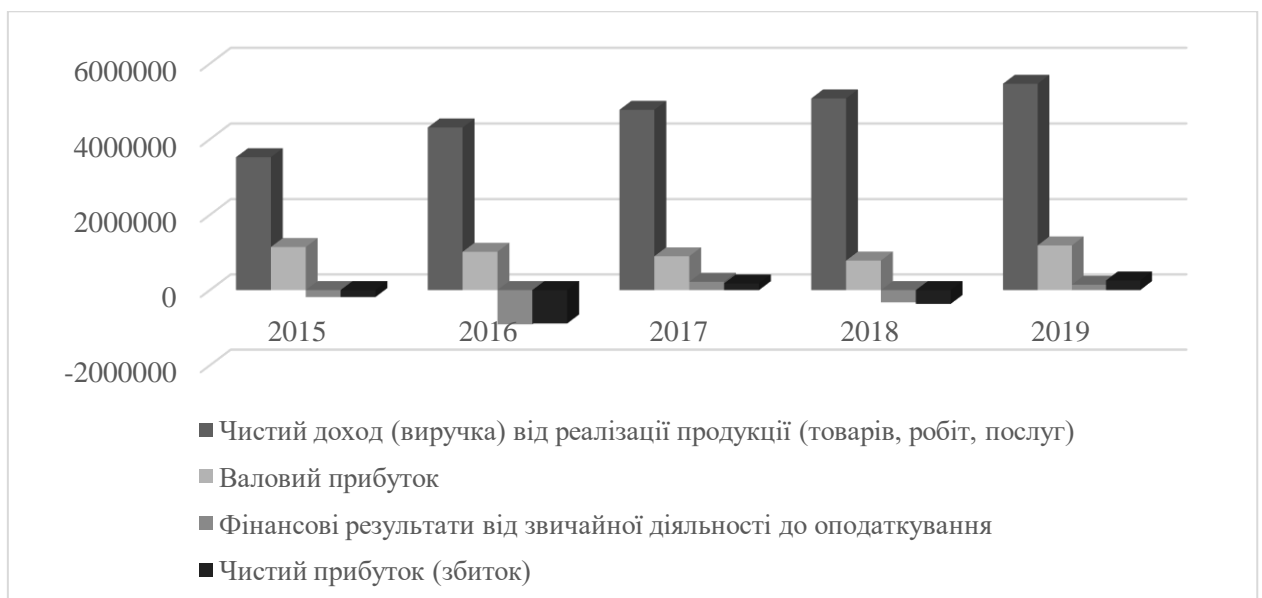


Рисунок 2.3. Динаміка фінансово-економічних показників діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2015-2019 рр., тис.грн

*Джерело: складено на основі даних табл.2.1*

Чистий збиток ПрАТ «Оболонь» становив 365420 тис. грн. в 2018 р. Позитивна динаміка показника ПрАТ «Оболонь» (приріст 170,5%) говорить про здатність нарощувати обсяг залученого капіталу власників і стійко функціонувати протягом тривалого періоду часу на ринку.

Динаміка показників ліквідності ПрАТ «Оболонь» за 2015-2019 рр. наведена в табл.2.2.

Отже, показники ліквідності ПрАТ «Оболонь» нижче їх нормативних значення, тобто його положення не дуже надійне і стабільне, незважаючи на

підвищення деяких показників ліквідності в 2019 р.

Таблиця 2.2 – Динаміка показників ліквідності ПрАТ «Оболонь» за 2015-2019 рр.

«Показник и	Нормат.з начення	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення, +,-			Відносне відхилення, %		
							2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017
Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття)	≥2	0,95	1,03	1,04	0,41	0,44	-0,63	0,03	-0,6	-60,6	7,3	-57,7
Коефіцієнт ліквідності швидкої	від 0,6 до 0,8	0,44	0,51	0,57	0,14	0,15	-0,43	0,01	-0,42	-75,4	7,1	-73,7
Коефіцієнт ліквідності абсолютної	0,2 до 0,35	0,16	0,1	0,03	0,01	0,01	-0,02	0	-0,02	-66,7	0,00	-66,7»

*Джерело: складено та розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства*

Проведемо аналіз динаміки показників рентабельності ПрАТ «Оболонь» за 2015-2019 рр. в табл.2.3.

Таблиця 2.3 – Динаміка показників рентабельності (збитковості) ПрАТ «Оболонь» за 2015-2019 рр., %

«Показники	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення, +,-		
						2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017
Рентабельність (збитковість) активів	-5,72	-18,89	5,13	-5,63	4,31	-10,76	9,94	-0,82
Рентабельність (збитковість) власного капіталу	-55,93	-66,04	14,15	-15,96	11,66	-30,11	27,62	-2,49
Рентабельність (збитковість) виробничих фондів	-7,61	-23,28	5,99	-6,37	4,7	-12,36	11,07	-1,29
Рентабельність (збитковість) реалізованої продукції за чистим прибутком	-5,21	-20,54	3,7	-7,2	4,71	-10,9	11,91	1,01

*Джерело: складено та розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства*

Рівень прибутковості активів знаходиться вище, ніж інфляція в країні, тому можна стверджувати, що відбувається підвищення реальної вартості

залучених в господарський процес активів підприємства. Таким чином, менеджмент здатен ефективно використовувати обмежені фінансові ресурси для досягнення цілей зростання і розвитку підприємства.

Підприємство забезпечувало підвищення добробуту і поліпшення матеріального становища власників, про що свідчить високе значення індикатора рентабельності власного капіталу.

Отже, ПрАТ «Оболонь» в 2019 році підвищило показники своєї фінансово-господарської діяльності та є прибутковим і рентабельним підприємством.

Проведемо стратегічний аналіз сильних і слабких сторін внутрішнього середовища ПрАТ «Оболонь» за допомогою SNW-аналізу (табл. 2.4).

В якості сильних сторін ПрАТ «Оболонь» можна виділити: високий контроль якості, міцне становище, широка популярність на ринку. Як нейтральні: невисока рентабельність, стримане зростання оборотних коштів, помірні фінансові можливості, середній рівень цін, використання сучасних технологій. Слабкими сторонами є: невисока частка кваліфікованого персоналу, збої в постачанні, стан основних фондів.

Таблиця 2.4 – SNW-аналіз ПрАТ «Оболонь»

Найменування стратегічної позиції	Якісна оцінка позицій		
	S	N	W
Загальна стратегія		X	
Бізнес стратегії		X	
Оргструктура	X		
Фінанси		X	
Конкурентоспроможність продуктів		X	
Дистрибуція		X	
Інформаційні технології		X	
Лідерство		X	
Рівень виробництва		X	
Рівень маркетингу		X	
Торгова марка		X	
Персонал			X
Репутація на ринку	X		
Відносини з органами державної влади		X	
Інновації		X	
Корпоративна культура			X
Стратегічні альянси	X		

*Джерело: складено автором*

Проведемо аналіз зовнішнього середовища функціонування ПрАТ «Оболонь».

Серед достатньої кількості галузей харчової промисловості України, пивоварна галузь, зовсім недавно, була однією з найбільш перспективних і конкурентних. Зростання підприємницької активності і бізнесових структур, а також збільшення доходів населення, загострили конкуренцію та спровокували високу позитивну динаміку галузі в останні роки [56].

Пивоварна галузь України вигідно відрізняється досить високою концентрацією виробництва і капіталу. У галузі налічується більше 300 підприємств, і це число постійно збільшується, але 75% ринку доводиться на сім найбільших гравців. Ринок олігополістичний, тобто виробництво пива розділене між декількома великими виробниками. Нова компанія в даний час практично не має шансів встояти в конкурентній боротьбі на пивному ринку України [56].

Протягом останніх 3 років ситуація на ринку пива і в галузі в цілому дуже нестабільна. Після інтенсивного розвитку в 2016-2019 рр., в 2020 році споживання і виробництво пінного в Україні фактично перейшли до стагнації. Відбувався різкий стрибок відпускних цін виробників в зв'язку з економічною кризою. Збої в роботі торгівлі та ковідна поведінка споживачів по-різному вплинули на пивоварів. Але в цілому негативний ефект був обернено пропорційний масштабу їх діяльності. Так, провідна трійка зберегла стійкість через масового припливу любителів пива в супермаркети. Оскільки ситуація була мало прогнозованою, то динаміка виробництва окремих компаній серйозно розійшлася з їх продажами в роздробі.

Продемонструємо взаємозв'язок ПрАТ «Оболонь» з мікросередовищем на рис. 2.4, де колір стрілок визначає ступінь впливу фактору (чим темніше колір, тим сильніше вплив).

Прямих заміників продукції організації немає, тому дана сила не надає значного впливу. Пиво є найпоширенішим слабоалкогольних напоєм з найпоширенішою культурою споживання. За співвідношенням ціна / якість

пиво є самим доступним слабоалкогольних напоєм. Ціна таких субститутів, як вино і горілка, надто сильно відрізняються, отже витрати перемикання на ці субститути достатньо великі.



Рисунок 2.4. Аналіз п'яти сил Портера для ПрАТ «Оболонь»

*Джерело: складено автором*

Найбільший вплив на організацію надає конкуренція на ринку, оскільки на сьогоднішній день в Україні існує велика кількість пивоварних компаній, багато з яких формуються в групу компаній, створюючи свій бренд і заробляючи позитивну репутацію.

Фактор постачальників пов'язаний виключно з економічною кон'юнктурою. Одночасно, значний вплив постачальники надають через ціни і якість, і вплив це однозначно негативний. У зв'язку із загальним зниженням купівельної спроможності, постачальники сировини та матеріалів прагнуть

закуповувати або виробляти найменш дорогий товар, а мінімізація цін досягається за рахунок якості. В результаті, маючи той же прибуток, що і при виробництві (перепродажу) товару більш високої якості, постачальники погіршують характеристики матеріалів для виробництва продукції ПрАТ «Оболонь». Це є досить великою проблемою для підприємства.

Великий вплив на діяльність підприємства здійснюють споживачі. Протягом останніх років відбувається переорієнтація на Покоління Міленіалів. «71% всього споживаного в Україні пива припадає на споживачів у віці від 21 до 29 років, так зване Покоління Y (Міленіали). Вони через свій світогляд схильні до здорового способу життя, тобто споживання продукції з низьким вмістом алкоголю, екологічно чистої продукції, а також використання не шкідливої для довкілля упаковки» [72].

Тобто, у споживача починає переважати концепція усвідомленого споживання й турботи про навколишнє середовище. Бренди також розуміють необхідність долучатися й усіляко показують зацікавленість у вирішенні екологічних проблем. Рішення для багатьох компаній відбувається у формі пакувальних інновацій, які змінюють спосіб, у який споживачі дивляться на газовану воду, пиво, сік та інші види напоїв.

Інноваційне пакування стало нормою для компаній-виробників напоїв, які шукають нові способи задоволення потреб користувачів та спонукають їх купувати, і це буде продовжувати бути основною тенденцією для промисловості у 2021 році. Для прикладу, один з найбільших конкурентів ПрАТ «Оболонь», компанія «Карлсберг» розробила пляшки з деревного волокна, тобто фактично з паперу, щоб зменшити забруднення навколишнього середовища (рис.2.5).

«Бренд Corona Extra запусив нову екологічну упаковку. Надлишки соломи, що залишилися після переробки ячменю, компанія San InBev використовуватиме у виробництві упаковки для скляних пляшок бренду. Corona Extra стала першим глобальним брендом напоїв, який запусив у виробництво екологічну упаковку з ячменю, впроваджуючи принципи

безвідходності у виробництво» [72].



Рисунок 2.5. Прототипи паперових пляшок від Carlsberg

Джерело: [71]

Отже, найбільшу увагу ПрАТ «Оболонь» у своїй діяльності має звернути на споживача. Оскільки відбувається переорієнтація на Покоління Міленіалів, то необхідно мати у асортиментних лінійках високоякісну брендову продукцію, що відповідає принципам здорового способу життя та екологічності.

Аналіз зовнішнього середовища непрямого впливу проведемо за допомогою STEP-аналізу (табл.2.5). Оцінку здійснено експертами (спеціалістами відділу маркетингу) за критеріями: оцінка важливості фактору 3 - сильний вплив, 2 - помірний вплив; 1 - слабкий вплив; оцінка спрямованості впливу «+» - позитивна спрямованість, «-» - негативна спрямованість (загроза).

Таблиця 2.5 – STEP - аналіз ПрАТ «Оболонь»

Групи факторів	Події та фактори	Знак впливу	Вага	Бали	Важливість фактору
Політичні	1. Державне регулювання конкуренції в галузі	+	0,00	3	30,00
	2. Антимонопольне законодавство	+	3,33	1	3,33
	3. Корупція	-	6,67	2	-13,33
	4. Законодавство з охорони навколишнього середовища	-	6,67	2	-13,33

## Продовження таблиці 2.5

	2	3	4	5	6
Економічні	5. Фінансові умови інвестування та залучення дод. коштів на ринку капіталів	-	10,00	3	-30,00
	7. Зміна рівня інфляції	-	3,33	1	-3,33
	8. Зміна процентної ставки і курсу іноземної валюти	-	6,67	2	-13,33
	9. Зміна в податковому законодавстві	-	6,67	2	-13,33
Соціальні	10. Демографічне зростання	+	6,67	2	13,33
	11. Рівень безробіття	-	10,00	3	-30,00
Технологічні	12. Швидкість оновлення товарів, джерела ідей	+	3,33	1	3,33
	13. Екологізація виробництва	+	6,67	2	13,33
	14. Поява нових стандартів в технологіях, обладнанні, матеріалах	+	3,33	1	3,33
	15. Зростання світових цін на сировину і матеріали (хміль, сусло та ін.), яке впливає на збільшення зростання цін на продукцію	-	6,67	2	-13,33
Всього			30		-93,33

*Джерело: складено автором*

Коефіцієнт переваги зовнішнього середовища =  $66,65 / -159,98 = -0,42$ .

З розрахунку можна зробити висновок, що зовнішнє середовище ПрАТ «Оболонь» надає нейтральний вплив на діяльність підприємства, але при цьому з деяким зміщенням в бік негативного впливу.

Відзначимо, що на діяльність компанії ПрАТ «Оболонь» впливають такі фактори: зниження платоспроможності населення, пов'язане з економічною кризою в країні, що негативно позначається на реалізації продукції підприємства; негативний вплив на збут продукції надає зростання рівня безробіття в країні; зростання ціни на сировину є для організації одним з найбільш істотних ризиків; до податкового законодавства України постійно вносяться зміни, що зачіпають регулярні перевірки, додаткові штрафи за податкові правопорушення; зростання рівня інфляції негативно позначається

на діяльності підприємства. Інфляція знецінює накопичення і грошові надходження підприємства. Інфляція позбавляє підприємство необхідних резервів, накопичень, зменшує коло джерел фінансування. Тому необхідно оперативно використовувати кошти.

## 2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Світове споживання пива знаходиться на стабільно високому рівні і продовжує зростати, що пов'язано зі збільшенням асортименту пива і створенням нових інноваційних смаків і рецептів його виготовлення, екологічності виробництва. Структура світового ринку алкогольних продуктів в 2019 році наведено на рис.2.6.

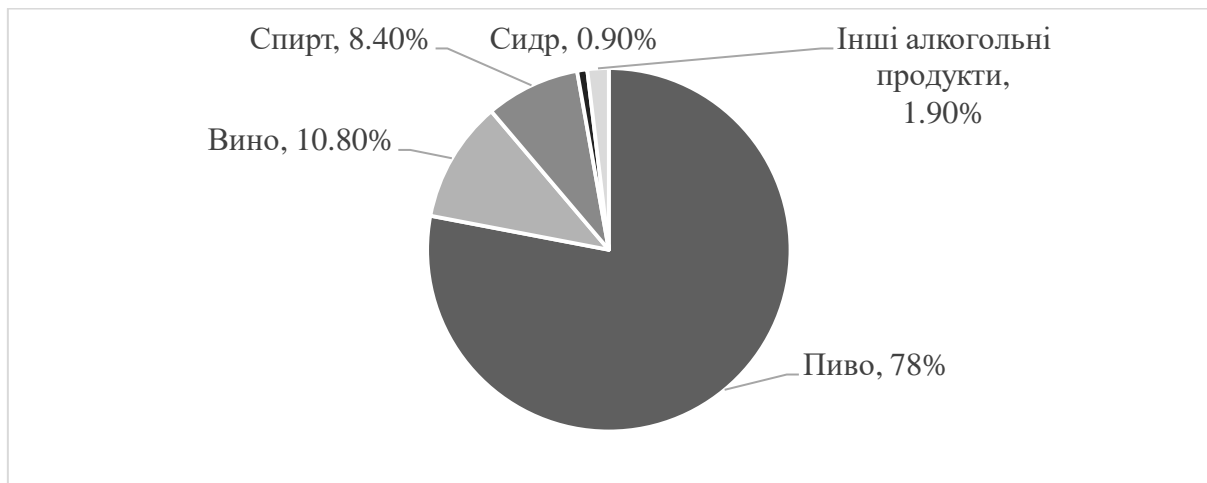


Рисунок 2.6. Структура світового ринку алкогольних продуктів в 2019 році, %

Джерело: [76]

У 2019 р. світові обсяги ринку алкогольних продуктів досягли показника в 257,1 млрд. літрів, що на 1,1% більше 2018 р. Ринок даної товарної категорії зростає протягом 2015-2019 рр., із середнім темпом зростання 0,7%. Найбільша частка в структурі алкогольних продуктів припадає на пиво, а саме 78,0% [76].

Структура світового ринку пива за типами наведена на рис.2.7.

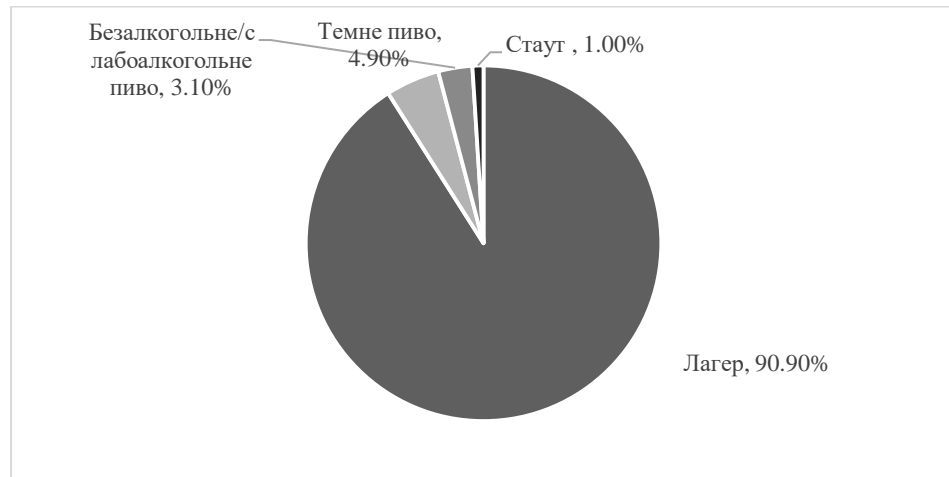


Рисунок 2.7. Структура світового ринку пива за типами, %

Джерело: [76]

Ринок пива в 2019 р. склав 200,5 млрд. літрів, що на 1,3% більше рівня 2018 р. Середньорічні темпи зростання: 0,5%. У структурі світового ринку пива найбільша частка припадає на лагер - 90,9%, частка темного пива становить 4,9%, безалкогольного / слабоалкогольного - 3,1% [76].

Топ-10 країн за обсягом ринку пива в 2019 році наведено в табл.2.6.

Таблиця 2.6 – Топ-10 країн за обсягом ринку пива в 2019 р.

Країна	Млрд. літрів	Частка від світового об'єма
Китай	45,4	22,7
США	23,5	11,7
Бразилія	12,6	6,3
Німеччина	9,4	4,7
Мексика	8,7	4,3
Росія	7,5	3,7
Японія	5,5	2,7
В'єтнам	4,9	2,4
Великобританія	4,8	2,4
Іспанія	3,9	2,0

Джерело: [74]

Ключовим виробником пива є Китай, який стабільно очолює рейтинг світових виробників цього напою. У 2019 року обсяг китайського ринку пива склав 45,4 млрд літрів, що склало 22,7% від світового обсягу. У топ-5 за обсягом ринку за 2019 року також увійшли США (23,5 млрд літрів або 11,7%), Бразилія (12,6 млрд літрів або 6,3%), Німеччина (9,4 млрд літрів або 4,7%), Мексика (8,7 млрд. літрів або 4,3%) [74].

Україна з об'ємом ринку 1,73 млрд літрів займає 0,7% світового ринку.

Ключовим імпортером пива в 2019 р. були США, на які припало

більше третини всього імпорту (35,5% від світового імпорту). Також в ТОП-5 імпортерів даної продукції увійшли Франція (6,2%), Китай (5,0%), Великобританія (4,0%), Італія (3,9%) [74]. Основні країни-імпортери пива наведено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Основні країни-імпортери пива, \$ млн.

№	Країна	2015	2016	2017	2018	2019	Частка в 2019 р.,%
1	США	4755	5079	5326	5577	5853	35,5
2	Франція	632	708	834	984	1017	6,2
3	Китай	575	666	750	904	820	5,0
4	Великобританія	612	721	627	728	664	4,0
5	Італія	605	610	626	676	639	3,9
6	Канада	561	571	572	573	547	3,3
7	Німеччина	487	520	498	523	517	3,1
8	Нідерланди	341	350	389	436	468	2,8
9	Австралія	326	325	289	316	332	2,0
10	Іспанія	306	294	311	338	331	2,0
11	Росія	111	127	195	287	324	2,0
	Інші країни	4132	4271	4637	5002	4971	30,2
	Всього	13443	14242	15054	16344	16483	100

Джерело: [74]

Основними країнами-експортерами пива в 2019 р. були Мексика (26,9% від світового експорту), Нідерланди (12,9%), Бельгія (12,5%), Німеччина (8,6%), США (5,2%). Україна зайняла 19 місце в списку світових експортерів пива, поставивши в 2019 р. експортували 11,4 млн. дал пива (0,4%), що на 13% більше порівняно з попереднім роком [74]. ПрАТ «Оболонь» залишається найбільшим постачальником українського пива на зовнішній ринок.

ПрАТ «Оболонь» здійснює міжнародну економічну діяльність у розрізі як експортних, так і імпортних операцій. В таблиці 2.8 наводиться динаміка обсягів імпорту продукції ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр.

Дані таблиці 2.8 свідчать про те, що імпорт продукції ПрАТ «Оболонь» збільшується з року в рік: в 2017 р. в порівнянні з 2016 р. обсяг імпорту продукції зріс на 5572,79 тис.грн. В 2018 р. в порівнянні з 2017 р. обсяг імпорту продукції зріс на 3531,33 тис.грн. або на 59,90%. В 2019 році імпорт продукції збільшується на 11977,22 тис.грн., або на 127,06% у порівнянні з

2018 роком.

Таблиця 2.8 – Динаміка обсягів імпорту продукції ПрАТ «Оболонь» за асортиментом товарів 2016-2019 рр., тис.грн

Вид продукції	Рік				Відхилення			
	2016	2017	2018	2019	2018/2017		2019/2018	
					абс-не	%	абс-не	%
1	2	3	4	5	8	9	10	11
Сировина (солод, хміль, патока)	11,2	256,30	433,39	1070,18	177,09	69,09	636,78	146,93
Варильні порядки - MEURA	34,12	598,04	866,78	2140,35	268,75	44,94	1273,57	146,93
Бродильні танки - HOLVRIEKA	69,74	1196,08	1841,92	4280,70	645,84	54,00	2438,78	132,40
Технологічне устаткування - ALFA LAVAL	71,2	1452,38	2383,66	5350,88	931,28	64,12	2967,22	124,48
Технологічне устаткування - GEA	34,11	427,17	975,13	2140,35	547,96	128,28	1165,22	119,49
Лінії наливу пива та безалкогольних напоїв -	49,42	939,77	1408,52	3210,53	468,75	49,88	1802,00	127,94
Енергетичне обладнання – LOOS, VEA, Jurdy,	52,37	1025,21	1516,87	3210,53	491,66	47,96	1693,65	111,65
Всього	322,16	5894,95	9426,28	21403,5	3531,33	59,90	11977,2	127,06

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

В таблиці 2.9 наводиться товарна структура імпорту ПрАТ «Оболонь» у відсотках в 2016-2019 рр.

Таблиця 2.9 – Товарна структура імпорту ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр., %

Вид продукції	Рік				Абсолютне відхилення, +/-		
	2016	2017	2018	2019	2017/2016	2018/2017	2019/2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Сировина (солод, хміль, патока)	3,5	4,3	4,6	5,0	0,9	0,25	0,40
Варильні порядки - MEURA	10,6	10,1	9,2	10,0	-0,4	-0,95	0,80
Бродильні танки - HOLVRIEKA	21,6	20,3	19,5	20,0	-1,4	-0,75	0,46
Технологічне устаткування - ALFA LAVAL	22,1	24,6	25,3	25,0	2,5	0,65	-0,29
Технологічне устаткування - GEA	10,6	7,2	10,3	10,0	-3,3	3,10	-0,34

## Продовження таблиці 2.9

1	2	3	4	5	6	7	8
Лінії наливу пива та безалкогольних напоїв -	15,3	15,9	14,9	15,0	0,6	-1,00	0,06
Енергетичне обладнання – LOOS, VEA, Jurdy,	16,3	17,4	16,1	15,0	1,1	-1,30	-1,09
Всього	100,0	100	100	100	0,0	0,00	0,00

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства даних відділу ЗЕД*

Згідно даних таблиці 2.9, в структурі імпорту ПрАТ «Оболонь» найбільшу питому вагу протягом 2016-2019 рр. займає технологічне устаткування - ALFA LAVAL. В 2019 р. її імпорт в порівнянні з 2018 р. зменшився на 0,29%.

Динаміка обсягу імпорту ПрАТ «Оболонь» за країнами 2016-2019 рр. наведено в табл. 2.10. Згідно даних таблиці 2.9, в 2018 році відбувалося найбільше зростання імпорту продукції з таких країн як Німеччина (на 327,38 тис.грн., або 198,05%), Польща (на 493,30 тис.грн., або 223,62%) та Литва (на 232 тис.грн., або 86,02%). Протягом 2019 року значно зріс обсягу імпорту продукції з Швеції (на 256,22%), Італії (на 148,87%), Туреччини (на 139,85%) та Німеччини (на 117,22%).

Таблиця 2.10 – Показники обсягів імпорту ПрАТ «Оболонь» за країнами 2016-2019 рр., тис.грн.

Країна	Рік				Відхилення					
					2017/2016		2018/2017		2019/2018	
	2016	2017	2018	2019	абс-не	%	абс-не	%	абс-не	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Німеччина	29,75	165,3	492,68	1070,18	135,6	455,6	327,4	198,1	577,5	117,2
Швеція	43,61	256,7	420,6	1498,25	213,1	488,6	163,9	63,8	1077,7	256,2
Італія	34,11	1250,85	2150,1	5350,88	1216,7	3567,1	899,3	71,9	3200,8	148,9
Польща	26,74	220,6	713,9	1712,28	193,9	725,0	493,3	223,6	998,4	139,8
Литва	38,7	269,7	501,7	1070,18	231,0	596,9	232,0	86,0	568,5	113,3
Туреччина	75,72	2563	3299,2	7491,23	2487,3	3284,8	736,2	28,7	4192,0	127,1
Сербія	49,42	470,5	745,8	1070,18	421,1	852,0	275,3	58,5	324,4	43,5
Македонія	24,11	698,3	1102,3	2140,35	674,2	2796,3	404,0	57,9	1038,1	94,2
Всього	322,2	5894,95	9426,28	21403,5	5572,8	1729,8	3531,3	59,9	11977,3	127,1

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД*

Проаналізуємо обсяги експорту продукції ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр. за асортиментом продукції (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – Динаміка обсягів експорту продукції ПрАТ «Оболонь» за асортиментом товарів, за 2016-2019 рр., тис.грн

Вид продукції	Рік				Відхилення					
					2017/2016		2018/2017		2019/2018	
	2016	2017	2018	2019	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Слабоалкогольні напої	145055	175490	183662	188403	30435	20,98	8172,00	4,66	4741,00	2,58
Безалкогольні напої	175627	207941	221730	249312	32314	18,40	13789,00	6,63	27582,00	12,44
Пиво	1508431	1703596	1848562	2026844	195165	12,94	144966,00	8,51	178282,00	9,64
Мінеральна вода	319653	334285	344129	372854	14632	4,58	9844,00	2,94	28725,00	8,35
Сидр	214744	216840	245631	265541	2096	0,98	28791,00	13,28	19910,00	8,11
Всього	2363510	2638152	2843714	3102954	274642	11,62	205562,00	7,79	259240,00	9,12

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД

Як видно з табл. 2.11, загальний обсяг експорту продукції в 2017 році зростає на 274642 тис.грн., або на 11,62% у порівнянні з 2016 роком. В 2018 році зростає на 205562 тис.грн., або на 7,79% у порівнянні з 2017 роком. Обсяг експорту продукції ПрАТ «Оболонь» в 2019 році зростає на 259240 тис.грн., або на 9,12% у порівнянні з 2018 роком.

Частка експорту у загальному обсязі реалізації продукції зросла на 0,8% (рис. 2.8).

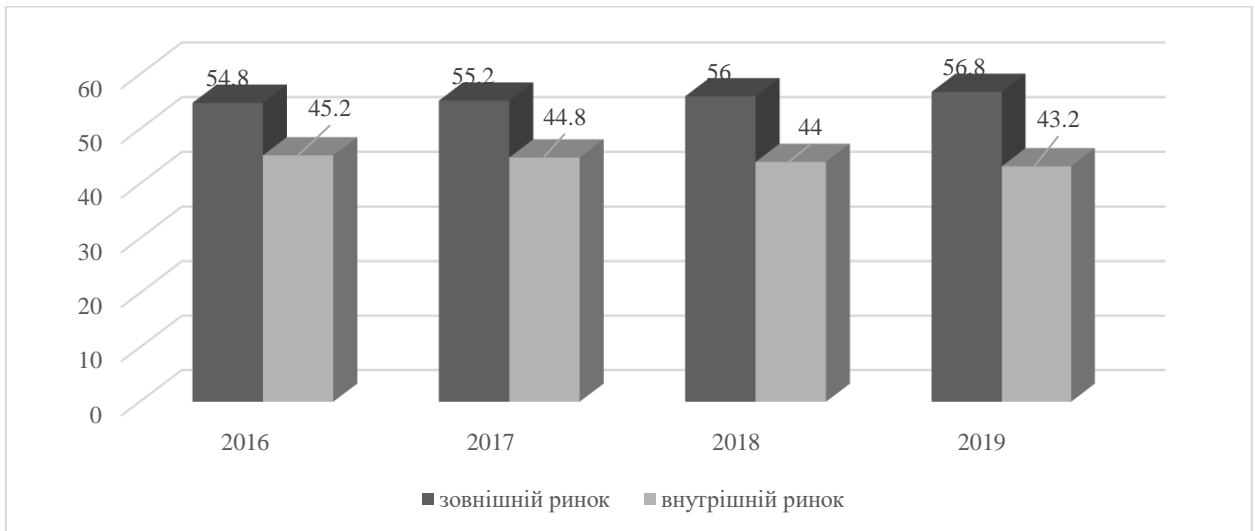


Рисунок 2.8. Динаміка зміни частки реалізованої продукції ПрАТ «Оболонь» на внутрішньому та зовнішньому ринках у 2016-2019 р.,%

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства*

Як видно з рис.2.8, ПрАТ «Оболонь» реалізує 43% своєї продукції на внутрішніх ринках, 57% на зовнішніх ринках станом на кінець 2019 року.

В таблиці 2.12 наводиться товарна структура експорту продукції ПрАТ «Оболонь» у відсотках за 2016-2019 рр.

Аналізуючи товарну структуру експорту ПрАТ «Оболонь», видно, що провідне місце займає така продукція на експорт, як пиво (2016 р. – 63,82%, 2017 р. – 64,58%, 2018 р. – 65,01%, 2019 р. – 65,32%). Частка мінеральних вод була високою протягом 2016-2019 рр. (2016 р. – 13,52%, 2017 р. – 12,67%, 2018 р. – 12,10%, 2019 р. – 12,02%).

Частка пива зросла в 2019 році у порівнянні з 2018 роком на 0,31% в загальному обсязі експортованої продукції ПрАТ «Оболонь».

Таблиця 2.12 – Товарна структура експорту продукції ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр., %

Вид продукції	Рік				Абсолютне відхилення, +/-		
	2016	2017	2018	2019	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
1	2	3	4	5	6	7	8
Слабоалкогольні напої	6,14	6,65	6,46	6,07	-0,19	-0,39	-0,58
Безалкогольні напої	7,43	7,88	7,80	8,03	-0,08	0,23	0,15
Пиво	63,82	64,58	65,01	65,32	0,43	0,31	0,74
Мінеральна вода	13,52	12,67	12,10	12,02	-0,57	-0,08	-0,65
Сидр	9,09	8,22	8,64	8,56	0,42	-0,08	0,34
Всього	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕД*

Експортна діяльність підприємства ПрАТ «Оболонь» є досить широкою та налічує 52 країни світу, серед яких лідерами (за вартістю реалізованої продукції) є Росія (73%), Білорусь (15,9%), Німеччина (3,4%), Польща (2,9%), інші – (4,1%) [51] (рис.2.10).



Рисунок 2.10. Мапа експорту продукції ПрАТ «Оболонь», 2019 р.

*Джерело: [51]*

Після 2015 року продажі на закордонних ринках (Росія, Білорусія) зменшилися через прийняття протекціоністських законодавчих актів урядами цих країн. Частка збуту ПрАТ «Оболонь» в 2019 році зросла на промисловому ринку, зокрема в сегменті HoReCa, ексклюзивної дистриб'юції та фірмової торгівлі [51].

Перспективні країни для експорту пива наведено в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13 – Перспективні країни для експорту пива

Країна	Імпорт, 2018 р.		Імпорт, 2019 р.	
	тис. тон	млн\$	тис. тон	млн\$
1	2	3	4	5
<b>Європейській союз*</b>	<b>5 244,7</b>	<b>4 387,2</b>	<b>5 328,3</b>	<b>4 453,7</b>
Франція	876,9	984,0	958,8	1 016,9
Італія	696,5	675,8	707,3	639,3
Німеччина	717,7	522,7	727,7	517,2
Нідерланди	501,5	435,7	595,5	467,7
Іспанія	495,6	338,2	487,7	331,4
<b>Країни Азії</b>	<b>1 989,5</b>	<b>1 909,7</b>	<b>1 857,9</b>	<b>1 796,1</b>
Китай	826,1	904,4	738,4	820,0
Республіка Корея	388,0	309,7	360,1	280,9
Тайвань	193,9	186,9	211,9	197,7
Сінгапур	97,0	139,5	107,7	146,1
Гонконг	161,6	125,7	147,3	118,5
<b>Країни Африки</b>	<b>481,3</b>	<b>505,1</b>	<b>627,5</b>	<b>596,2</b>
ЮАР	122,3	161,8	192,1	242,5
Ботсвана	93,6	25,9	165,0	45,5
Екваторіальна Гвінея	37,1	31,1	45,5	33,7
Замбія	35,2	23,6	48,9	30,0
Мозамбік	12,4	13,2	34,2	20,8
<b>Країни Близького Сходу **</b>	<b>206,5</b>	<b>289,2</b>	<b>167,8</b>	<b>273,5</b>
ОАЕ	107,2	100,5	122,9	94,7
Бахрейн	21,6	19,4	28,7	25,5
Оман***	14,7	11,1	13,8	14,6
Туреччина	10,9	14,5	9,6	12,3
Ліван	19,4	12,5	17,0	11,2

Примітка: \*з урахуванням взаємної торгівлі між країнами ЄС, \*\* найбільшу частку в структурі поставок займало безалкогольне пиво, \*\*\* «дзеркальні дані»

Джерело: [74]

Динаміка середніх імпорتنих цін на пиво основних країн-імпортерів, 2015-2019 рр. наведена на рис.2.11.

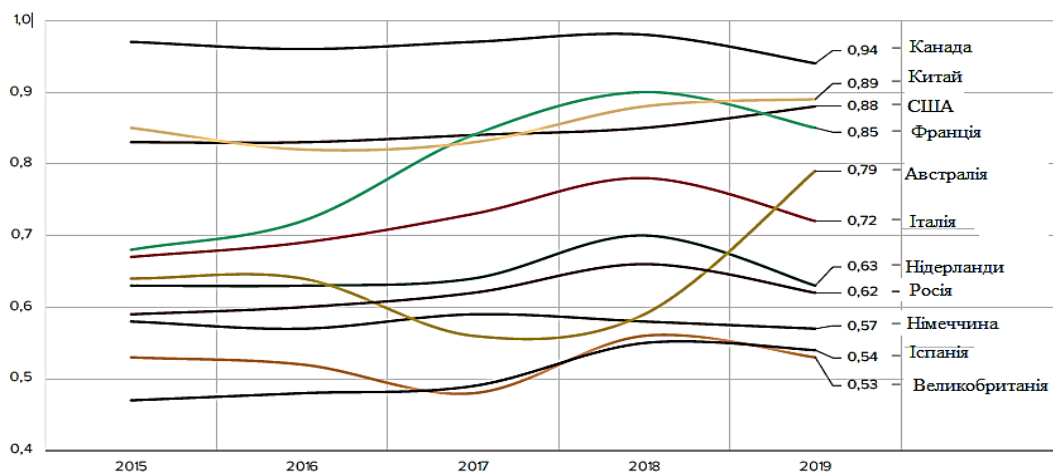


Рисунок 2.11. Динаміка середніх імпорتنих цін на пиво основних країн-імпортерів, 2015-2019 рр., \$ / л (базис CIF)

Джерело: [75]

Роздрібні ціни на пиво по країнам і видам упаковки, 2015-2019 рр. наведено в таблиці 2.14.

Таблиця 2.14 – Роздрібні ціни на пиво за країнами і видами упаковки, 2015-2019 рр., \$ / Л \*

Країна	Тип упаковки	2015	2016	2017	2018	2019
Бразилія	Скляна пляшка	6,18	5,75	5,58	5,71	5,96
	Жерстяна банка	2,90	2,69	2,61	2,68	2,79
	Еко-упаковка	0,71	0,73	0,71	0,74	0,76
Китай	Скляна пляшка	7,39	7,13	7,25	7,62	7,73
	Жерстяна банка	6,22	6,00	6,10	6,41	6,50
Німеччина	Скляна пляшка	2,52	2,47	2,55	2,52	2,46
	Жерстяна банка	2,43	2,38	2,46	2,43	2,38
	Пластикова пляшка	0,73	0,72	0,74	0,73	0,72
	Еко-упаковка	0,52	0,52	0,54	0,56	0,58
Мексика	Скляна пляшка	4,37	3,94	3,56	3,56	3,84
	Жерстяна банка	2,16	1,95	1,76	1,76	1,90
Росія	Скляна пляшка	4,46	4,50	4,69	4,95	4,70
	Кеги	4,65	4,68	4,88	5,15	4,89
	Жерстяна банка	3,38	3,41	1,56	1,65	1,56
	Пластикова пляшка	1,49	1,50	1,56	1,65	,156
США	Скляна пляшка	3,62	3,63	3,69	3,73	3,85
	Жерстяна банка	2,52	2,53	2,57	2,60	2,68
	Еко-упаковка	0,95	0,97	0,99	1,01	1,04

*Примітка: за гіпермаркетами, супермаркетами, мінімаркетами, без ресторанів, пабів*

*Джерело: [75]*

Як показують дані, найдорожчий сегмент продукції – пиво у скляних пляшках (через достатньо вартісну ціну на скло, та переробку скла), найдешевший, а отже і більш конкурентніший є сегмент еко-упаковки.

У ПрАТ «Оболонь» достатньо резервів та можливостей (виробничі потужності, кваліфікація персоналу, договори поставки, міжнародні сертифікати якості, дозволи, ліцензії, при складанні нормативно-правової бази в частині вимог до продукції, що імпортується ПрАТ «Оболонь» орієнтуються на законодавство США і країн Європейського союзу) для розширення географії експорту своєї продукції.

### 2.3. Оцінка стану експортного потенціалу ПрАТ «Оболонь»

Можливо виділення чотирьох відділів, що займаються забезпеченням комерційної діяльності імпоротної та експортної продукції підприємства ПрАТ «Оболонь», розділених за функціональною ознакою. Відділ комерційний займається реалізацією продукції на експорт, а також на внутрішній ринок і структурований за видами продукції. Відділ маркетингу і юридичний повною мірою забезпечує виконання маркетингових функцій і ведення договірної роботи, у тому числі імпоротно-експортних контрактів. Відділ логістики займається митним оформленням імпоротно-експортних поставок, а також управлінням логістичними процесами.

Існуюча функціональна схема організації міжнародної економічної діяльності на ПрАТ «Оболонь» наведена на рис.2.12.

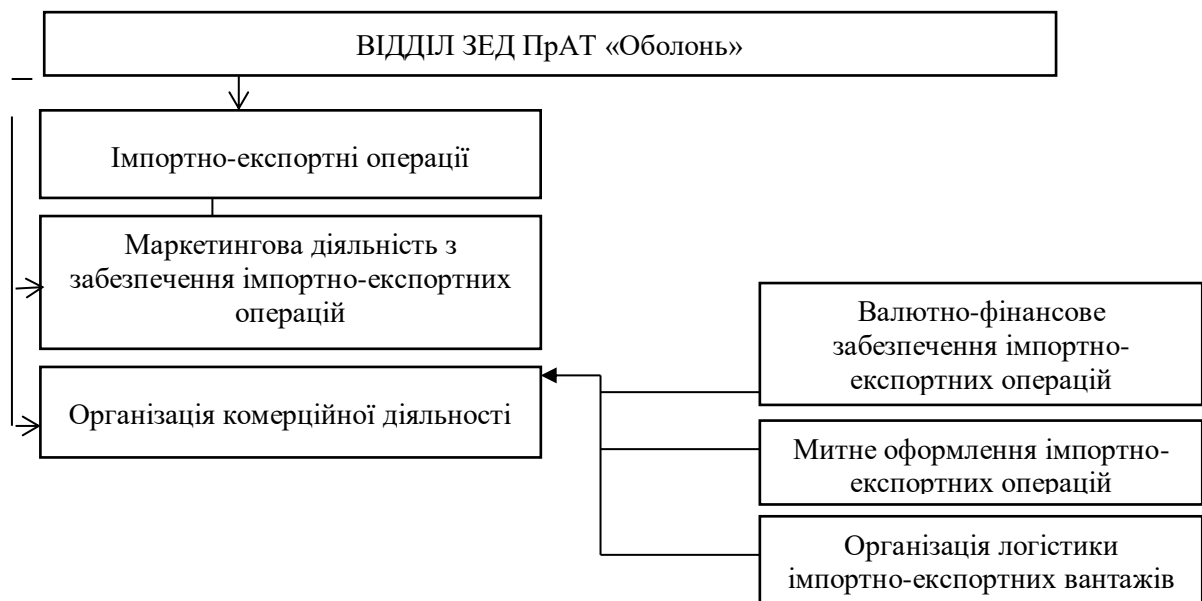


Рисунок 2.12. Існуюча функціональна схема організації міжнародної економічної діяльності на ПрАТ «Оболонь»

*Джерело: складено автором на підставі інформації ПрАТ «Оболонь»*

Щодо планування імпоротно-експортних операцій, то функцію їх планування покладено на керівника відділу ЗЕД та підпорядковані йому структурні підрозділи. Як бачимо з рис. 2.12, окремого відділу планування в межах здійснення міжнародної економічної діяльності підприємством не існує. Тому всі тактичні та стратегічні плани розробляються в межах

загальної стратегії розвитку ПрАТ «Оболонь» в межах повноважень і функцій керівників відповідних підрозділів.

Етапи здійснення процесу планування імпортно-експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» в межах планування загальної стратегії розвитку підприємства наведено на рис. 2.13.

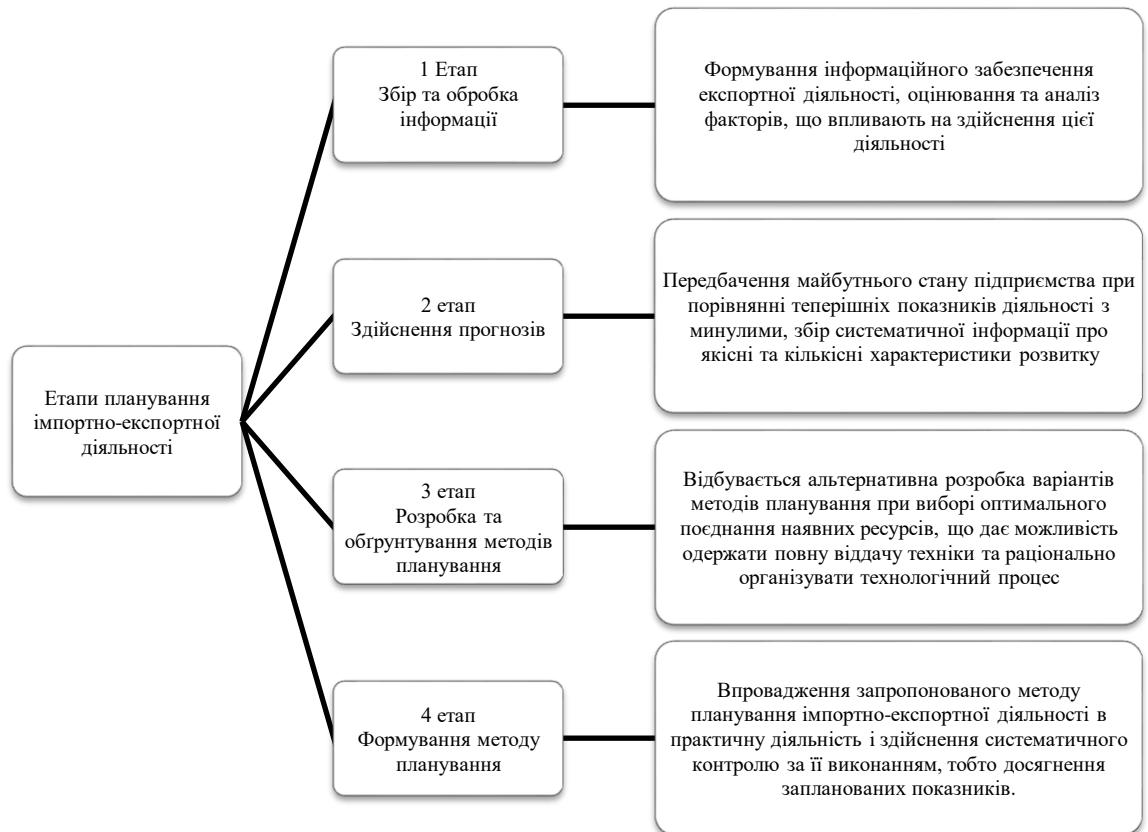


Рисунок 2.13. Етапи планування міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» в межах планування загальної стратегії розвитку підприємства

*Джерело: складено автором на основі інформації ПрАТ «Оболонь»*

Керівництвом ПрАТ «Оболонь» була обрана стратегія диверсифікації в експортній діяльності, яка формується та реалізується в межах загальної стратегії розвитку ПрАТ «Оболонь» (рис.2.14).

Співробітників, котрі відповідальні за реалізацію стратегії диверсифікації ЗЕД, стимулюють наступним чином: «надбавка в розмірі 3% від суми окладу. Вона виплачується з Фонду економічного стимулювання при виконанні підприємством плану. При успішній реалізації 5-ти угод співробітникам відділу зовнішньоекономічних зв'язків призначається надбавка в розмірі 1,2% від суми окладу, котра діє на протязі поточного

року; за успішну реалізацію зовнішньоекономічного контракту одноразово виплачується премія в розмірі 2% від суми окладу; перспективи кар’єрного росту» [51].



Рисунок 2.14. Етапи розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором на основі інформації ПрАТ «Оболонь»

Наведений перелік інструментів стимулювання персоналу передбачено колективним договором ПрАТ «Оболонь». Даний договір переглядається та затверджується щороку, але інструменти стимулювання та умови їх застосування залишаються незмінними. Крім того, дія даного договору розповсюджується на всіх співробітників підприємства. Відповідно до цього, комплекс заохочень та стимулів не є гнучким і зовсім не враховує специфіку діяльності пов’язаної зі стратегічним плануванням.

Здійснимо порівняння обсягу експорту продукції ПрАТ «Оболонь» та його основних конкурентів в табл.2.15.

Таблиця 2.15 – Порівняння обсягу експорту продукції ПрАТ «Оболонь» та його основних конкурентів, 2019 рік

Показник	Підприємства		
	ПрАТ «Оболонь»	ПрАТ «Карлсберг Україна»	ПрАТ «САН ІнБев Україна»
1	2	3	4
Експорт продукції, тис. грн.	3102954	2218289	620311
Сукупний дохід від реалізації продукції, тис. грн.	5466148,0	8215886,0	4430796
Частка ринку щодо експорту продукції,%	57	27	14

Продовження таблиці 2.15

1	2	3	4
Кількість країн експортування продукції	52	47	50
Кількість ТМ продукції, представлених на експорт	27	21	17

*Джерело: складено автором на основі даних ПрАТ «Оболонь» та відкритих джерел інформації*

Як видно з табл.2.15, ПрАТ «Оболонь» займає лідируючі положення за всіма наведеними показниками експорту продукції.

Проаналізуємо ефективність здійснення міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр. Вихідна інформація для аналізу показників ефективності міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр. наведена в таблиці 2.16.

Аналізуючи дані таблиці 2.16, перш за все слід зазначити, що на підприємстві протягом останніх чотирьох років спостерігається позитивне торговельне сальдо, тобто відбувається перевищення експорту продукції над імпортом. Питома вага експорту продукції в сумі доходу від реалізації продукції становить в середньому за чотири роки 55,7%. Більше того, вона зростає достатньо швидкими темпами. Так, в 2016 році питома вага експорту продукції в сумі доходу від реалізації продукції становить 54,8%, в 2017 році - 55,2%, а в 2019 році – 56,8%. Це свідчить про тенденцію зростання обсягів продажу продукції за кордон, і, в свою чергу, сигналізує про більшу привабливість зарубіжних ринків для ПрАТ «Оболонь».

Питома вага імпорту продукції в структурі собівартості реалізованої продукції в середньому за чотири роки склала 0,22%. В 2019 році питома вага імпорту продукції в структурі собівартості продукції становить 0,5%, що на 0,3% більше за показник 2018 року. Це свідчить про зростаючу тенденцію підприємства на імпорт продукції.

Таблиця 2.16 – Вихідна інформація для аналізу показників ефективності міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр.

Показник	Рік				Відхилення					
					2017/2016		2018/2017		2019/2018	
	2016	2017	2018	2019	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %	абс-не	темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Експорт продукції, тис. грн.	2363510,0	2638152,0	2843714,0	3102954,0	274642,0	11,6	205562,0	7,8	259240,0	9,1
Сукупний дохід від реалізації продукції, тис. грн.	4310214,0	4777539,0	5078764,0	5466148,0	467325,0	10,8	301225,0	6,3	387384,0	7,6
Питома вага експорту продукції в сумі доходу від реалізації, %	54,8	55,2	56,0	56,8	0,4	0,7	0,8	1,4	0,8	1,4
Продукція щодо імпорту, тис. грн.	322,2	5895,0	9426,3	21403,5	5572,8	1729,8	3531,3	59,9	11977,2	127,1
Вартість імпортованої продукції на внутрішньому ринку, тис. грн.	1374,2	12436,3	20489,3	37543,5	11062,1	805,0	8053,0	64,8	17054,2	83,2
Собівартість реалізованих послуг, тис. грн., в тому числі:	3290800,0	3887847,0	4292370,0	4277833,0	597047,0	18,1	404523,0	10,4	-14537,0	-0,3
собівартість експортованої продукції, тис. грн.	1804513,4	2146865,0	2403394,3	2428386,3	342351,7	19,0	256529,3	11,9	24992,0	1,0
Питома вага імпорту в структурі собівартості реалізованої продукції, %	0,01	0,2	0,2	0,5	0,1	1448,8	0,1	44,8	0,3	127,8

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕЗ

Динаміка показників ефективності міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр. наведена в табл.2.17. При розрахунку показників ефективності міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» було використано формули, що наведені у першому розділі дипломної роботи.

Таблиця 2.17 – Динаміка показників ефективності міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2016-2019 рр.

Показник	Рік				Відхилення					
	2017/2016		2018/2017		2019/2018					
	абс-не	темприсросту, %	абс-не	темприсросту, %	абс-не	темприсросту, %	абс-не	темприсросту, %	абс-не	темприсросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ефект експортних операцій	55899 6,6	49128 7,0	44031 9,7	67456 7,7	- 6770 9,7	-12,1	- 5096 7,3	-10,4	23424 8,0	53,2
Ефект імпорту операцій	1052,0	6541,4	11063,0	16140,0	5489,3	521,8	4521,7	69,1	5077,0	45,9
Ефективність експортних операцій	1,31	1,23	1,18	1,28	-0,08	-6,18	-0,05	-3,71	0,09	7,99
Ефективність імпорту операцій	4,3	2,1	2,2	1,8	-2,2	-50,5	0,1	3,0	-0,4	-19,3

*Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства та даних відділу ЗЕЗ*

Згідно даних таблиці 2.17, ефект експорту продукції протягом досліджуваного періоду зростає та становить на кінець 2019 р. 674567,7 тис грн, що на 234248 тис грн. (або на 53,2%) більше за показник 2018 р. Ефект імпорту продукції зростає. Так, в 2018 р. він становив 11063 тис грн., а в 2019 р. він зріс на 5077 тис. грн (або 45,9%) та становив 16140,0 тис грн. Як видно з розрахунків, ефективність експорту продукції протягом досліджуваного

періоду була більша за 1, що говорить про те, що реалізація продукції на зовнішньому ринку є вигіднішою для ПрАТ «Оболонь» порівняно з реалізацією всередині країни.

Організація експортних операцій ПрАТ «Оболонь» протягом 2016-2019 рр. є достатньо ефективною, але, для реалізації всіх можливостей підприємства, щодо розвитку міжнародної економічної діяльності, необхідно вирішити проблеми в організації та плануванні міжнародної економічної діяльності, здійснювати орієнтацію на нові вимоги споживачів.

Для виявлення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз ПрАТ «Оболонь» проведено SWOT-аналіз (табл. 2.18).

Таблиця 2.18 – SWOT-аналіз ПрАТ «Оболонь»

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
	<p>Досвід роботи компанії на ринку</p> <p>Стабільне збільшення обсягів реалізації продукції</p> <p>Орієнтація на широке коло споживачів</p> <p>Висока якість продукції</p> <p>Ціни нижчі, ніж на аналогічні товари конкурентів</p> <p>Великий досвід підприємства в даній сфері</p> <p>Виробничі потужності</p> <p>Кваліфікація персоналу</p> <p>Наявність міжнародних договорів поставки</p> <p>Наявність надійних міжнародних торгових партнерів</p> <p>Наявність міжнародних сертифікатів якості, дозволів, ліцензій</p> <p>При складанні нормативно-правової бази в частині вимог до продукції, що імпортується ПрАТ «Оболонь» орієнтуються на законодавство США і країн Європейського союзу</p>	<p>Вузкий асортимент продукції, та нестача групи товарів з низьким рівнем цін</p> <p>Відсутність екологізації виробництва</p> <p>Відсутність новинок - товарів, які якісно відрізняються від товарів конкурентів</p> <p>Неефективна реклама даного підприємства та його продукції</p> <p>Відсутність чіткого образу продукції, який би запам'ятовувався</p>

Продовження таблиці 2.18

Можливості (О)	SO-стратегія	WO-стратегія
<p>Реалізація нової продукції та її реклама на телебаченні</p> <p>Встановлення нового, більш інноваційного обладнання</p> <p>Проведення таких видів реклами, як sales promotion; sampling</p> <p>Вихід на нові географічні ринки</p> <p>Екологізація виробництва</p> <p>Знаходження нових надійних міжнародних торгових партнерів</p> <p>Збільшення кількості друкованої реклами, великих кольорових плакатів, реклами на телебаченні та радіо</p>	<p>Розширення номенклатури продукції</p> <p>Екологізація виробництва</p> <p>Розвиток системи персональних продажів для оптових покупців продукції</p> <p>Експорт готової продукції, співпраця з іноземними дистриб'юторами</p> <p>Відкриття регіональних мереж в Україні, співпраця з постачальниками в регіонах а також вартість сировини може бути дешевшою, що дозволить знизити ціну на продукцію</p> <p>Створення форми зворотнього зв'язку з існуючими клієнтами для залучення нових великих клієнтів як в Україні так і за її межами</p>	<p>Створення і поширення безкоштовних рекламно-інформаційних матеріалів про діяльність компанії та проведення рекламної кампанії</p> <p>Підвищення ефективності діяльності відділу маркетингу та реклами на підприємстві</p> <p>Збільшення ринкової частки компанії за рахунок реалізації нових товарів і завоювання нових сегментів ринку»</p>
Загрози (Т)	ST-стратегія	WT-стратегія
<p>Зростання ввізного мита на деякі товари</p> <p>Прихід сильних конкурентів</p> <p>Погіршення економічної ситуації</p> <p>Збільшення цін на сировину</p> <p>постачальників</p> <p>Зміни у законодавстві</p>	<p>Екологізація виробництва</p> <p>Вдосконалення системи збуту продукції шляхом впровадження інновацій</p> <p>Створення системи обліку зі зниження витрат</p>	<p>Розширення каналів товароруку</p> <p>Створення системи зворотного зв'язку з клієнтами компанії</p> <p>Розвиток технологій збуту продуктів внаслідок здійснення інноваційних програм</p>

*Джерело: складено автором*

З метою усунення загроз з боку конкурентних сил пропонується ПрАТ «Оболонь» розробляти нові види продукції, нові акції і спеціальні пропозиції, впроваджувати екологізацію у виробництво продукції, що в свою чергу приверне нових клієнтів і допоможе утримати вже наявних клієнтів. В цілому, аналіз діяльності ПрАТ «Оболонь» показав, що досліджуване підприємство займає стійке положення на ринку України, і має ряд можливостей для покращення своїх конкурентних переваг.

## Висновки до розділу 2

1. ПрАТ «Оболонь» є одним із найбільших українських виробників пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, а також питної води. ПрАТ «Оболонь» в 2019 році підвищило показники своєї фінансово-господарської діяльності та є прибутковим і рентабельним підприємством. Аналіз діяльності ПрАТ «Оболонь» показав, що досліджуване підприємство займає стійке положення на ринку України, і має ряд можливостей для покращення своїх конкурентних переваг.

2. ПрАТ «Оболонь» здійснює міжнародну економічну діяльність у розрізі як експортних, так і імпорتنих операцій. ПрАТ «Оболонь» реалізує 43% своєї продукції на внутрішніх ринках, 57% на зовнішніх ринках станом на кінець 2019 року. Частка пива зросла в 2019 році у порівнянні з 2018 роком на 0,31% в загальному обсязі експортованої продукції ПрАТ «Оболонь». Експортна діяльність ПрАТ «Оболонь» є досить широкою та налічує 52 країни світу.

3. На підприємстві протягом останніх чотирьох років спостерігається позитивне торговельне сальдо, тобто відбувається перевищення експорту продукції над імпортом. Ефективність експорту продукції протягом досліджуваного періоду була більша за 1, що говорить про те, що реалізація продукції на зовнішньому ринку є вигіднішою для ПрАТ «Оболонь» порівняно з реалізацією всередині країни. В цілому, аналіз діяльності ПрАТ «Оболонь» показав, що досліджуване підприємство займає стійке положення на ринку України, і має ряд можливостей для покращення своїх конкурентних переваг як на національному так і на міжнародному ринках.

## 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### ПрАТ «Оболонь»

#### 3.1. Розроблення проекту з екологізації упаковки

Згідно з опитуванням, проведеним ІТС Trade, більше половини споживачів заявили, що вони вважають за краще купувати товари у компанії з сильною екологічною репутацією. Якщо підприємство несе відповідальність за скорочення викидів вуглекислого газу і віддає перевагу екологічно чистій упаковці, то воно обов'язково приверне значну кількість клієнтів [74]. 21% споживачів, опитаних іншою дослідницькою компанією - USDA, заявили, що віддадуть перевагу брендам, які чітко сформулюють дані про стійкість (поняття стійкості упаковки включає оцінку її життєвого циклу, можливість переробки і повторного використання; перевага віддається упаковці, яка зменшує вплив на навколишнє середовище) на пакувальному матеріалі і звернуть увагу на фактор стійкості в своєму маркетингу [76]. З іншого боку, важливо розуміти, що клієнти, у яких бренд асоціюється з концепцією стійкості, досить лояльні до нього і частіше купують продукти даного бренду.

У міру того, як люди все більше усвідомлюють, який руйнівний вплив надає сучасне суспільство на планету, кількість прихильників руху на захист навколишнього середовища, збільшується. І представники цієї швидкозростаючої групи віддадуть перевагу продуктам компаній, які вибирають екологічну упаковку.

На рис.3.1 представлені критерії, на які спирається споживач при виборі того чи іншого сорту пива/слабоалкогольної продукції.

З проведеного опитування слід зробити висновок, що до найбільш важливих критеріїв при виборі пива/слабоалкогольної продукції відносяться його товарна марка (так відповіли 40% респондентів), далі йде ціна пива, за цю відповідь проголосувало 32% опитаних, на третьому місці, при виборі

даної продукції слугує її упаковка (так сказали 16% опитаних).

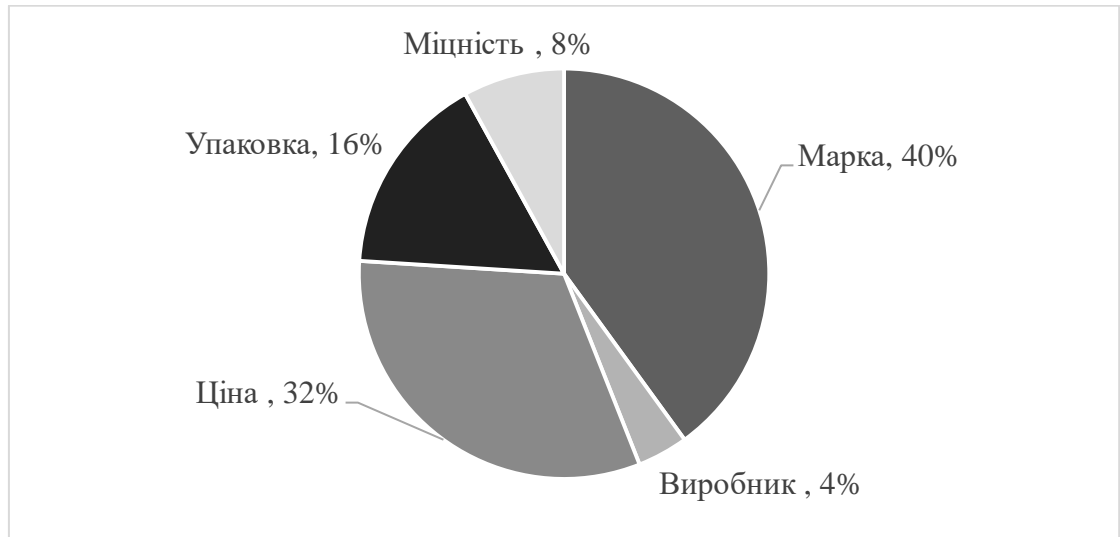


Рисунок 3.1. Критерії вибору пива/слабоалкогольної продукції споживачами

*Джерело: складено автором за [76]*

Слід зазначити, що дані критерії вибору однаково важливі як для жінок, так і для чоловіків [76].

На рис. 3.2 представлений вид бажаної респондентами упаковки продукції.

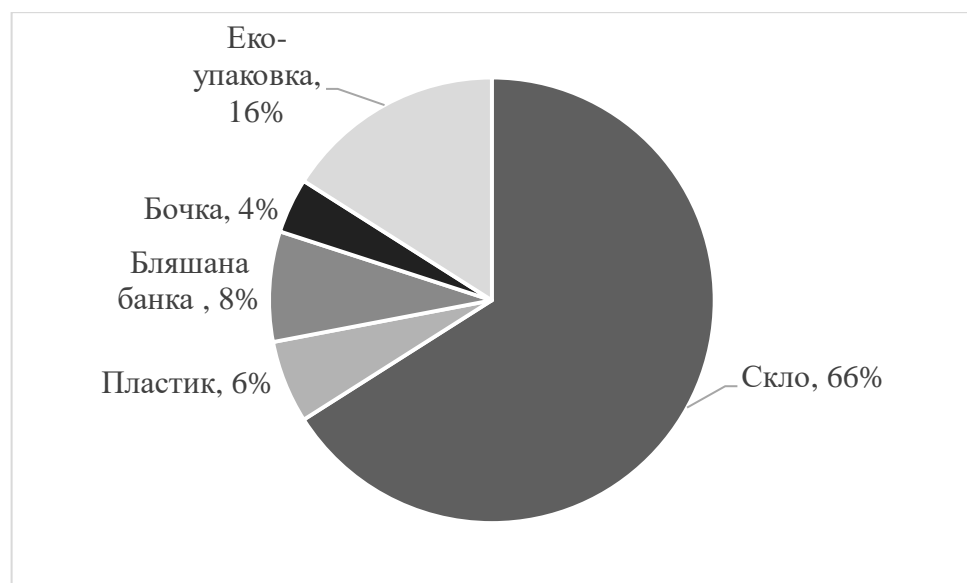


Рисунок 3.2. Вид бажаної респондентами упаковки продукції, %

*Джерело: складено автором за [76]*

Як видно з рис. 3.2, найпопулярнішою упаковкою для більшості респондентів (66%) залишається скляна пляшка. Серед опитаних респондентів пити пиво/слабоалкогольну продукцію з еко-упаковки воліє 16%. Така упаковка, як бляшана банка, набирає лише 8%. На підставі цього можна зробити висновок, що даний вид споживчої упаковки не став популярним серед споживачів. Всього 4% респондентів купують пиво в бочках. Це також потверджує непопулярність даного виду споживчої упаковки серед респондентів [76].

Попит споживачів на екологічні варіанти упаковки зростає, і власники брендів віддають перевагу матеріалам і методам виробництва упаковки, які надають менший вплив на екологію. В даний час велика кількість компаній прагнуть екологізувати упаковку своєї продукції. Захист навколишнього середовища - це умовна повістка нашого часу, яка, як бонус до бізнесу, являє собою ефективний маркетинговий хід і економить матеріали на виробництві.

Перевагами екологічної упаковки є [25]:

- зменшення вуглецевого сліду. Біорозкладна упаковка для навколишнього середовища, оскільки вона зроблена з перероблених відходів, що знижує споживання ресурсів.

- проста утилізація. Тип використовуваної упаковки може відрізнитися, але зазвичай вони придатні для компостування або вторинної переробки.

- здатність до розпаду матеріалів. Зелена упаковка не тільки скорочує вуглецевий слід, але і не псує навколишнє середовище. Матеріал швидко розкладається і не складається в лісах і водоймах.

- універсальність і гнучкість. Що б ви не хотіли розфасувати, від м'яса до електронних пристроїв, суть буде та ж - екологічно чистий тип упаковки, який задовольнить запит суспільства і знизить витрати.

- підняття іміджу бренду. Екологічна упаковка створює хороше враження про компанію, оскільки демонструє її турботу про навколишнє середовище, а також показує, що воно є відповідальним підприємством.

Недавнє дослідження показало, що 78% клієнтів у віці від 18 до 72 років позитивно ставляться до продукту, упаковка якого складається з перероблених предметів.

– зниження вартості виробництва. Зниження кількості сировини, що використовується для упаковки продуктів, знижує вартість доставки і вимагає менше трудовитрат.

Комплексним рішенням для розвитку міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» є впровадження напою у новій, екологічній та економічній упаковці з сучасним дизайном. Реалізацію продукцію в екоупаковці пропонується здійснювати вже на знайомому ПрАТ «Оболонь» ринку Німеччини, оскільки у підприємства вже налагоджена співпраця з надійним німецькими партнерами, є в наявності міжнародні договори поставки між нашими країнами, міжнародні сертифікати якості, дозволи, ліцензії, при складанні нормативно-правової бази в частині вимог до продукції, що імпортується ПрАТ «Оболонь» орієнтуються на законодавство країн Європейського союзу.

Зокрема, пропонується впровадити пляшку з паперу, по типу «GreenBottle» («зелена» пляшка) для нового виду напою, що наразі випускається заводом, та планується на експорт у 2021 р., а саме безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок».

«GreenBottle» - коробка зроблена з 100% переробленого картону. Виробляються так само як і комірчасті коробки для яєць. Упаковку можна переробляти або компостувати. Ємність, що дозволяє скоротити використання полімеру для її виготовлення на 90-95%, складається з двох частин, сплавлених найтоншим шаром PLA (полімолочної кислоти), який утворює бар'єр між рідиною і повітрям [70] (рис.3.3).

Кришка не відкручується, а відривається. Одна її частина використовується для повторного закривання, друга прикріплюється до колечка для пальця. Ця пляшка підходить для різних видів рідких продуктів: води, соку, смусі і багато чого іншого. Завдяки перепроєктуванню

виробничого процесу та вдосконаленню маркетингових заходів підприємство приверне увагу споживачів до продукції.



Рисунок 3.3. Макет пляшки з паперу, по типу «GreenBottle» («зелена» пляшка)

*Джерело: [70]*

Новий вид упаковки дозволить ПрАТ «Оболонь»:

- зменшити матеріальні витрати, що позитивно впливатиме не лише на результати діяльності підприємства, а й на навколишнє середовище;
- вдосконалити виробничі бізнес-процеси за рахунок впровадження нового інноваційного обладнання;
- вдосконалити маркетингові бізнес-процеси, зокрема новим інструментом реклами стане упаковка, а також відбуватиметься залучення працівників маркетингового відділу до вдосконалення бізнес-процесів, зокрема дизайнери, працюватимуть над новим дизайном упаковки.

Також даний захід дозволить вирішити такі проблеми ПрАТ «Оболонь»: збільшиться дохід від експортної продукції (оскільки продукт є новим та привертає увагу), зменшаться витрати, підприємство посилить позиції на національному та міжнародному ринках.

Отже, доцільність впровадження продукції з новим форматом пляшки пояснюється тим, що в результаті впровадження даного заходу підприємство вирішить ряд проблем, що виникають на підприємстві завдяки підвищенню ефективності виробничих та маркетингових бізнес-процесів. Ефективність

маркетингових бізнес-процесів підвищиться за рахунок використання упаковки як інструменту реклами, а також зміни іміджу підприємства від виробника ретро-лінійки напоїв до виробника напоїв для молоді.

Встановлення нового обладнання дозволить реалізувати захід, та підвищити ефективність виробничих бізнес-процесів. Підприємство ПрАТ «Оболонь» не адаптоване під виробництво безалкогольних напоїв у паперовій пляшці. Впровадження запропонованого заходу передбачає зміну у витратах на виробництво нової продукції та закупку нового обладнання. Необхідно впровадити обладнання, яке забезпечить завершеність технології виробництва безалкогольного напою.

Для реалізації заходу було проаналізовано ряд варіантів закупки обладнання, серед яких:

- лінія розливу з повним комплектом обладнання, необхідного для виробництва напоїв;
- триблок, що виконує ряд операцій виробництва напою, що адаптується під додаткове обладнання.

Перший варіант є одним з найбільш дорогих та неефективних для ПрАТ «Оболонь». На ринку існує спеціальне інноваційне обладнання, що виконує ряд функцій: підготовка пляшки до розливу, розлив та нанесення етикетки. Даний вид обладнання заощаджує простір і одночасно забезпечує максимальну ефективність, забезпечує отримання вигоди від мінімальних операційних витрат та низьких загальних експлуатаційних витрат.

Сучасні триблоки мають ряд переваг [72]:

- дуже компактний дизайн машини: це заощаджує простір, на невеликій площі лише в одному блоці здійснюється виробництво, пакування та наповнення;
- велика простота експлуатації: короткі відстані для керуючого персоналу та централізованого управління всім апаратом;
- зменшення дефектів: виробництво здійснюється з мінімальним контактом машини та пляшки, що мінімізує кількість дефектів пляшки, а

інтелектуальна концепція приводу та керування зменшує час простою та кількість відмов.

– екологічність: обладнання виробляють з 100% перероблювальних матеріалів.

В Україні вартість триблоків сягає від 20000 дол. (близько 600000 грн). Ціна на обладнання коливається в залежності від продуктивності та додаткових вимог клієнтів до обладнання.

При аналізі обладнання було враховано специфічність форми упаковки, надається перевага обладнанню, що адаптоване під розлив як у малі так і великі за об'ємом пляшки. В результаті дослідження було знайдено оптимальне рішення закупки використовуваного обладнання за кордоном табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Вартість нового обладнання для ПрАТ «Оболонь», 2021 р.

Показник	Обладнання			
	1	2	3	4
Країна-продавець	Україна	Казань	Польща	Польща
Країна-виробник	Китай	Казань	Польща	Німеччина
Підприємство	VodograyMachine	Стандартпродмаш	ARROW	KHS
Модель	DXGF	DCGF	16/24/6	BSH-PL
Стан	нове	нове	б/в	б/в
Ціна, дол	20000	30000	5000	10700
Продуктивність, л/год	6000	8000	4000	7000

*Джерело: складено автором на основі відкритих джерел інформації*

Хоча з огляду на ефективність інвестицій найбільш доцільним є ARROW, він має низьку ціну та відносно високу продуктивність. Але серед запропонованого обладнання найбільш доцільно обрати KHS, оскільки даний виробник надійний, відомий у Європі, в тому числі на ПрАТ «Оболонь» наявне обладнання даного виробника. Німецький виробник KHS створює якісне та ефективне обладнання, що здатне служити довгий термін. Додатковою перевагою даного обладнання є те, що воно адаптоване під виробництво напоїв у пляшках різних форматів.

Оскільки дане обладнання закуповується за кордоном до витрат включатимуться митні збори, зокрема ввізне мито (табл. 3.2). Для розрахунку

ввізного мита обчислюють митну вартість.

Таблиця 3.2 – Витрати на податки та збори для закупівлі обладнання на ПрАТ «Оболонь» в плановому році, тис. грн

Показники	Значення
1. Митна вартість, в тому числі:	339,31
а) вартість обладнання	300,00
б) витрати на транспортування, вантажно-розвантажувальні роботи до пункту перетину митного кордону	24,31
в) витрати на страхування	15,00
2. Мито (ставка ввізного мита 2,5 %) [50]	8,48
3. ПДВ (ставка 20 %)	69,56
Загальна сума митних платежів	78,04

*Джерело: складено автором на основі відкритих джерел інформації*

Згідно з діючим законами обладнання для наповнення пляшок, їх закривання, закорковування або наклеювання на них етикеток, що використовується у харчовій промисловості, продуктивністю не більш як 12 тис. пляшок за годину має ставку ввізного мита на рівні 2,5% [50]. Додатково для випуску продукції у новій пляшці необхідно придбати спеціальну прес-форму для виробництва паперових пляшок.

У підсумку первісна вартість нового обладнання розраховується згідно з п. 8 П(С)БО 7 «Основні засоби». Перелік витрат для ПрАТ «Оболонь» зазначено у табл.3.3.

Таблиця 3.3 – Первісна вартість нового обладнання та прес-форми для ПрАТ «Оболонь» в плановому році

Витрати	Сума, тис. грн
1	2
Триблок	
1. Первісна вартість нового обладнання в тому числі:	504,66
1.1. Витрати на транспортування після ввезення	24,31
1.2. Витрати на транспортування, вантажно-розвантажувальні роботи до пункту перетину митного кордону	24,31
1.3. Витрати на страхування	15,00
1.4. Монтаж (10% вартості обладнання)	30,00
1.3. Роботи з підготовки фундаменту під обладнання ( 1% від вартості обладнання)	3,00
1.4. Вартість неврахованого обладнання (10% від вартості обладнання)	30,00
Прес-форма для виготовлення паперових пляшок	
2. Первісна вартість прес-форми, в тому числі:	19,20
2.1. Транспортні витрати	0,50
2.2. Вартість додаткових деталей для встановлення	0,10

*Джерело: складено автором на основі [51]*

Витрати на транспортування розраховані з урахуванням об'єму обладнання. Вартість перевезення з Польщі в Україну (Київ) становить 5000 грн за м<sup>3</sup> [73]. Габарити обладнання 2200мм\*1700мм\*2600 мм, загальний об'єм - 9,724 м<sup>3</sup>. Транспортні витрати поділяються на витрати на перевезення до кордону та витрати на транспортування після ввезення порівну, загальна їх сума складає 48,62 тис. грн. Сумарна первісна вартість подана в табл.3.4.

Таблиця 3.4 – Кошторисно-фінансовий розрахунок на нове обладнання для ПрАТ «Оболонь» на плановий рік

Назва нового обладнання	Ціна за од. без ПДВ та митного збору, тис. грн	Вартість обладнання з урахуванням податків та зборів, тис. грн	Витрати пов'язані з доведенням основних засобів до робочого стану, тис. грн	Первісна вартість нового обладнання, тис. грн
Триблок	300,00	378,04	126,62	504,66
Прес-форма	20,00	24	0,6	24,6
Всього	X	378,0413	126,62	529,26

*Джерело: складено автором*

Отже, з урахуванням усіх витрат та виплат для реалізації заходу необхідно витратити 529,26 тис. грн., з них 300 тис. грн. вартість самого обладнання, 20 тис грн. вартість прес-форми, 82,04 тис. грн. витрати на податки та збори, 126,62 тис. грн. необхідно сплатити для доведення обладнання до робочого стану.

На новому обладнанні пропонується виготовляти новий безалкогольний напій, що наразі випускається заводом, та планується на експорт у 2021 р., а саме безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок». Особливістю даного напою є низький вміст цукру (табл. 3.5).

Загальні витрати на напій «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок» складають 2348,2 грн на 100 дал.

Таблиця 3.5 – Розрахунок потреби в сировині для виробництва 100 дал безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок» на ПрАТ «Оболонь» в плановому періоді

Найменування	Одиниці вимірювання	Норма витрат на 100 дал продукції	Ціна, грн	Витрати на виробництво 100 дал продукції, грн
Цукор білий	кг	50	17	850,00
Ароматизатор "Композиція для купажу напою «Lemonissimo Lemonata»	кг	0,2	6000	1200,00
Натуральний карамельний колер	кг	0,3	50	15,00
Бензоат натрію	кг	0,14	84	11,76
Діоксид вуглецю	кг	3	55	165,00
Лимонна кислота	кг	0,88	35	30,80
Вода підготовлена (артезіанська)	л	945,48	0,08	75,64
Разом	грн	—	—	2348,20

*Джерело: складено автором на основі даних підприємства*

До собівартості продукції, окрім сировини також входять матеріали. Зокрема до матеріалів відносяться тара та пакувальні матеріали. Підприємство реалізує продукцію в упаковці «Lemonissimo Lemonata» в упаковці 1,5 л, Проте для порівняння було взято упаковку об'ємом 1 л, в який планується пакувати новий продукт з наступними параметрами (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Параметри пляшок для виробництва нового напою на ПрАТ «Оболонь» в плановому періоді

Параметри	Пляшка		Упаковка	
	Циліндрична	Прямокутна	Для циліндричної пляшки	Для прямокутної пляшки
Об'єм, л	1	1	6	8
Висота, см	29,5	22	29,5	22
Діаметр, см	8,5	—	—	—
Довжина, см	8,5	14,29	25,5	28
Ширина, см	8,5	3,50	17	14,29
Площа, см <sup>2</sup>	72,25	50	433,5	400

*Джерело: складено та розраховано автором*

Нова пляшка відрізнятиметься тим, що вона економніша, потребує менших витрат на пакування. Пляшка відповідає вимогам ДСТУ 4069:2016 «Напої безалкогольні. Загальні технічні умови». Відповідно до даного стандарту безалкогольні напої пакують у пляшки різної місткості та будь-

яких форматів, забезпечуючи мінімальний вплив на екологічний стан довкілля. Вимоги до пакування та кількості напою в одиниці пакування дозволено корегувати згідно з договором (контрактом).

Враховуючи нові параметри пляшки, на одиницю площі можна вмістити більшу кількість пляшок, внаслідок чого в упаковку можна помістити більшу кількість пляшок (табл. 3.7).

Таблиця 3.7 – Транспортні характеристики вантажів для напоїв

Параметри	EUR-палета (ДСТУ 9557-87)	Циліндрична пляшка	Прямокутна пляшка
1	2	3	4
Довжина, см	120	102	112,00
Ширина, см	80	68	71,43
Площа, см <sup>2</sup>	9600	6936	8000
Ефективність використання площі	1,00	0,72	0,83
Розміщення упаковок, шт*шт	—	4*4	4*5
Кількість упаковок, шт	—	16	20
Кількість пляшок, шт	—	96	160
Кількість пляшок на палеті (4 рівні), шт	—	384	640

*Джерело: складено та розраховано автором на основі відкритих джерел інформації*

Через зміну формату упаковки зміняться габарити вантажу. Це дозволить зекономити у витратах на закупку термоусадочної упаковки та стрейч-плівки для пакування вантажів. Зміни потреби у термозбіжній плівці відображено у табл. 3.8.

Таблиця 3.8 – Потреба у поліетиленовій термозбіжній плівці на 100 дал для упаковки продукції ПрАТ «Оболонь» у плановому періоді

Параметри	Площа термозбіжної плівки на упаковку		
	1,5 л	1 л циліндрична	1 л прямокутна
Ширина, мм	300	300	200
Довжина, м	1,4	1,20	1,05
Товщина, мкм	20	20	20
Вага, кг	0,007838	0,006624	0,003864
Вага, кг на 1000л	0,871	1,104	0,483

*Джерело: складено та розраховано автором на основі табл.3.6*

За результатами розрахунків можна визначити витрати на матеріали (табл. 3.9).

Таблиця 3.9 – Розрахунок потреби в матеріалах для виробництва 100 дал безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок» на ПрАТ «Оболонь» в плановому періоді

Найменування	Одиниці вимірювання	Норма витрат на 100 дал продукції	Ціна, грн	Витрати на виробництво 100 дал продукції, грн
1	2	3	4	5
Пляшка 1,5 л				
Преформа пляшки (0,42 г)	шт	1000	1,10	1100,00
Етикетка	шт	1000	0,23	234,34
Гофрокартон	м2	6,02	6	36,10
Термозбіжна плівка (30 см * 20 мкм)	кг	0,87	150,00	130,64
Стрейч-плівка (30 см * 25 мкм)	кг	1,37	110,00	150,22
Разом	грн	—	—	1651,30
Пляшка 1 л циліндрична				
Преформа пляшки (0,39 г)	шт	1000	0,90	900,00
Самоклеюча наклейка	шт	1000	0,10	100,00
Гофрокартон	м2	7,23	6	43,35
Термозбіжна плівка (30 см * 20 мкм)	кг	1,104	150,00	165,60
Стрейч-плівка (30 см * 25 мкм)	кг	0,98	110,00	107,53
Разом	грн	—	—	1316,48
Пляшка 1 л прямокутна				
Преформа пляшки (0,39 г)	шт	1000	0,90	900,00
Самоклеюча наклейка	шт	1000	0,10	100,00
Гофрокартон	м2	5	6,00	30,00
Термозбіжна плівка (25 см * 20 мкм)	кг	0,483	150,00	72,45
Стрейч-плівка (30 см * 25 мкм)	кг	0,47	110,00	52,21
Разом	грн	—	—	1154,66

*Джерело: складено та розраховано автором на основі табл..3.8*

Для виготовлення нової пляшки необхідна преформа 0,39 г для пляшок об'ємом 1 літр. При виробництві напою на заводі використовують етикетку. Нове обладнання та новий формат пляшки передбачає використання спеціальної самоклеючої наклейки для пляшки.

За рахунок використання нової пляшки підприємство отримає економію 12,29%, порівняно з витратами на літрову пляшку, які наразі виробляє завод, та 30,08% порівняно з 1,5 літровою. Загалом підприємство зекономить за рахунок нової пляшки 496,64 грн на кожних 100 дал напою. Це дозволить підприємству отримати додаткові надходження.

Продукція, що випускається заводом матеріаломістка. Основну частину витрат, що включають у собівартість, складають сировина та матеріали (рис. 3.4).

Основними витратами підприємства на продукцію є сировина для виробництва продукції. Також значну частину собівартості складає тара для виробництва продукції, тому зменшення цих витрат дозволить отримувати високі прибутки.

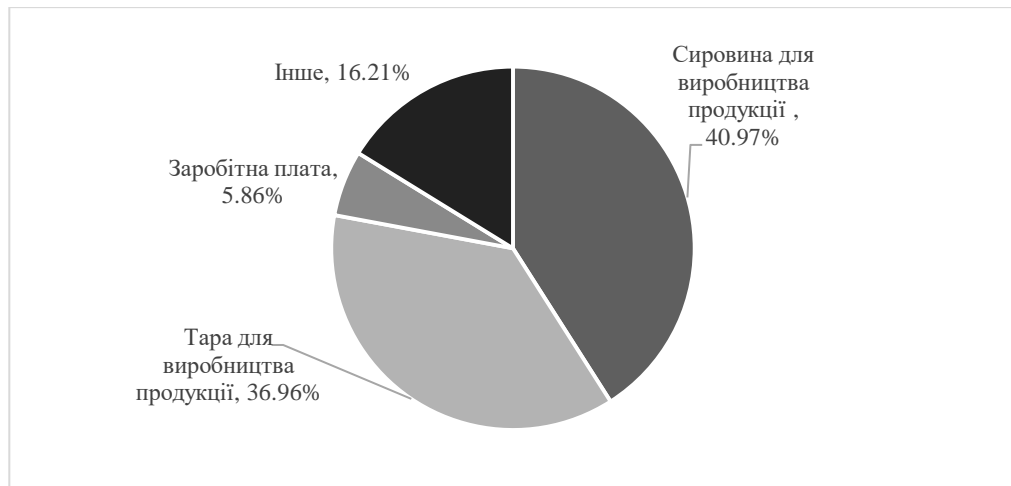


Рисунок 3.4. Структура витрат на виробництво продукції  
ПрАТ «Оболонь»

*Джерело: складено та розраховано автором на основі даних підприємства [51]*

Для налагодження триблока та приготування напоїв необхідно залучити вже працюючих працівників. Для роботи з обладнанням необхідні спеціальні знання, навички та досвід, тому необхідно залучити оператора лінії виробництва V розряду та контролера IV. Також на підприємстві у виробництві нового напою братиме участь вантажник, який здійснюватиме пакування за допомогою спеціального обладнання. Розрахунок заробітної плати працівників базується на виробничій програмі (табл. 3.10).

У 2021 році з відрахуванням святкових та вихідних днів нараховано 250 робочих днів. З них 50 днів планується на ремонт обладнання. Відповідно час роботи обладнання в рік становитиме 200 днів.

Таблиця 3.10 – Час роботи нового обладнання в плановому році на ПрАТ «Оболонь»

Обладнання за закріпленим асортиментом	Календарний фонд часу	Зупинки з причин			Всього зупинки	Кількість днів роботи обладнання, (гр.2 - гр.6)
		Вихідні і святкові	Ремонт обладнання			
			Поточний	Капітальний		
Триблок КНС	365	115	30	20	165	200

*Джерело: складено та розраховано автором*

За даними підприємства підприємство в середньому виробляє 346065,167 л напою одного виду об'ємом 1 літр для реалізації в Україні [51]. З огляду на даний показник планується виготовити 345000 літрів напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок». Сформована виробнича програма, що відображена в табл. 3.11.

Таблиця 3.11 – Виробнича програма з виробництва безалкогольного напою на ПрАТ «Оболонь» плановий рік

Найменування продукції	Добова потужність, дал	Коефіцієнт використання потужності	Фактичний добовий обсяг виробництва (гр.2*гр.3), дал	Річний обсяг виробленої продукції (гр.4 табл. 3.11 * гр.7 табл. 3.10), дал
1	2	3	4	5
«Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок»	5600	0,08	459,0	91800

*Джерело: складено автором на основі табл. 3.10*

Отже, підприємство має виготовити 91,8 тис. дал. нового напою протягом року. Як було вище зазначено у виробництві буде залучено двох працівників (табл. 3.12).

Таблиця 3.12 – Основна та додаткова заробітна плата працівників  
ПрАТ «Оболонь» в плановому періоді

Професія	Кількість робітників на зміну, чол	Тарифний розряд	Годинна тарифна ставка, грн.	Тривалість зміни, год.	Тарифний фонд, грн	Додаткова заробітна плата (20%), грн
Вантажник	1	III	29,29	8	46822,4	9364,48
Оператор лінії	1	V	38,88	8	62208,0	12441,6
Контролер	1	IV	33,90	8	54240,0	10848,0

*Джерело: складно автором на основі [69]*

При розрахунку заробітної плати враховуються мінімальні коефіцієнти міжрозрядних співвідношень для встановлення тарифних ставок робітникам за Галузевою угодою на 2021 рік (харчова та переробна промисловість). Необхідно також враховувати, що мінімальна заробітна плата станом на 2021 має становити 39,12 грн за годину (див.табл. 3.12).

Працівники підприємства отримують конкурентну заробітну плату, що мотивує працівників до якісного виконання обов'язків. Додатковою мотивацією є нарахування премії. До заробітної плати нараховуються також єдиний соціальний внесок (табл. 3.13).

Таблиця 3.13 – Сума нарахувань на заробітну плату робітників цеху розливу в плановому періоді

Ставка ЄСВ, %	Професія	Сума заробітної плати, грн	Сума відрахувань, грн
22	Вантажник	56186,88	12361,11
	Оператор лінії	74649,6	16422,91
	Контролер	65088	14319,36
Разом	—	195924,5	43103,39

*Джерело: складно автором на основі табл.3.12*

Дані витрати у розмірі включають до собівартості продукції за статтею «Відрахування на соціальні потреби». На основі отриманих даних можна здійснити планування собівартості продукції. До складу собівартості напою

«Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок» входять наступні витрати (табл. 3.14).

Таблиця 3.14 – Зведені витрати на виробництво і реалізацію безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок» в розрахунку на 100 дал на ПрАТ «Оболонь» в плановому періоді, грн

№	Статті калькуляції	Джерело даних для розрахунку	Сума до вprov. заходу	Сума після вprov. заходу	Відхилення	
					Абс., ±	Відн., %
1	Сировина та основні матеріали, в тому числі:	Сума пунктів 1.1, 1.2	4082,06	3502,86	-579,20	-14,19
1.1	Сировина для виробництва продукції (інгредієнти)	Табл.3.6	2348,20	2348,20	0,00	0,00
1.2	Допоміжні та таропакувальні матеріали (включаючи транспортно-заготівельні витрати 5%)	Табл. 3.9	1733,86	1154,66	-579,20	-33,41
2	Енергія на технологічні цілі		2,27	1,43	-0,84	-37,00
3	Витрати на оплату праці	Табл. 3.12	195,92	195,92	0,00	0,00
3.1	Основна заробітна плата	Табл. 3.12	163,27	163,27	0,00	0,00
3.2	Додаткова заробітна плата	Табл. 3.12	32,65	32,65	0,00	0,00
4	Відрахування до єдиного соціального фонду	Табл. 3.13	43,10	43,10	0,00	0,00
5	Витрати на підготовку і освоєння виробництва	10% від основної заробітної плати	0,00	16,32	16,32	0,00
6	Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	60% від основної заробітної плати	97,96	97,96	0,00	0,00
7	Загальновиробничі витрати	70% від основної заробітної плати	114,29	114,29	0,00	0,00
8	Виробнича собівартість	сума пунктів 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	4535,60	3971,88	-563,72	-12,43
9	Адміністративні витрати	10 % від виробничої собівартості	453,56	397,19	-56,37	-12,43
10	Витрати на збут	10 % від виробничої собівартості	453,56	397,19	-56,37	-12,43
11	Інші операційні витрати	8,5 % від виробничої собівартості	385,53	337,61	-47,92	-12,43
12	Всього повні витрати по підприємству	сума пунктів 8, 9, 10, 11	5828,25	5103,87	-724,38	-12,43

*Джерело: складено та розраховано автором*

Отже, загалом виробнича собівартість напою «Lemonissimo Lemonata

зі смаком лимон-огірок» становитиме 3971,88 грн на 100 дал готової продукції. Завдяки впровадженню нового обладнання та упаковки собівартість зменшилася на 12,43%. З кожних 100 дал напою підприємство зекономить 724,38 грн.

Внаслідок зменшення витрат збільшилася рентабельність продукції (табл. 3.15).

Таблиця 3.15 – Ціна реалізації пляшки 1 л безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок» в плановому періоді на національному та міжнародному ринках (ринок Німеччини), грн

№ п/п	Показники	«Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок»	
		До вprov. заходу	Після вprov. заходу
1	Виробнича собівартість	4535,60	3971,88
2	Адміністративні витрати	453,56	397,19
3	Витрати на збут	453,56	397,19
4	Інші операційні витрати	385,53	337,61
5	Повні витрати на 1000 л продукції	5828,25	5103,87
6	Норма рентабельності, %	3,70	18,30
7	Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	215,65	934,01
8	Відпускна ціна підприємства без ПДВ (гр.5+гр.7)	6043,89	6037,87
9	ПДВ (гр.8*0,2) (при ставці податку 20%)	1208,78	1207,57
10	Відпускна ціна з урахуванням ПДВ на внутрішньому ринку (гр.8+гр.9)	7252,67	7245,45
11	Відпускна ціна за 1 л. внутрішньому ринку, грн. (гр.10: 1000 л.)	7,25	7,25
Митні витрати та витрати на транспортування до Німеччини			
12	Витрати на транспортування, вантажно-розвантажувальні роботи до пункту перетину митного кордону з Німеччиною, на 1000 л продукції*	-	24,31
13	Витрати на страхування**	-	301,89
14	Мито (ставка ввізного мита 7,5 % :6037,87*0,075) [77]	-	452,84
15	Відпускна ціна підприємства на території Німеччини без ПДВ (гр.8+гр.12+ гр.13+ гр.14)	-	6816,91
16	ПДВ в Німеччині (гр.15*0,19) (при ставці податку 19%)	-	1295,21
17	Відпускна ціна з урахуванням ПДВ на території Німеччини (гр.15+гр.16)	-	8112,12
18	Відпускна ціна за 1 л. на території Німеччини, грн. (гр.17: 1000 л.)	-	8,11

*Джерело: складено автором та розраховано автором на основі даних підприємства*

\* умови поставки за Інкотермс 2020 (CIP - Carriage and Insurance Paid to (із зазначенням місця призначення))

Відпускну ціну для реалізації напоїв без ПДВ планується не змінювати. Внаслідок того, що продукція матеріаломістка, основні витрати на виробництво продукції складають сировина та матеріали, але за рахунок впровадження заходу підприємство отримає можливість значно підвищити рентабельність.

### **3.2. Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованого проекту**

Проведемо аналіз економічної доцільності впровадження запропонованих заходів з екологізації упаковки для продажу продукції ПрАТ «Оболонь» на території Німеччини. У результаті реалізації проекту підприємство отримає значний дохід та прибуток (табл.3.16). За оптимістичним прогнозом продажу 56,8% (оскільки станом на кінець 2019 року майже 57% від загального обсягу виробленої продукції підприємства реалізується на зовнішніх ринках – див.рис.2.8) виробленої продукції (918000 л.\*0,568=521424) дохід підприємства складе  $521424 * 8,11 / 1000 = 4228,74$  тис.грн. За реалістичним прогнозом продажу виробленої продукції (54,8% від виробленої продукції) складе  $503364 * 8,11 / 1000 = 4082,28$  тис.грн. За песимістичним прогнозом продажу виробленої продукції (52,8% від виробленої продукції) складе  $484704 * 8,11 / 1000 = 3930,94$  тис.грн.

Таблиця 3.16 – Дохід від реалізації проекту на ПрАТ «Оболонь» в плановому періоді, за різними сценаріями розвитку

Продукція	Річний обсяг проданої продукції на території Німеччини, л	Відпускну ціна на території Німеччини з ПДВ (табл.3.15), грн./л	Дохід від реалізації продукції, тис.грн	Прибуток на одиницю продукції (табл.3.15), грн./л
Оптимістичний прогноз	521424	8,11	4228,74	0,934
Реалістичний прогноз	503364	8,11	4082,28	0,934
Песимістичний прогноз	484704	8,11	3930,94	1,934

*Джерело: складено та розраховано автором*

Фінансові результати від реалізації запропонованих заходів для ПрАТ «Оболонь» за різних сценаріїв реалізації наведено в табл. 3.17 – 3.19.

Таблиця 3.17 – Фінансові результати реалізації запропонованих заходів для ПрАТ «Оболонь» за оптимістичним сценарієм реалізації

Параметр	Значення параметру по роках					
	0	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
Інвестиції, тис.грн	529,26					
Чистий дохід від реалізації послуг, тис.грн	-	4228,74	5285,93	6607,41	8259,26	10324,07
Собівартість продукції, тис.грн	-	5103,87	5205,95	5310,07	5414,19	5522,47
Валовий прибуток, тис.грн	-	-875,13	79,97	1297,34	2845,07	4801,60
Податок на прибуток підприємства (18 %), тис.грн.	-	-157,52	14,40	233,52	512,11	864,29
Чистий прибуток, тис.грн.	-	-717,61	65,58	1063,82	2332,96	3937,31
Амортизація, тис.грн.	-	1883,55	1188,44	749,85	473,13	298,52
Грошовий потік по проекту, тис.грн	-	1165,94	1254,02	1813,67	2806,08	4235,84
Коефіцієнт дисконтування при ставці дисконту $d = 50\%$	-	0,67	0,44	0,30	0,20	0,13
Дисконтовані грошові потоки, тис.грн.	-	777,29	557,34	537,38	554,29	557,81
Чиста теперішня вартість проекту (NPVt), тис.грн.	2454,85					
Індекс прибутковості (PI)	5,64					
Термін окупності інвестицій (PBP), років	0,89					
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %	126,29					

*Джерело: складено автором*

Отже, згідно табл. 3.17, індекс прибутковості за оптимістичним сценарієм становить 5,64 % - проект є ефективним. Період окупності проекту за оптимістичним сценарієм становить 0,89 років. Внутрішня норма рентабельності проекту за оптимістичним сценарієм становить 126,29 %. Отже, на підставі аналізу результативності реалізації запропонованих заходів для ПрАТ «Оболонь» можна зробити висновок, що даний проект є прибутковим за оптимістичним сценарієм розвитку.

Таблиця 3.18 – Фінансові результати реалізації запропонованих заходів для ПрАТ «Оболонь» за реалістичним сценарієм реалізації

Параметр	Значення параметру по роках					
	0	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
Інвестиції, тис.грн	529,26					
Чистий дохід від реалізації послуг, тис.грн	-	4082,28	5102,85	6378,56	7973,20	9966,50
Собівартість продукції, тис.грн	-	5103,87	5205,95	5310,07	5414,19	5522,47
Валовий прибуток, тис.грн	-	-1021,59	-103,10	1068,49	2559,01	4444,03
Податок на прибуток підприємства (18 %), тис.грн.	-	-183,89	-18,56	192,33	460,62	799,93
Чистий прибуток, тис.грн.	-	-837,70	-84,54	876,16	2098,39	3644,11
Амортизація, тис.грн.	-	1883,55	1188,44	749,85	473,13	298,52
Грошовий потік по проекту, тис.грн	-	1045,84	1103,90	1626,02	2571,52	3942,63
Коефіцієнт дисконтування при ставці дисконту $d = 50\%$	-	0,67	0,44	0,30	0,20	0,13
Дисконтовані грошові потоки, тис.грн.	-	697,23	490,62	481,78	507,95	519,19
Чиста теперішня вартість проекту (NPVt), тис.грн.	2167,52					
Індекс прибутковості (PI)	5,10					
Термін окупності інвестицій (PBP), років	0,98					
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %	111,17					

*Джерело: складено автором*

Згідно табл. 3.18, індекс прибутковості за реалістичним сценарієм становить 5,10% - проект є ефективним. Період окупності проекту за реалістичним сценарієм становить 0,98 років. Внутрішня норма рентабельності проекту за реалістичним сценарієм становить 111,17%. Отже, на підставі аналізу результативності реалізації запропонованих заходів для ПрАТ «Оболонь» можна зробити висновок, що даний проект є прибутковим за реалістичним сценарієм розвитку.

Таблиця 3.19 – Фінансові результати реалізації запропонованих заходів для ПрАТ «Оболонь» за песимістичним сценарієм реалізації

Параметр	Значення параметру по роках					
	0	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
Інвестиції, тис.грн	529,26					
Чистий дохід від реалізації послуг, тис.грн	-	3930,94	4913,68	6142,09	7677,62	9597,02
Собівартість продукції, тис.грн	-	5103,87	5205,95	5310,07	5414,19	5522,47
Валовий прибуток, тис.грн	-	-1172,93	-292,28	832,02	2263,43	4074,55
Податок на прибуток підприємства (18 %), тис.грн.	-	-211,13	-52,61	149,76	407,42	733,42
Чистий прибуток, тис.грн.	-	-961,80	-239,67	682,26	1856,01	3341,13
Амортизація, тис.грн.	-	1883,55	1188,44	749,85	473,13	298,52
Грошовий потік по проекту, тис.грн	-	921,74	948,77	1432,11	2329,14	3639,65
Коефіцієнт дисконтування при ставці дисконту $d = 50\%$	-	0,67	0,44	0,30	0,20	0,13
Дисконтовані грошові потоки, тис.грн.	-	853,62	909,49	986,22	1072,71	1159,38
Чиста теперішня вартість проекту (NPVt), тис.грн.	1870,61					
Індекс прибутковості (PI)	4,53					
Термін окупності інвестицій (PBP), років	1,10					
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %	95,60					

*Джерело: складено автором*

Згідно табл. 3.19, індекс прибутковості за песимістичним сценарієм становить 4,53 % - проект є ефективним. Період окупності проекту за песимістичним сценарієм становить 1,10 років. Внутрішня норма рентабельності проекту за песимістичним сценарієм становить 95,60%. Отже, на підставі аналізу результативності реалізації запропонованих заходів для ПрАТ «Оболонь» можна зробити висновок, що даний проект є прибутковим за песимістичним сценарієм розвитку.

У табл. 3.20 подано порівняння показників ефективності запропонованих заходів, щодо екологізації упаковки для продукції ПрАТ «Оболонь».

Таблиця 3.20 – Показники ефективності запропонованих заходів, щодо екологізації упаковки для продукції ПрАТ «Оболонь»

Проект	Показники			
	NPV, тис. грн.	PI	PP, років	IRR, %
Оптимістичний сценарій	2454,85	5,65	0,89	126,29
Реалістичний сценарій	2167,52	5,10	0,98	111,17
Песимістичний сценарій	1870,61	4,53	1,1	95,60

*Джерело: складено автором*

На підставі аналізу показників ефективності інвестиційного проекту, щодо екологізації упаковки для продукції ПрАТ «Оболонь» можна зробити висновок, що даний проект є ефективним та доцільним для реалізації за всіма сценаріями розвитку. Цей проект забезпечить підприємству більший рівень обсягу реалізації, більший рівень прибутку, вищий рівень ефективності господарської діяльності, а отже і більш стабільний фінансовий стан та рівень його конкурентоспроможності.

Здійснимо прогнозування ефективності експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» з урахуванням запропонованих заходів щодо екологізації упаковки в табл.3.21.

Таблиця 3.21 – Прогнозування ефективності експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» з урахуванням запропонованих заходів щодо екологізації упаковки

Показник	До провадження заходів 2019	Після впровадження заходів		Відхилення 2020/2019	
		Прогноз 2020	Прогноз 2021	абс-не	темپ приросту, %
Експорт продукції, тис. грн.	3102954	3107183	3111412	4229	0,14
Собівартість експортованої продукції, тис.грн.	2428386,3	2431285	2434183,7	2898,7	0,12
Ефект експортних операцій	674567,7	675897	677228,3	1329,7	0,2
Ефективність експортних операцій	1,28	1,29	1,3	0,01	0,96
Частка ринку щодо експорту продукції,%	57	58	58,7	1,00	1,75
Кількість ТМ продукції, представлених на експорт	27	28	30	1,00	3,70

*Джерело: складено та розраховано автором*

Для наочності результатів наведемо їх на диграмі (рис.3.5).

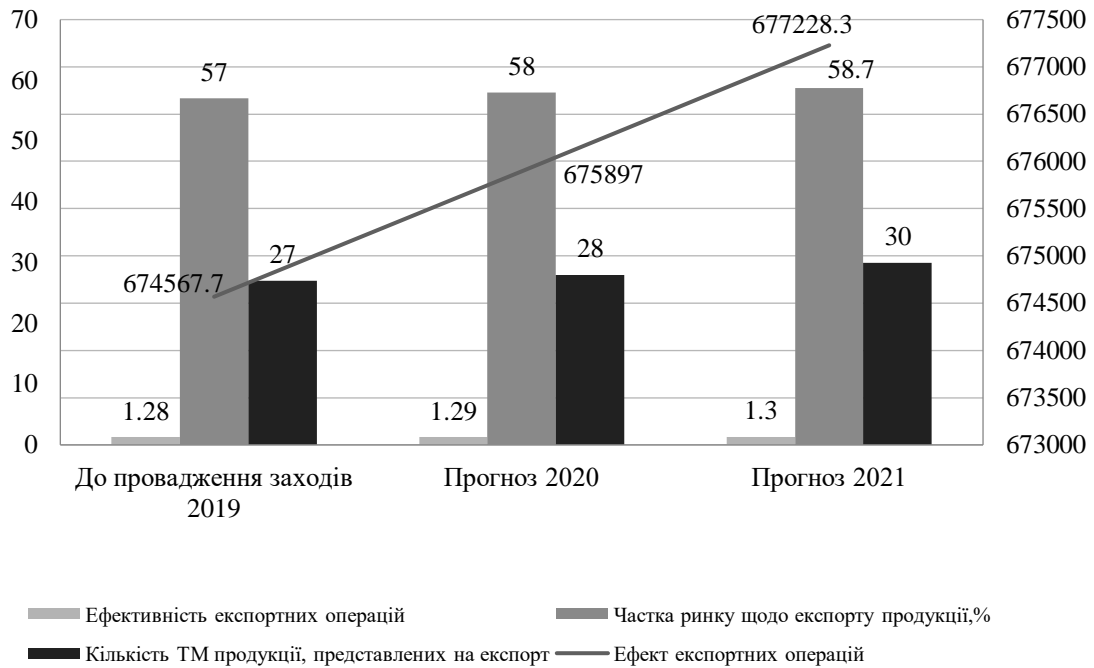


Рисунок 3.5. Прогнозування ефективності експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» з урахуванням запропонованих заходів щодо екологізації упаковки

*Джерело: складено автором на основі табл.3.21*

Як видно з розрахунків, ефект експортних операцій ПрАТ «Оболонь» з урахуванням запропонованих заходів щодо екологізації упаковки зросте на 0,20%, ефективність експортних операцій зросте на 0,96%, частка ринку підприємства щодо експорту продукції зросте на 1%.

В результаті реалізації заходу підприємство вирішить ряд наявних проблем, вдосконалив бізнес-систему (зокрема, виробничі процеси, маркетингові, логістичні), продукція матиме ряд конкурентних переваг, серед яких:

- сучасний дизайн упаковки, зручний у використанні;
- екологічність нової упаковки;
- оптимальне співвідношення ціни та якості;
- наявність у складі нового напою лише натуральних компонентів та низького вмісту цукру.

В подальшому підприємство може розширювати власну діяльність, пакуючи у нові еко-пляшки інші напої, які виробляє ПрАТ «Оболонь».

### Висновки до розділу 3

1. Комплексним рішенням для розвитку міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» є впровадження напою у новій, екологічній та економічній упаковці з сучасним дизайном. Пропонується впровадити пляшку з паперу, по типу «GreenBottle» («зелена» пляшка) для нового виду напою, що наразі випускається заводом, та планується на експорт у 2021 р., а саме безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок».

2. На підставі аналізу показників ефективності інвестиційного проекту, щодо екологізації упаковки для продукції ПрАТ «Оболонь» можна зробити висновок, що даний проект є ефективним та доцільним для реалізації за всіма сценаріями розвитку. Ефект експортних операцій ПрАТ «Оболонь» з урахуванням запропонованих заходів щодо екологізації упаковки зросте на 0,20%, ефективність експортних операцій зросте на 0,96%. Цей проект забезпечить підприємству більший рівень обсягу реалізації, більший рівень прибутку, вищий рівень ефективності господарської діяльності, а отже і більш стабільний фінансовий стан та рівень його конкурентоспроможності.

## ВИСНОВКИ

У дипломній роботі здійснено розробку теоретичних підходів і практичних рекомендацій, спрямованих на планування і розвиток експертної діяльності вітчизняних підприємств.

Визначено, що експортна діяльність підприємства – це система відносин, що виникають між економічними суб'єктами в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання продукції товарів і послуг на зарубіжних ринках. Її об'єктом є багатостадійний процес розгортання, виробництва і реалізації експортної продукції на трьох етапах – попередньому, виробничому і підсумковому. Експортна діяльність є більш широким поняттям по відношенню до експорту і є окремим випадком економічної діяльності, яка включає в себе мету, засоби і її результати, і відповідні фази процесу: попередню, основну і завершальну.

Встановлено, що існує безліч факторів, які спонукають підприємства розробляти міжнародний варіант стратегічного розвитку. В цілому, експортні операції готують підприємства до міжнародної конкуренції і викликам глобальних технологічних змін, підвищують їх конкурентоспроможність і знижують ймовірність виходу з бізнесу. Підприємцю, зваживши всі плюси та мінуси і прийнявши рішення експортувати продукцію / послуги, необхідно ретельно спланувати свою зовнішньоторговельну діяльність. Процедура організації експортних операцій може бути представлена такими основними етапами: Етап 1. Актуалізації знань і консультування. Етап 2. Проведення експортної діагностики. Етап 3. Проведення міжнародного маркетингового дослідження. Етап 4. Розробка експортного бізнес-плану. Етап 5. Вибір способу організації експорту. Етап 6. Підключення до міжнародних виробничих ланцюгів і вихід на споживачів продукції та послуг. Етап 7. Фінансування експортних операцій. Особливу увагу в процесі формування організаційних структур управління зовнішньоекономічною діяльністю необхідно звернути на взаємодію всіх учасників цього процесу. Дану задачу

покликані виконувати координуючі органи, утворені відповідно до напрямів діяльності компанії і її завдань.

Зроблено висновки, що розглянуті методичні підходи науковців щодо вимірювання та оцінки ефективності ЗЕД, хоча і відрізняються переліком показників, їх місцем у відповідних блоках пропонованих систем, методикою розрахунку окремих показників, доповнюють один одного і дозволяють в цілому оцінити вплив різних чинників на рівень ефективності функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання. Викладені методики оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності дозволяють усебічно і об'єктивно оцінити діяльність суб'єктів господарювання в зовнішньоекономічній сфері.

Визначено, що ПрАТ «Оболонь» є одним із найбільших українських виробників пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, а також питної води. Частка ринку в натуральному виразі компанії ПрАТ «Оболонь» складає 19,1% за результатами 2019 р., що на 2,9 пунктів нижче рівня 2018 р. Щороку ПрАТ «Оболонь» нарощує виробництво продукції, а також оновлює існуючу лінійку слабоалкогольних та безалкогольних напоїв. Виробництво компанії відповідає міжнародним стандартам, що підтверджено сертифікатами ISO 9001 та ISO 22000. ПрАТ «Оболонь» має власну дослідницьку лабораторію. ПрАТ «Оболонь» в 2019 році підвищило показники своєї фінансово-господарської діяльності та є прибутковим і рентабельним підприємством. Аналіз діяльності ПрАТ «Оболонь» показав, що досліджуване підприємство займає стійке положення на ринку України, і має ряд можливостей для покращення своїх конкурентних переваг.

Зроблено висновки, що на підприємстві протягом останніх чотирьох років спостерігається позитивне торговельне сальдо, тобто відбувається перевищення експорту продукції над імпортом. Ефект експорту продукції протягом досліджуваного періоду зростає та становить на кінець 2019 р. 674567,7 тис грн, що на 234248 тис грн. (або на 53,2%) більше за показник 2018 р. Ефект імпорту продукції зростає. Так, в 2018 р. він становив 11063

тис грн., а в 2019 р. він зріс на 5077 тис. грн (або 45,9%) та становив 16140,0 тис грн. Ефективність експорту продукції протягом досліджуваного періоду була більша за 1, що говорить про те, що реалізація продукції на зовнішньому ринку є вигіднішою для ПрАТ «Оболонь» порівняно з реалізацією всередині країни.

Організація експортних операцій ПрАТ «Оболонь» протягом 2016-2019 рр. є достатньо ефективною, але, для реалізації всіх можливостей підприємства, щодо розвитку міжнародної економічної діяльності, необхідно розробляти нові види продукції, нові акції і спеціальні пропозиції, впроваджувати екологізацію у виробництво продукції, що в свою чергу приверне нових клієнтів і допоможе утримати вже наявних клієнтів. В цілому, аналіз діяльності ПрАТ «Оболонь» показав, що досліджуване підприємство займає стійке положення на ринку України, і має ряд можливостей для покращення своїх конкурентних переваг як на національному так і на міжнародному ринках.

Для розвитку міжнародної економічної діяльності ПрАТ «Оболонь» запропоновано впровадження напою у новій, екологічній та економічній упаковці з сучасним дизайном. Пропонується впровадити пляшку з паперу, по типу «GreenBottle» («зелена» пляшка) для нового виду напою, що наразі випускається заводом, та планується на експорт у 2021 р., а саме безалкогольного напою «Lemonissimo Lemonata зі смаком лимон-огірок». Реалізацію продукцію в еко-упаковці пропонується здійснювати вже на знайомому ПрАТ «Оболонь» ринку Німеччини, оскільки у підприємства вже налагоджена співпраця з надійним німецькими партнерами, є в наявності міжнародні договори поставки між нашими країнами, міжнародні сертифікати якості, дозволи, ліцензії, при складанні нормативно-правової бази в частині вимог до продукції, що імпортується ПрАТ «Оболонь» орієнтуються на законодавство країн Європейського союзу.

На підставі аналізу показників ефективності інвестиційного проекту, щодо екологізації упаковки для продукції ПрАТ «Оболонь» зроблено

висновок, що даний проект є ефективним та доцільним для реалізації за всіма сценаріями розвитку. Цей проект забезпечить підприємству більший рівень обсягу реалізації, більший рівень прибутку, вищий рівень ефективності господарської діяльності, а отже і більш стабільний фінансовий стан та рівень його конкурентоспроможності. В результаті реалізації заходу підприємство вирішить ряд наявних проблем, вдосконалив бізнес-систему (зокрема, виробничі процеси, маркетингові, логістичні), продукція матиме ряд конкурентних переваг, серед яких: сучасний дизайн упаковки, зручний у використанні; екологічність нової упаковки; оптимальне співвідношення ціни та якості; наявність у складі нового напою лише натуральних компонентів та низького вмісту цукру. В подальшому підприємство може розширювати власну діяльність, пакуючи у нові еко-пляшки інші напої, які виробляє ПрАТ «Оболонь».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алавердян Л. М. Сучасні реалії та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України з іншими країнами світу. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. с. 53-55.
2. Аль-Оста Салім Абдуль-Азіз. Трикомпонентна модель експортної діяльності підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій* 2015. №1 С. 213-220.
3. Аналіз зовнішньої торгівлі товарами та послугами України з країнами європейського союзу URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/11.pdf>.
4. Босак А.О. Технологія зовнішньоекономічних операцій: навч. посіб. Львів: Вид-во Львівської політехніки. 2015. 180 с.
5. Байдала Н. М. Принципи розвитку експортного потенціалу вітчизняних промислових підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. № 7. С. 91-94
6. Баула О.В. Особливості формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасному глобалізаційному просторі. *Матеріали за IX-а міжнародна научна практична конференція «Настоящи изследования и развитие 2013»*. Том 7. Ікономики: Софія, «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. с. 64-68
7. Бестужева С.В. Міжнародна економічна діяльність України: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 268 с.
8. Богацька Н. М. Розроблення стратегії міжнародної економічної діяльності підприємства при виході на зовнішні ринки. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. с. 76-81.
9. Богдан Т. П. Зона вільної торгівлі України з ЄС: нові правила, ризики та можливості. *Фінанси України*. 2018. № 10. С. 7-27.
10. Бондаренко Л. М. Аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності України у сучасних умовах. *Вісник Одеського національного університету*.

*Економіка*. 2017. Т.22, № 10. с. 153-155

11. Бондарєва Т. І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики*. 2011. № 3 (15). С. 91-104.

12. Боровик О.Н. Екологічне підприємництво та його переваги. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/14152>

13. Брижань І.А. Обґрунтування доцільності екологізації промисловості України. URL: <http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/article/view/19018>.

14. Бугас В. В. Сутність, види та особливості розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств електроенергетики в національній економіці України. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. с. 103-108

15. Бугас Н. В., Пилипенко Ю. А. Експортний потенціал у системі зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*. 2015. № 6 (93). С. 14-21.

16. Варламова С. І. Екологізація промисловості в Україні: проблеми та перспективи. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_1\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_1_44).

17. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств. *Вісник ЖДТУ*. 2016. №3. с. 53-55

18. Волошин А. В. Міжнародна конкурентоспроможність українських малих та середніх підприємств . *Економіка та держава*. 2019. № 2. С. 120-123.

19. Воронкова А.Е. Оцінка дії механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки*. ДЕГІ, 2013. Вип. 1(28). с. 199-202

20. Герасимчук В. Г. Міжнародна економіка: навчальний посібник. Київ: Знання, 2013. 302 с.

21. Головня Ю. І. Екологічний брендинг в умовах сталого розвитку економіки. *Ефективна економіка*. 2019. № 8, с.122-129.
22. Данилович-Кропивницька М. Л. Дослідження впливу довіри під час формування мережевої взаємодії підприємницьких структур. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2018. № 899. С. 39-44.
23. Дзуліт З. П. Джерела фінансування фандрайзингу та пріоритетні напрями його реалізації в Україні. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2018. № 899. С. 85-90.
24. Домашенко М.Д. Організаційно-економічний механізм управління економічною безпекою зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 2 URL: : <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
25. Дубодєлова А.В. Організаційно-економічні механізми екологізації виробництва на вітчизняних підприємствах. *Вісник Національного ун-ту «Львівська політехніка»*. 2016. №698. С. 156-162.
26. Експортувати просто. Експорт Step by Step 10 кроків від виробництва до експорту : практ. посіб. / [В. Кравченко, А. Голятко, Д. Копій, А. Полянський, І. Шинкаренко, А. Короп, А. Гайдук, В. Маєвський, А. Голіздра]. Київ : Саміт-книга, 2018. 351 с.
27. Єсіна В.О. Аналіз основних чинників екологізації економіки. *Комунальне господарство міст: Наук.-техн. зб. Серія «Економічні науки»*. Харків. 2013. Вип. 111. С.89-96.
28. Жигалкевич Ж. М. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. *Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"*. 2019. № 16. С. 116-123.
29. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від

16.04.91р. №959-ХІІ із змінами і доповненнями. Вісник Верховної Ради України. 2012. №7.

30. Залізнюк В.П. Можливості та напрями розвитку експортної діяльності підприємств в умовах інтеграції України в європейський економічний простір. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. № 2 (9). 2015. С. 9196.

31. Иокша Д.М. Методические подходы к определению критериев и показателей эффективности внешнеэкономической деятельности субъектов предпринимательства. *Бухгалтерский учет и анализ*. 2016. № 11. С. 7-12

32. Ляш О. І. Зміна експортно-імпортних товарних потоків України у міжнародній торгівлі внаслідок російської окупації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 8. С. 11-18.

33. Кайтанський І.С. Проблеми та шляхи організації управління зовнішньоекономічною діяльністю в умовах глобалізації. *Таврійський науковий вісник: Збірник наукових праць ХДАУ*. Вип. 51. Херсон: Айлант. 2015. с. 402-407

34. Калиніченко Ю. Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Галицький економічний вісник*. 2015. №4(29). с.106-115

35. Козак Ю.Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 228 с.

36. Козак Ю.Г. Міжнародна торгівля: навч. посібник . 5-те вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.

37. Коломієць І.Ф. Стратегія інтернаціоналізації в умовах глобалізації

URL:[http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnltu/16\\_2/313\\_Kolomijec\\_16\\_2.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/16_2/313_Kolomijec_16_2.pdf)

38. Комарницька Г. О. Механізм розвитку митного обслуговування в умовах державно-приватного партнерства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 15. С. 27-34.

39. Конкуренентоспроможність України на світовому ринку ІТ-послуг в умовах глобалізації URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/15\\_ukr/11.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/11.pdf).

40. Кононенко О.С., Дунська А.Р. Форми організаційного забезпечення експортної діяльності промислових підприємств України. *Актуальні проблеми економіки і управління: Зб. наук. праць*. 2014. Вип. 8. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/node/399>

41. Копич Р. І. Політика фіскальної економіки країн єврозони. *Фінанси України*. 2019. № 6. С. 42-54.

42. Корнійко Я. Р. Понятійний апарат та етапи розвитку екологістики. *Економіка та держава*. 2019. № 1. С. 43-46.

43. Кузьмін О.Є. Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні і прикладні аспекти: навчальний посібник. Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2016. 502 с.

44. Лісова Л.О. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємствами Сумської області : автореф. дис. ... к.е.н. / Л.О. Лісова. Суми. 2014. 19 с.

45. Малярець Л. М., Моргун Г. В. Аналіз ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства для її стратегічного контролінгу. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2015. № 1. с. 12-19

46. Мартиненко А. Проблеми визначення поняття “зовнішньоекономічна діяльність”. *Юридична газета*. 2015. №10(46).

47. Мельник О. Г. Аналізування тенденцій розвитку митної системи України: міжнародний та національний виміри . *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 7. С. 17-22.

48. Мельник О.Г. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Інноваційна економіка*. 2013. № 5. С. 63-66.

49. Моргун Г.В. Концепція стратегічного управління експортно-імпоротної діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 2, том 1. 235 с. с. 71-77

50. Офіційний сайт Фіскальної служби України URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/stavki-vviznogo-ta-viviznogo-mita/eksportne-mito/>
51. Офіційний сайт ПрАТ «Оболонь». URL: <https://obolon.ua/ua>
52. Пашкевич М.С. Екологізація виробництва підприємств України URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1624>
53. Пирог О. В., Зацепило А. І. Оцінка експортного потенціалу регіонів України. *Економічний простір*. 2019. № 24. С. 144-152.
54. Піддубна Л. І., Іванієнко К. В. Фактори формування експортного потенціалу промислових підприємств. *Управління розвитком*. 2015. № 1. С. 37-43.
55. Представництво України при Європейському Союзі та Європейському Співтоваристві з атомної енергії. Загальні вимоги ЄС до імпортованої продукції. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/>
56. Світова економіка: підручник / за ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. 268 с.
57. Скриньковський Р. М. Діагностика конкурентоспроможності продукції підприємства. *Проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 240-246.
58. Скриньковський Р. М. Діагностика фінансового, виробничого, трудового, соціально-економічного та інноваційноінвестиційного потенціалів і аналіз потенційних ризиків підприємства в умовах невизначеності. *Проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 186-193.
59. Сутність операцій з давальницькою сировиною та їх значення URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2182>.
60. Таранюк Л. М. Державна підтримка українського експорту: стан та напрямки розвитку. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2018. № 1. С. 7-16.
61. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 408 с.
62. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنих

операцій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 10. с. 22-28

63. Хомич О. В., Манаєнко І. М. Розвиток експортного потенціалу підприємства на європейському ринку FMCG в умовах ризиків. *Проблеми економіки*. 2020. №3. С. 133-138.

64. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль, 2017. 137 с.

65. Череп А.В. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства. *Національне господарство України: теорія та практика управління*. 2015. С. 232-236.

66. Шуляк Б. В. Категорія «Ефективність» у діагностиці привабливості екологічного підприємництва: Актуальні питання економіки, фінансів, 14 менеджменту та права в сучасних умовах: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф., 2 квіт. 2018 р. Полтава. 2018. С. 2830.

67. Шуляк Б. В. Перспективи розвитку сертифікації в системі екологічного підприємництва. *Вісник ЖНАЕУ*. 2017. № 2 (62), т. 2. С.110-116.

68. Юхта О. І. Експортно-кредитне агентство як ефективний інститут організації фінансово-кредитної підтримки експортерів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 76-81.

69. <https://buhgalter.com.ua/dovidnik/posadovi-okladi-za-ets/posadovi-okladi-za-yets-2020-2021-2022/>

70. Unipack URL: <https://article.unipack.ru/35690/>

71. Hromadske URL: <https://hromadske.ua/ru/posts/v-danii-sozdali-bumazhnye-butylki-dlya-piva>

72. Foodmash URL: <https://foodmash.com.ua/product/triblok-rozliva-2/>

73. <https://euroshuttle.com.ua/polsha-ukraine-ua/>

74. ITC Trade Map URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

75. Pintprice URL: <http://www.pintprice.com/>

76. USDA, Euromonitor International URL: <https://www.ers.usda.gov/topics/international-markets-us-trade/international-consumer-and-food-industry-trends/>

77. Trade Helpdesk URL: <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Порівняльна характеристика основних рис національної і міжнародної діяльності підприємства

Робота на внутрішньому ринку	Робота на зовнішньому ринку
1. Мета отримання прибутку за допомогою використання конкурентних переваг в рамках однієї країни і її ринків	1. Мета отримання прибутку за допомогою використання можливостей різних країн і регіонів
2. Розширення ринків, використання перспективних ресурсів, використання законодавчих, політичних, соціальних можливостей всередині країни	2. Розширення ринків, отримання перспективних ресурсів (в глобальному масштабі), використання законодавчих, політичних, соціальних, культурних можливостей у різних країнах, а також з використанням міждержавної взаємодії
3. Обсяг, зростання і складність бізнесу варіюються в залежності від охоплення ними різних етапів системи «НДДКР виробництва продажу сервісу» і від диверсифікації бізнесу всередині країни	3. Обсяг, зростання і складність міжнародного бізнесу варіюються в залежності від числа країн перебування, глибини залучення кожної країни в систему «НДДКР виробництво продажу сервіс» фірми
4. Діяльність здійснюється у внутрішньодержавному (мононаціональному) культурному середовищі, і національна культурна складова не відіграє визначальну роль в бізнесі	4. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності передбачає роботу в різних культурних середовищах, і її ефективність в більшій чи меншій мірі залежить від національної культурної складовою
5. Здійснюючи діяльність на національному ринку, можливості підприємства обмежені країною базування	5. Здійснюючи діяльність на міжнародному ринку, підприємство має можливість використовувати переваги, які існують поза країною базування
6. Організація діє в умовах досить певного зовнішнього середовища	7. Організація, орієнтована на зовнішній ринок, діє в умовах високо турбулентного зовнішнього середовища, що характеризується посилюючими процесами глобалізації світової економіки
7. Невисокий рівень ризику	7. Високоризикова діяльність
8. Конкуренція в рамках національних кордонів	8. Конкуренція в глобальному масштабі, що набуває характер гіперконкуренції

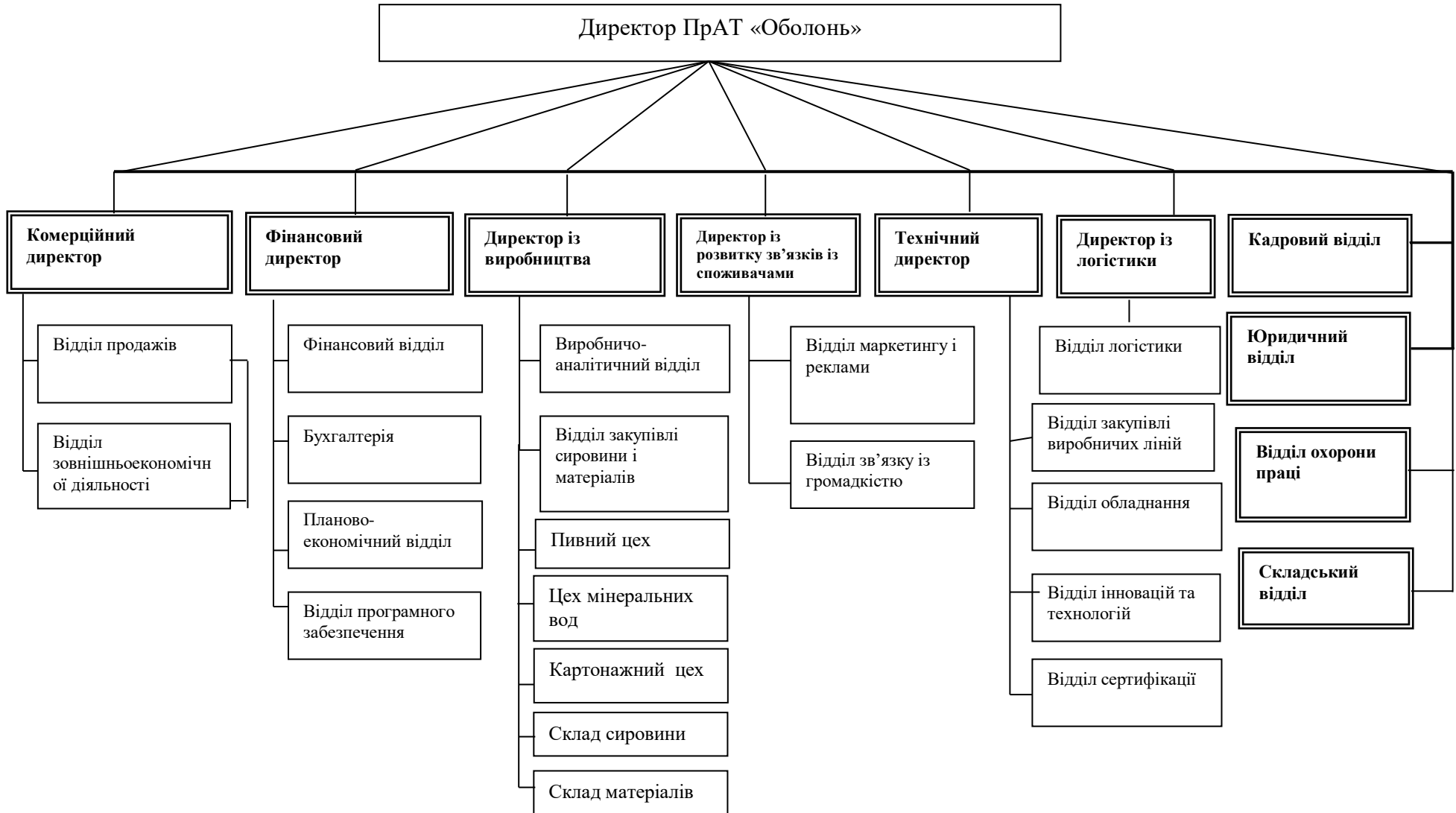
**Показники оцінки ефективності експортної/імпортної діяльності підприємства**

Економічна ефективність експорту (Е <sub>еф.е</sub> )	$E_{\text{еф.е}} = \text{ЧП/ОП}$ <p>де ЧВ – чистий виторг в іноземній валюті за реалізований товар (послугу), переведений у гривні за офіційним курсом на день надходження валютної виручки;</p> $\text{ЧВ} = (\text{ВВ} * \text{Кр}) - \text{Дв} - \text{МП}$ <p>де ВВ – валовий виторг за експортний товар (надані послуги); Кр – діючий ринковий курс іноземної валюти до гривні; Дв – додаткові витрати в середині країни, пов'язанні з експортом товару (надані послуг); МП – митні платежі; ОП – Обсяг продажу за експортом, грн</p>
Економічний ефект експорту (Е <sub>ек.п</sub> )	$E_{\text{ек.п}} = \text{ЧВ} + \text{Воп} - \text{ПВ}$ <p>де Воп - виторг у гривнях від обов'язкового продажу частки валюти держави; ПВ – сума повних витрат підприємства на експорт продукції</p>
Економічна ефективність експортної діяльності (Е <sub>еф.е</sub> )	$\text{а) } E_{\text{еф.е}}^1 = \frac{\text{ЧВ} + \text{Воп}}{\text{ПВ}}$ $\text{б) } E_{\text{еф.е}}^2 = \frac{Q_e}{C_e}$ <p>де Q<sub>e</sub> — обсяг експорту у внутрішніх середньорічних цінах; C<sub>e</sub> — виробнича собівартість експортних товарів.</p> $E_{\text{еф.е}}^2 = \frac{\text{ЧВВоп} - \text{ПВ}}{\text{ЧВ} + \text{Воп}} \times 100\% \times \frac{\text{ЧВ} + \text{Воп}}{K_e}$ <p>де K<sub>e</sub> — середньорічна вартість основних виробничих і оборотних фондів, що використовуються у виробництві експортної продукції</p>
Економічний ефект імпорту (E <sub>i</sub> ) товарів	$E_i = \frac{C_{i,\text{в.р}}}{B_i}$ <p>де C<sub>i,вр</sub> - вартість імпортної продукції на внутрішньому ринку, грн; B<sub>i</sub> - витрати на придбання імпортної продукції, грн;</p> $B_i = V_m + M + A + \text{ПДВ} + M_3 + D_i + \text{ПДВ}$ <p>де V<sub>m</sub> - митна вартість товару, перерахована у гривні за офіційним курсом (К) на дату подання митної декларації, яка включає валютні витрати імпортера (ВВj) до місця ввезення товару на митну територію України, тобто:</p> $V_m = \text{ВВ} * K$ <p>M - імпортне мито; A - сума акцизного збору з підакцизних товарів; ПДВ - податок на додану вартість; M<sub>3</sub> - митні збори; D<sub>i</sub> - додаткові витрати імпортера; ПДВ - податки на додану вартість щодо додаткових витрат імпортера</p>
Економічна (абсолютна) ефективність імпорту (E <sub>i</sub> ) для товарів народного споживання	$E_i = C_{i,\text{вр}} - B_i$ <p>де C<sub>i,вр</sub> - вартість імпортної продукції на внутрішньому ринку, грн; B<sub>i</sub> - витрати на придбання імпортної продукції, грн;</p>
Економічна ефективність імпорту товарів виробничого призначення для	$E_{\text{еф.і}}^1 = \frac{C_k}{\text{ЦП}}$ <p>де C<sub>k</sub> — купівельна ціна імпортного устаткування; ЦП - повна ціна споживання імпортного устаткування; ЦП = C<sub>k</sub> + E<sub>в</sub>, де E<sub>в</sub> - експлуатаційні витрати при використанні устаткування;</p> $E_v = V_c + V_e + V_p + V_3 + \text{ЗП}$ <p>де V<sub>c</sub> - вартість сировини, матеріалів, що споживаються, на одиницю виготовленої на даному устаткуванні продукції;</p> <p>V<sub>e</sub> - вартість палива та енергії на одиницю виготовленої на даному устаткуванні продукції;</p> <p>V<sub>p</sub> - вартість ремонту устаткування; V<sub>3</sub> - вартість запчастин для устаткування; ЗП - заробітна плата робітників, які обслуговують устаткування</p>

Джерело: складено автором на основі [5, 7, 14, 20, 28, 61]

# Організаційна структура ПрАТ «Оболонь»

Додаток В



## Фінансова звітність підприємства за 2015-2019 рр.

Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"	Дата	19.02.2020
Територія		за ЄДРПОУ	05391057
Організаційно- правова форма господарювання		за КОАТУУ	
Вид економічної діяльності		за КОПФГ	
Середня кількість працівників: 3460		за КВЕД	
Адреса, телефон: 04212 Київ, Богатирська, 3, (044) 412-84-10			
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку	<input type="checkbox"/>		
за міжнародними стандартами фінансової звітності	<input checked="" type="checkbox"/>		

**Консолідований баланс**  
**(Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12.2019 р.  
Форма №1-к

		Код за ДКУД	1801007
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
<b>Нематеріальні активи</b>	1000	6 857	6 026
первісна вартість	1001	43 396	43 963
накопичена амортизація	1002	( 36 539 )	( 37 937 )
<b>Незавершені капітальні інвестиції</b>	1005	20 201	18 141
<b>Основні засоби</b>	1010	4 867 736	4 611 402
первісна вартість	1011	11 940 760	12 003 847
знос	1012	( 7 073 024 )	( 7 392 445 )
<b>Інвестиційна нерухомість</b>	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	( 0 )	( 0 )
<b>Довгострокові біологічні активи</b>	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	( 0 )	( 0 )
<b>Довгострокові фінансові інвестиції:</b>			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	109 397	57 581
<b>Довгострокова дебіторська заборгованість</b>	1040	0	0
<b>Відстрочені податкові активи</b>	1045	0	0
<b>Гудвіл</b>	1050	0	0
<b>Гудвіл при консолідації</b>	1055	0	0
<b>Відстрочені аквізиційні витрати</b>	1060	0	0
<b>Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах</b>	1065	0	0

Інші необоротні активи	1090	14	14
Усього за розділом I	1095	5 004 205	4 693 164
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	719 638	753 270
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	203 818	260 966
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	89 746	44 300
з бюджетом	1135	35 310	51 330
у тому числі з податку на прибуток	1136	5 475	4 813
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9 897	18 911
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	16 876	16 228
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	30 659	18 927
Усього за розділом II	1195	1 105 944	1 163 932
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>			
Баланс	1200	0	0
	1300	6 110 149	5 857 096

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73 144	73 144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2 763 289	2 603 868
Додатковий капітал	1410	5 997	1 916
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-746 302	-329 248
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Видучений капітал	1430	(13 580)	(13 580)
Інші резерви	1435	0	0

Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2 082 548	2 336 100
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	542 401	426 702
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	487 124	180 402
Інші довгострокові зобов'язання	1515	267 953	260 062
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	1 297 478	867 166
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	1 419 600	1 395 479
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	1 021 281	909 794
розрахунками з бюджетом	1620	91 167	104 445
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	164
розрахунками зі страхування	1625	5 926	6 382
розрахунками з оплати праці	1630	44 447	57 270
одержаними авансами	1635	64 560	120 483
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	11 462	13 639
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	69 804	44 462
Усього за розділом III	1695	2 730 123	2 653 830
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	6 110 149	5 857 096

Керівник

Булах І.В.

Головний бухгалтер

Бахов І.І.

Підприємство

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО  
"ОБОЛОНЬ"Дата  
за ЄДРПОУ

КОДИ

18.02.2020

05391057

**Консолідований звіт про фінансові результати  
(Звіт про сукупний дохід)**

за 2019 рік

Форма №2-к

I. Фінансові результати

Код за ДКУД

1801008

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 466 148	5 078 764
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	( 0 )	( 0 )
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 4 277 833 )	( 4 292 370 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	1 188 315	786 394
збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	62 681	85 301
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коптів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 337 100 )	( 303 955 )
Витрати на збут	2150	( 661 989 )	( 675 489 )
Інші операційні витрати	2180	( 32 219 )	( 20 451 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	219 688	0
збиток	2195	( 0 )	( 128 200 )

Дохід від участі в капіталі	2200	39 058	90 188
Інші фінансові доходи	2220	280	4 259
Інші доходи	2240	216 198	6 725
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 329 215 )	( 275 269 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 1 418 )	( 23 505 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	144 591	0
збиток	2295	( 0 )	( 325 802 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	113 042	-39 618
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	257 633	0
збиток	2355	( 0 )	( 365 420 )

#### II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	-4 081	-2 902
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-4 081	-2 902
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	( 0 )	( 0 )
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-4 081	-2 902
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	253 552	-368 322
<b>Чистий прибуток (збиток), що належить:</b>			
власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
<b>Сукупний дохід, що належить:</b>			
власникам материнської компанії	2480	0	0
неконтрольованій частці	2485	0	0

#### III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 157 057	3 267 238
Витрати на оплату праці	2505	626 692	529 153
Відрахування на соціальні заходи	2510	132 414	113 058
Амортизація	2515	422 999	457 032
Інші операційні витрати	2520	1 159 110	1 296 562
Разом	2550	5 498 272	5 663 043

#### IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325 127	325 127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325 127	325 127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,792400	-1,123900
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,792400	-1,123900
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Керівник

Булах І.В.

Головний бухгалтер

Бахов І.І.

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО  
"ОБОЛОНЬ"

Територія  
Організаційно-  
правова форма  
господарювання  
Вид економічної  
діяльності

Дата	КОДИ
31.12.2018	
за ЄДРПОУ	05391057
за КОАТУУ	
за КОПФГ	
за КВЕД	

Середня кількість працівників: 2487

Адреса, телефон: 04212 Київ, Богатирська, 3, (044) 412-84-10

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

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

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

v

за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Консолідований баланс**  
**(Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12.2018 р.  
Форма №1-к

Код за ДКУД 1801007

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	8 337	6 857
первісна вартість	1001	43 259	43 396
накопичена амортизація	1002	( 34 922 )	( 36 539 )
Незавершені капітальні інвестиції	1005	48 455	20 201
Основні засоби	1010	5 141 361	4 867 736
первісна вартість	1011	11 850 066	11 940 760
знос	1012	( 6 708 705 )	( 7 073 024 )
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	( 0 )	( 0 )
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	( 0 )	( 0 )
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	18 522	109 397
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	14	14

Усього за розділом I	1095	5 216 689	5 004 205
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	750 563	719 638
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	297 870	203 818
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	51 466	89 746
з бюджетом	1135	71 280	35 310
у тому числі з податку на прибуток	1136	8 047	5 475
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	430 965	9 897
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	46 172	16 876
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	16 455	30 659
Усього за розділом II	1195	1 664 771	1 105 944
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	6 881 460	6 110 149

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73 144	73 144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2 945 067	2 763 289
Додатковий капітал	1410	8 353	8 353
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	546	-2 356
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-518 048	-746 302
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 13 580 )	( 13 580 )
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0

Усього за розділом I	1495	2 495 482	2 082 548
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	511 172	542 401
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	2 037 873	487 124
Інші довгострокові зобов'язання	1515	237 082	267 953
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	2 786 127	1 297 478
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	417 962	1 419 600
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	830 232	1 021 281
розрахунками з бюджетом	1620	150 294	91 167
у тому числі з податку на прибуток	1621	282	-858
розрахунками зі страхування	1625	5 364	5 926
розрахунками з оплати праці	1630	51 430	44 447
одержаними авансами	1635	46 900	64 560
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	10 306	11 462
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	85 487	69 804
Усього за розділом III	1695	1 599 851	2 730 123
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	6 881 460	6 110 149

Керівник

Булах І.В.

Головний бухгалтер

Бахов І.І.

Підприємство

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ  
ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"

за ЄДРПОУ

Дата

КОДИ

31.12.2018

05391057

**Консолідований звіт про фінансові результати  
(Звіт про сукупний дохід)**за 2018 рік  
Форма №2-к

## I. Фінансові результати

Код за ДКУД

1801008

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 078 764	4 777 539
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	( 0 )	( 0 )
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 4 292 370 )	( 3 878 473 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b> прибуток	2090	786 393	899 066
збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	85 301	88 488
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 303 955 )	( 296 579 )
Витрати на збут	2150	( 675 489 )	( 612 349 )
Інші операційні витрати	2180	( 20 451 )	( 29 144 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
<b>Фінансовий результат від операційної</b>	2190	0	49 482

<b>діяльності:</b>			
прибуток			
збиток	2195	( 128 200 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	4 259	97 691
Інші доходи	2240	-23 505	430 848
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 275 269 )	( 314 744 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( -90 188 )	( -381 )
Інші витрати	2270	( -6 725 )	( 42 861 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	0	220 797
збиток	2295	( 325 802 )	( 0 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-39 618	-44 217
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	0	176 580
збиток	2355	( 365 420 )	( 0 )

#### II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	-2 902	662
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-2 902	662
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	( 0 )	( 0 )
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-2 902	662
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-368 322	177 242
<b>Чистий прибуток (збиток), що належить:</b>			
власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
<b>Сукупний дохід, що належить:</b>			
власникам материнської компанії	2480	0	0
неконтрольованій частці	2485	0	0

#### III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 267 238	2 960 495
Витрати на оплату праці	2505	529 153	448 146
Відрахування на соціальні заходи	2510	113 058	95 052

Амортизація	2515	457 032	451 790
Інші операційні витрати	2520	1 296 562	1 107 101
Разом	2550	5 663 043	5 062 584

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325 127	325 127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325 127	325 127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-1,123900	0,543100
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-1,123900	0,543100
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Керівник

Булах І.В.

Головний бухгалтер

Бахов І.І.

		КОДИ	
		Дата(рік, місяць, число)	2018   01   01
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"	за ЄДРПОУ	05391057
Територія		за КОАТУУ	8038000000
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво пива	за КВЕД	11.05
Середня кількість працівників			
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	м. Київ, вул. Богатирська, 3		

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

за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2017 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	9810	8337	0
первісна вартість	1001	43114	43259	0
накопичена амортизація	1002	-33304	-34922	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	24363	48455	0
Основні засоби:	1010	5421561	5141361	0
первісна вартість	1011	11765383	11850066	0
знос	1012	-6343822	-6708705	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	18931	18522	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	14	14	0
<b>Усього за розділом I</b>	1095	5474679	5216689	0
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	881787	750563	0
Виробничі запаси	1101	0	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	0	0	0

Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	169695	297870	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	35477	51466	0
з бюджетом	1135	39468	71280	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	10414	8047	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9597	430965	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	48394	46172	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	5707	16455	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>1190125</b>	<b>1664771</b>	<b>0</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>6664804</b>	<b>6881460</b>	<b>0</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73144	73144	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	3129549	2945067	0
Додатковий капітал	1410	8353	8353	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	-116	546	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-879110	-518048	0
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 13580 )	( 13580 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>2318240</b>	<b>2495482</b>	<b>0</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	474967	511172	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	432673	2037873	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	329260	237082	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок	1533	0	0	0

звітнього періоду)				
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>1236900</b>	<b>2786127</b>	<b>0</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	1993283	417962	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	703976	830232	0
за розрахунками з бюджетом	1620	119504	150294	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	340	282	0
за розрахунками зі страхування	1625	4992	5364	0
за розрахунками з оплати праці	1630	46415	51430	0
за одержаними авансами	1635	82270	46900	0
за розрахунками з учасниками	1640	1876	1876	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	9023	10306	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	148325	85487	0
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>3109664</b>	<b>1599851</b>	<b>0</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>6664804</b>	<b>6881460</b>	<b>0</b>

Керівник

Булах Ігор Васильович

Головний бухгалтер

Бахов Іван Іванович

		Дата(рік, місяць, число)	КОДИ 2018   01   01
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ" (найменування)	за ЄДРПОУ	05391057

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2017 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4963232	4310214
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 3565168 )	( 3290800 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1398064	1019414
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	88488	62589
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	( 0 )	( 0 )
Адміністративні витрати	2130	( 296579 )	( 285569 )
Витрати на збут	2150	( 1111347 )	( 968802 )
Інші операційні витрати	2180	( 29144 )	( 61663 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	49482	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( 0 )	( 234031 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	97691	8604
Інші доходи	2240	430848	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 314744 )	( 463655 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( -381 )	( -1060 )
Інші витрати	2270	( 42861 )	( 222030 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на	2275	0	0

монетарні статті			
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	220797	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( 0 )	( 910052 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-44217	24809
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	176580	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( 0 )	( 885243 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	1507214
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	662	1478
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	662	1508692
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	-271298
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	662	1237394
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	177242	352151

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	2960495	2807074
Витрати на оплату праці	2505	448146	419131
Відрахування на соціальні заходи	2510	95052	89353
Амортизація	2515	451790	702113
Інші операційні витрати	2520	1107101	709162
Разом	2550	5062584	4726833

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	325127	325127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325127	325127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.5431	-2.7228
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.5431	-2.7228
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0
<b>Керівник</b>	Булах Ігор Васильович		
<b>Головний бухгалтер</b>	Бахов Іван Іванович		

		Дата(рік, місяць, число)	2017   01   01
Підприємство	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"	за ЄДРПОУ	05391057
Територія		за КОАТУУ	8038000000
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво пива	за КВЕД	11.05
Середня кількість працівників	2699		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	вул. Богатирська, 3, м. Київ, Оболонський, 04655, Україна, (044) 412-84-10		

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

за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2016 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:	1000	31005	22345	0
первісна вартість	1001	80415	80568	0
накопичена амортизація	1002	49410	58223	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	31946	46493	0
Основні засоби:	1010	1513961	2906500	0
первісна вартість	1011	3691299	5239376	0
знос	1012	2177338	2332876	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	87349	84868	0
інші фінансові інвестиції	1035	60828	60828	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	18	14	0
Відстрочені податкові активи	1045	1686	17293	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>1726793</b>	<b>3138341</b>	<b>0</b>
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	898730	895375	0
Виробничі запаси	1101	814249	763809	0
Незавершене виробництво	1102	31179	40233	0

Готова продукція	1103	41337	82543	0
Товари	1104	11965	8790	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	375533	407752	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	11865	13198	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	10773	3228	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	53704	149114	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	92397	51498	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	43198	9776	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	2952	3225	0
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в:	1180	0	0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	4171	19198	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>1482550</b>	<b>1549136</b>	<b>0</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>3209343</b>	<b>4687477</b>	<b>0</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	32513	32513	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	30620	1513770	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	8128	8128	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-37931	-213931	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>33330</b>	<b>1340480</b>	<b>0</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	87464	344219	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	2673	3611	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	2673	3611	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0

резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	1595	90137	347830	0
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	333664	1916055	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	1766355	6400	0
за товари, роботи, послуги	1615	723372	635639	0
за розрахунками з бюджетом	1620	88808	99741	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	2448	3390	0
за розрахунками з оплати праці	1630	7346	13777	0
за одержаними авансами	1635	0	59834	0
за розрахунками з учасниками	1640	32784	24908	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	47527	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	131099	191896	0
<b>Усього за розділом III</b>	1695	3085876	2999167	0
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0	0
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	0	0	0
<b>Баланс</b>	1900	3209343	4687477	0

**Примітки** В результаті проведення аудиторської перевірки встановлено, що надана інформація дає дійсне та повне уявлення про склад активів та пасивів підприємства.

**Керівник** Булах Ігор Васильович

**Головний бухгалтер** Бахов Іван Іванович

		Дата(рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ 2017   01   01
Підприємство	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ" (найменування)		05391057

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2016 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3524945	3641996
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 2378936 )	( 2388394 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1146009	1253602
Валовий: збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	504984	474740
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	( 0 )	( 0 )
Адміністративні витрати	2130	( 213263 )	( 178381 )
Витрати на збут	2150	( 833385 )	( 848865 )
Інші операційні витрати	2180	( 409965 )	( 358335 )
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	194380	342761
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	6160	13476
Інші фінансові доходи	2220	67076	63823
Інші доходи	2240	222156	467981
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 309935 )	( 306245 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 9735 )	( 2508 )
Інші витрати	2270	( 353727 )	( 979390 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні	2275	0	0

статті			
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	( 183625 )	( 400102 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	( 183625 )	( 400102 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	1482059	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	1091	1062
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	1483150	1062
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	1483150	1062
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1299525	-399040

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	2105266	2496994
Витрати на оплату праці	2505	316144	279183
Відрахування на соціальні заходи	2510	67027	98624
Амортизація	2515	186618	175062
Інші операційні витрати	2520	711215	377185
Разом	2550	3386270	3427048

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	325127	325127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325127	325127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-564.78	-1230.6
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-564.78	-1230.6
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

**Примітки**                    Визначення балансового прибутку відбувається згідно з чиним законодавством України.

**Керівник**                    Булах Ігор Васильович

**Головний бухгалтер**    Бахов Іван Іванович

## Продукція ПрАТ «Оболонь»

Види продукції	ТМ
Пивна продукція «Оболонь»	«Оболонь Світле», «Оболонь Солодове», «Оболонь Нефільтроване», «Оболонь Трофейне», «Оболонь Безалкогольне»
Пивні торговці марки	«hike» (hike premium, hike-chill, hike alcohol-free); «Beer Mix» («Beer Mix-Вишня», «Beer Mix-Лимон», «Beer Mix-Малина», «Beer Mix-Гранат», «Beer Mix-Кавун»); «Зіберт» («Zibert Світле», «Zibert Weissbier»); «Carling»; «Zlata Praha» («Zlata Praha», «Zlata Praha Cerne»); «Жигулівське»; «Десант»; «Hadmix» («Hadmix Citrus», «Hadmix Lemon+Ginger»); «Pivny kubek» ("Пивний кухоль"); «Южанка»; «Охтирське» («Охтирське світле», «Охтирське козацьке», «Рідний Шубін Світле»)
Пивні марки сидру	«Ciber» (Ciber, Ciber Квіти бузини, Ciber Журавлина); «Sharm» (Sharm, Sharm Персик)
Безалкогольна продукція	«Живчик» (Живчик Яблуко, Живчик Яблуко негазований, Живчик Лимон, Живчик Груша, Живчик Вишня, Живчик Апельсин, Живчик Апельсин негазований), «Лимонад», «Ситро», «Тархун», «Оболонь зі смаком лайма», Кола Нова», «Унік», «Квас Старокиївський» (Старокиївський, Старокиївський Білий, Старокиївський Темний)
Мінеральні та питні води	«Оболонська» («Оболонська», «Оболонська слабогазована», «Оболонська-2», «Оболонська-2 негазована», «Оболонська плюс лимон», «Оболонська з лимоном і апельсином»), «Прозора» («Прозора сильногазована», «Прозора негазована»), «Аквабаланс», «Охтирська», «Збручанська 77», «Кремінка»
Слабоалкогольна продукція	Водка Лайм», «Ром-кола», «Бренді-кола», «Джин-тонік», «Віскі Вишня», «Rіo» («Rіo Піна Колада», «Rіo де Мохіто», «Rіo Маргарита»)
Снеки	«Оболонські зі смаком барбекю», «Оболонські зі смаком холодцю та хрону», «Оболонські зі смаком червоної ікри», «Оболонські зі смаком бекону», «Vulba Grenki» («Vulba Grenki зі смаком копчених ковбасок», «Vulba Grenki зі смаком холодцю з хроном», «Vulba Grenki зі смаком бекону»)

Джерело: складено автором на основі даних [51]