

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

„ ____ ” _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

на тему: **«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ПРОДУКЦІЇ
АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА РИНОК УКРАЇНИ»**

Виконавець:

студент ЦЗФН

Каранфілов Андрій Сергійович

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Міндова Олена Ігорівна

/підпис/

ОДЕСА 2023

АНОТАЦІЯ

Каранфілов А.С., «Шляхи удосконалення імпорту продукції алкогольної промисловості на ринок України».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023 р.

У роботі розглядаються сутність і особливості імпорту товарів алкогольних напоїв, узагальнено чинники, що здійснюють вплив на імпорт алкогольних напоїв, та розвиток світового ринку алкогольних напоїв.

Охарактеризовано та проаналізовано фінансово-господарську діяльність та особливості організації імпорту алкогольної промисловості, досліджено чинники, що впливають на імпорт, проаналізовано головні показники імпорту.

Ключові слова: імпорт, ринок алкогольних напоїв, витрати на імпорт, умови постачання, зовнішня торгівля, зовнішньоекономічна діяльність.

ANNOTATION

Karanfilov A.S., "Ways of improving the import of alcohol industry products to the market of Ukraine."

Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 292 "International Economic Relations" under the educational program "International Economic Relations". – Odesa National University of Economics. – Odesa, 2023

The work examines the essence and features of the import of alcoholic beverages, summarizes the factors influencing the import of alcoholic beverages, and the development of the world market of alcoholic beverages.

The financial and economic activity and peculiarities of the import organization of the alcohol industry were characterized and analyzed, the factors influencing the import were studied, and the main indicators of the import were analyzed.

Key words: import, alcoholic beverages market, import costs, terms of supply, foreign trade, foreign economic activity.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМПОРТУ ПРОДУКЦІЇ АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ	
1.1. Особливості розвитку алкогольної промисловості в Україні.....	7
1.2. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні.....	14
1.3. Поняття та особливості імпоротної діяльності суб'єкта господарювання на ринку алкогольних продуктів.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
2.1. Загальна характеристика господарської діяльності на ринку алкогольних продуктів.....	37
2.2. Аналіз імпоротної діяльності.....	39
2.3 . Аналіз ринку міцних алкогольних напоїв в Україні.....	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ АЛКОГОЛЬНИХ ПРОДУКТІВ	
3.1 Удосконалення управління імпоротною діяльністю в умовах сучасного економічного розвитку.....	48
3.2. Рекомендації щодо покращення імпоротної діяльності.....	58
3.3. Напрямки розширення експорту підприємства через географічну диверсифікацію.....	61
3.4. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів з удосконалення імпоротної діяльності.....	65
ВИСНОВКИ.....	68
Список використаних джерел.....	74
Додатки.....	76

ВСТУП

Актуальність теми. Ринок алкогольних напоїв є одним з найбільш пріоритетних та бюджетоформуючих галузей харчової промисловості в Україні.

Зараз Україна по кількості вживання алкоголю посідає п'яте місце в світі. Така пристрасть народу до алкоголю зумовила розвиток виробництва алкогольних напоїв. Цей ринок є досить прибутковим, а темпи приросту виробництва з кожним роком збільшуються. Це призводить до збільшення конкуренції та підвищення якості та різноманіття продукції.

Міжнародне економічне співробітництво є одним з головних факторів, що впливають на рівень розвитку економіки кожної країни і світового прогресу в цілому.

Після вступу України до складу Світової організації торгівлі (СОТ) зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання стала важливою і невід'ємною частиною господарської діяльності підприємств, фірм, усіх учасників ринкових відносин.

На сьогоднішній день ринок алкогольної продукції в Україні представлений досить широко. Українські виробники досить успішно витісняють імпортні товари з України.

До вже звичних підприємцям факторів впливу зовнішнього середовища (високий рівень конкуренції на ринку, зміни у законодавстві, нестабільний економічний та політичний стан в країні) у 2020 році вони мали адаптуватися та налагодити усі бізнес-процеси в умовах карантинних обмежень від пандемії SARS-CoV-

Проте повномасштабне вторгнення російських військ в Україну у 2022 році стало ще більшим потрясінням для бізнесу та країни в цілому.

Підприємці мали забезпечити не лише власну безпеку, а й можливість збереження або евакуацію бізнесу з окупованих регіонів або тих, де велися активні бойові дії. Все це вплинуло на ємність, структуру та стан ринку алкогольних напоїв у цілому.

На сьогоднішній день ринок алкогольної продукції в Україні представлений досить широко. Українські виробники досить успішно витісняють імпортні товари з України.

Мета дослідження – дослідити ринок алкогольних напоїв в Україні.

Для досягнення поставленої мети висунуто наступні завдання:

- визначити теоретичну складову та характеристики шляхів удосконалення імпорту продукції алкогольної промисловості на ринок України.
- дослідити фактори, що впливають на імпорт продукції алкогольної промисловості на ринок України.
- проаналізувати стан імпорту продукції алкогольної промисловості на ринок України.
- запропонувати та обґрунтувати шляхи удосконалення імпорту продукції алкогольної промисловості на ринок України.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) є одним з важливих чинників сталого розвитку національного господарства країн світу. Вона є суттєвим джерелом валютних надходжень до державного бюджету. В Україні промисловість є однією з найбільш розвинутих та перспективних галузей економіки та найважливішою статтею експорту, що обумовлює актуальність досліджуваної теми. Значення ЗЕД промислових підприємств полягає в можливості отримувати валютну виручку від експорту, підвищувати технічний рівень виробництва (за рахунок імпорту, більш ефективної техніки і технологій), виробляти конкурентоспроможну продукцію.

Об'єкт дослідження – шляхи удосконалення імпорту продукції алкогольної промисловості на ринок України .

Предмет дослідження – підвищення ефективності імпорту продукції алкогольної промисловості на ринок України .

Методи дослідження: у процесі написання даної роботи використовувались загальнонаукові та специфічні методи дослідження. Було здійснено аналіз наукової літератури з теми дослідження, статистичних даних і звітності за допомогою логічно – абстрактного методу. Окрім цього використовувались методи групування та узагальнення інформації.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМПОРТУ ПРОДУКЦІЇ АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

1.1. Особливості розвитку алкогольної промисловості в Україні

Історія виробництва алкоголю в Україні налічує століття, починаючи з середньовіччя. Однак, справжній підйом галузі відбувся в 19-20 століттях. Алкоголь став важливою складовою економіки, що впливало на розвиток сільського господарства та формування фінансової бази держави.

Загальний огляд ключових подій у виробництві алкоголю в Україні:

Давні часи: Виробництво алкоголю в Україні має стародавні коріння. Вже в середньовіччі на території України існувала традиція виготовлення спирту та алкогольних напоїв, таких як медовуха та горілка.

Козацький період: З часів Київської Русі та особливо в період козацтва алкоголь в Україні мав важливе значення в культурі та побуті. Горілка стала популярним напоєм серед козаків.

Імперська епоха: У часи російської імперії та пізніше у складі СРСР алкоголь регулювався державою. У 20-30-х роках 20 століття в Україні відбувалися події, пов'язані з колективізацією та індустріалізацією, що вплинули на виробництво алкоголю.

Незалежність України: Після отримання незалежності в 1991 році, Україна стикалася з проблемами легалізації та регулювання алкогольного ринку. Розпочалася лібералізація галузі, але з часом знову виникли проблеми з контролем та споживанням алкоголю.

Сучасність: На початку XXI століття Україна продовжує розвивати виробництво різних видів алкоголю, включаючи горілку, вино, пиво та інші напої. Держава впроваджує різні заходи контролю за рекламою та реалізацією алкогольних товарів для обмеження споживання та попередження соціальних проблем, пов'язаних з алкоголем.

Важливо зауважити, що виробництво та споживання алкоголю завжди були часткою культурного спадку України, але одночасно виникали проблеми, пов'язані з надмірним споживанням та його негативними наслідками для суспільства.

До повномасштабного вторгнення Росії на територію нашої країни, Україна мала високий рівень споживання алкоголю порівняно з іншими країнами. Горілка та пиво є дуже популярними напоями.

Проте, у зв'язку з введенням в Україні військового стану попит на алкоголь значно зменшився, зокрема це пов'язано з тим, що змінилось відношення людей до алкоголю.

Наразі, хочу звернути увагу на основні аспекти регулювання продажу алкоголю в Україні:

Законодавство встановлює загальні обмеження для продажу алкоголю. Наприклад, визначаються вікові обмеження для покупців, зазвичай 18 або 21 рік, залежно від типу напою.

Для здійснення діяльності з продажу алкоголю в Україні потрібна ліцензія. Ліцензії надаються на різні періоди та для різних видів алкогольних напоїв.

Законодавство може обмежувати години продажу алкоголю, особливо у нічний час або в певні святкові та релігійні дні. Зокрема, ми побачили це в період введення військового стану на території України.

Існують правила щодо реклами алкоголю, включаючи заборону реклами в певних медіа та обмеження на зміст рекламних матеріалів. Також вимагається маркування продуктів з інформацією про вміст алкоголю.

Встановлюються акцизи та податки на алкогольні напої, що регулюються окремими законами. Ці збори можуть залежати від об'єму, типу алкоголю та інших факторів.

Продавці алкоголю зобов'язані дотримуватися правил відповідальної продажі, включаючи відмову від обслуговування осіб, які перебувають під впливом алкоголю або неповнолітніх.

Деякі області можуть встановлювати додаткові обмеження або вимоги, що стосуються продажу алкоголю, враховуючи місцеві особливості та потреби.

Алкогольний напій – це напій, який містить значну кількість етанолу (спирту), заспокійливий засіб, який в низьких дозах викликає ейфорію, зниження тривожності і товариськості, а в більш високих дозах викликає інтоксикацію.

В останні роки Україна провела реформи в сфері алкогольного регулювання з метою боротьби з контрабандою та підвищенням податкових надходжень.

Держава активно впроваджує політику боротьби з контрабандою та нелегальним виробництвом алкоголю для захисту ринку та здоров'я громадян.

Алкогольна промисловість України відіграє значущу роль у соціокультурному та економічному розвитку країни.

Розглянемо особливості розвитку алкогольної промисловості в Україні, враховуючи традиції виробництва, законодавчі аспекти, експорт-імпортні відносини та тенденції модернізації.

Україна славиться своєю багатою історією виробництва алкогольних напоїв, зокрема горілки та вина. Горілка, що є символом української культури, має великий попит на внутрішньому ринку, а виноробство процвітає в регіонах з сприятливим кліматом для вирощування винограду.

Україна активно вживає заходи для регулювання алкогольної галузі, встановлюючи суворі законодавчі норми. Це включає в себе не тільки виробництво, а й реалізацію та рекламу алкогольних напоїв. Ці заходи

призначені для забезпечення безпеки споживачів та контролю негативного впливу алкоголю на суспільство.

Деякі українські алкогольні бренди здобувають популярність на світовому ринку. Експорт алкогольних напоїв стає важливим фактором для розвитку галузі, відкриваючи нові можливості для виробників та сприяючи зростанню економіки.

За останні роки спостерігається зростаючий інтерес до модернізації алкогольної промисловості в Україні. Виробники впроваджують нові технології, удосконалюють управлінські практики та розробляють нові сорти алкогольних напоїв для відповіді на смакові уподобання споживачів, які змінюються постійно.

Україна є великим виробником алкогольних напоїв, і важливою частиною галузі є задоволення внутрішнього попиту. Взаємодія між виробниками та споживачами, а також розвиток нових продуктів, визначають сприйняття алкоголю в суспільстві.

Алкогольна промисловість також стикається з соціальними викликами, пов'язаними з питаннями здоров'я, залежністю та безпекою. Влада та галузеві гравці здійснюють спільні зусилля для зменшення негативного впливу алкоголю на суспільство.

Розвиток алкогольної промисловості може бути пов'язаним із застосуванням нових технологій виробництва, появою нових сортів алкогольних напоїв, а також активним маркетингом для привертання споживачів.

Україна активно веде боротьбу з незаконним виробництвом та реалізацією алкогольних напоїв. Це стосується не лише виробництва підробок, але й контрабанди алкоголю. Запровадження та посилення контролю сприяє захисту якісної та безпечної продукції на ринку.

Алкогільна промисловість в Україні піддається впливу глобальних тенденцій, таких як зростання популярності ремесльницьких напоїв, орієнтація на здоровий спосіб життя та відповідальне споживання алкоголю.

В останні роки спостерігається зростання інтересу до крафтових алкогільних напоїв. Виробники зосереджують увагу на якості та унікальності своєї продукції, а споживачі демонструють попит на новаторські та місцеві бренди.

Українська алкогільна промисловість, об'єднуючи традиції та інновації, стає важливим рушієм економічного розвитку країни. Виробники, регулювальні органи та споживачі взаємодіють для забезпечення розвитку галузі відповідно до сучасних стандартів та цінностей суспільства. Збалансований підхід до розвитку алкогільної промисловості сприятиме сталому зростанню економіки та благополуччю суспільства.

Реалізація алкогільних напоїв займає суттєву долю у структурі наповнення бюджетів різних рівнів: державного, місцевого, а також відіграє суттєву роль у соціальному аспекті розвитку нації та окремого громадянина.

Не дивлячись на те, що алкогільні вироби не є життєво необхідним товаром, та більш того завдає негативного впливу на здоров'я людини, попит на них на жаль високий.

Саме тому важливою є роль держави у регулюванні та контролі вітчизняного ринку алкогільних напоїв задля мінімізації негативного впливу на різні аспекти розвитку нації, зокрема соціальні, культурні.

Хочу зазначити, що в Україні застосовується цінова політика стосовно продажу алкоголю. Вона полягає у встановленні мінімальної роздрібної ціни. Її метою є зменшення рівня надмірного споживання алкогільних напоїв «шляхом забезпечення того, що роздрібні ціни не сильно знизяться протягом конкретних періодів.

Окрему увагу хочу приділити, впливу продажу алкогольних напоїв на економіку України. Даний матеріал представлений у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Вплив продажу алкогольних напоїв на економіку України

Позитивний вплив	Негативний вплив
Податки та акцизи - держава отримує значні доходи від податків та акцизів на алкоголь. Ці кошти можуть використовуватися для фінансування соціальних програм, освіти, охорони здоров'я та інфраструктурних проектів	Загроза громадському здоров'ю - зловживання алкоголем може призвести до серйозних проблем здоров'я та загрозити громадському здоров'ю. Це може викликати додаткові витрати для системи охорони здоров'я та соціальної сфери
Створення робочих місць - промисловість алкогольних напоїв створює значну кількість робочих місць в сферах виробництва, дистрибуції, роздрібної торгівлі та інших супутніх галузях	Соціальні проблеми - частіше вживання алкоголю може призвести до соціальних проблем, таких як сімейні конфлікти, насильство, злочини та безпритульність
Сприяння туризму - Виноробство та алкогольна промисловість можуть стати важливим елементом туристичного приваблення. Винні тури та фестивалі можуть привертати туристів та сприяти розвитку туристичного сектору	Втрати продуктивності - алкоголь може впливати на продуктивність праці та навчання, що може викликати втрати для економіки внаслідок зменшення ефективності праці та рівня кваліфікацій
	Витрати на лікування та реабілітацію - збільшення кількості осіб із проблемами алкогольного споживання може призвести до додаткових витрат на лікування, реабілітацію та соціальну підтримку

1.2. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні

Ринок алкогольних напоїв в Україні є важливою складовою економіки та культурного спадку країни. За останні декілька років у алкогольній галузі сформувалися кілька ключових тенденцій, що нині зберігають свою актуальність.

На їх формування істотно вплинуло повномасштабне вторгнення країни - терориста в Україну.

Після незалежності України в 1991 році відбулися реформи в алкогольній галузі, що призвели до лібералізації ринку. Багато виробників з'явилися на ринку, виробляючи різноманітні алкогольні напої, включаючи вина, горілку, пиво та інші категорії.

Після отримання незалежності Україною у 1991 році, країна стикнулася з необхідністю реформування різних сфер економіки, включаючи алкогольну галузь. В цьому контексті відбулися значущі реформи, спрямовані на лібералізацію ринку алкоголю. Реформи та їх пояснення можуть бути представлені у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2

Реформи, спрямовані на лібералізацію ринку алкоголю

Аспекти лібералізації ринку алкоголю в Україні	Пояснення
Закриття державного монополію	Завершено було епоху державної монополії на виробництво та продаж алкогольних напоїв. Це відкрило двері для приватних підприємців і знизило витрати на виробництво
Процес ліцензування	Замість державної монополії було введено систему ліцензування, яка регулювала діяльність суб'єктів ринку. Це стимулювало конкуренцію та надавало підприємствам більше вільності у виборі стратегій.

Приватизація підприємств	Багато державних алкогольних підприємств були приватизовані, що забезпечило входження приватного капіталу та нових управлінських практик у галузь
--------------------------	---

Наслідки реформ, які були спрямовані на лібералізацію ринку алкоголю в Україні представлені у вигляді таблиці 3.

Таблиця 3

Наслідки лібералізації ринку алкоголю

Наслідки лібералізації ринку алкоголю	Пояснення
Економічний зріст	Лібералізація сприяла зростанню алкогольної промисловості, забезпечуючи нові можливості для підприємців та збільшуючи виробництво
Конкуренція та інновації	З'явилися нові учасники на ринку, що призвело до збільшення конкуренції та стимулювання інновацій в алкогольній галузі
Нові робочі місця регіонів	Приватизація та розширення галузі створили нові робочі місця та сприяли соціальному розвитку

Виноробство в Україні зазнало певного підйому, і українські вина стають все більш визнаними як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку.

Головні аспекти даного напрямку наступні:

- В Україні спостерігається виноробний бум, зокрема на Заході та Південному Заході країни. Багато виноробень виводять на ринок якісні вина, що стали конкурентоспроможними як в Україні, так і за її межами.
- З'явилися нові сорти вин та виноробні регіони, що розширює палітру алкогольних напоїв для споживачів та стимулює інтерес до виноробства.

- Українські вина активно беруть участь у міжнародних конкурсах і змаганнях, де вони отримують високі оцінки та визнання.
- Споживачі українських алкогольних напоїв демонструють зміну уподобань, вибираючи все частіше вина як альтернативу традиційним напоям.
- Крафтові пивоварні отримують популярність, виробляючи нестандартні та смачні види пива.
- Зростає популярність коктейльної культури, яка сприяє розвитку барного мистецтва та створенню унікальних алкогольних напоїв.

На ринку з'являються нові бренди та сорти алкогольних напоїв. Розширення асортименту та диференціація продукції відбувається через кращі технології виробництва та підвищену конкуренцію серед виробників.

Національний ринок відкритий для іноземних алкогольних брендів, і споживачі можуть обирати серед широкого спектру імпортованих напоїв.

Уряд впроваджує регулятивні механізми для контролю над ринком алкогольних напоїв, зокрема щодо реклами, годин продажу, вікових обмежень та інших аспектів.

Свідомість щодо соціальної відповідальності споживання алкоголю зросла, і влада, а також громадські організації, сприяють освіті та пропаганді щодо шкідливих наслідків зловживання алкоголем.

Завдяки удосконаленню стандартів та контролю за якістю виробленої продукції, споживачі можуть більш довіряти якості алкогольних напоїв на внутрішньому ринку.

У цілому, сучасний ринок алкогольних напоїв в Україні є динамічним та змінним, відображаючи тенденції споживання, виробництва та регулювання.

Основними тенденціями розвитку ринку алкогольної продукції, що сформувалися під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів, є такі:

- переорієнтація українського споживача на продукцію вітчизняного виробника. Початок повномасштабного вторгнення російських військ на територію України, попри всі жахіття, об'єднав українців в єдину згуртовану націю, де всі підтримують один одного та допомагають усім можливим. Це відобразилося і у зміні пріоритетів при купівлі більшості товарів та придбанні послуг;

- преміюмізація споживання алкогольних напоїв та підвищення рівня усвідомленості споживачів. Один із загальних трендів, що притаманний як вітчизняному, так і світовому ринку. Причиною є те, що люди почали надавати перевагу не кількості алкогольних напоїв, а якості та новим смаковим враженням.

- диджиталізація. За даними аналітиків The International Wine and Spirits Research (IWSR), у 2020 р. рівень електронної комерції в алкогольній галузі збільшився майже на 43 %, що на 31 % більше, ніж у 2019 році. Вони також прогнозують, що до 2025 року рівень електронної торгівлі буде становити 6 % від рівня усієї роздрібної торгівлі. Тенденція до онлайн-купівлі вже не обмежується лише окремими сегментами, саме тому алкогольні напої не є винятком.

- новий рівень домашнього споживання. Суттєві обмеження, що були введені на протидію розповсюдженню пандемії SARS-CoV-2, вплинули майже на всі сфери життєдіяльності людини у всьому світі. В першу чергу це стосувалося зміни робочого режиму, що переважно проходив віддалено, а також способу життя в цілому, що переорієнтував людей від місць скупчення на більш домашні умови.

На сучасному етапі розвитку України ринок алкогольних напоїв є динамічним та різноманітним. Головні сегменти цього ринку включають горілку, вино, пиво та імпорتنі алкогольні напої. Виробники використовують

сучасні технології та стандарти для забезпечення якості своєї продукції та конкурентоспроможності на ринку.

Загальносвітовий тренд до крафтових напоїв виявляє великий вплив на алкогольний ринок, і Україна не є винятком. Багато молодих виробників створюють унікальні алкогольні продукти, привертаючи увагу нового покоління споживачів, які цінують автентичність та оригінальність.

Виноробство в Україні переживає позитивний розвиток, зокрема завдяки високій якості вин та активному рекламному просуванню на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Виноробство — це галузь промисловості, пов'язана з вирощуванням винограду і виробництвом вина. Процес виноробства включає кілька етапів, починаючи від вибору сортів винограду та закінчуючи розливкою та зберіганням вина.

Ринок алкогольних напоїв в Україні перебуває на перехідному етапі, враховуючи складні економічні, соціокультурні та регуляторні виклики. Сприятливі тенденції також вказують на нові можливості для розвитку та зміцнення галузі. Сучасний стан ринку та його перспективи вимагають від виробників, регуляторів та споживачів узгоджених зусиль для створення здорового та стійкого алкогольного ринку в Україні.

Аналізуючи сучасний стан та тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні, можна зробити декілька ключових висновків.

Ринок алкогольних напоїв в Україні вражає своєю різноманітністю та конкурентністю. Змішання традиційних напоїв із новаторськими технологіями та витворами відкриває безліч можливостей для виробників та задовольняє різні смакові попити споживачів.

Зростаючий вплив технологій, зокрема електронної комерції, перетворює спосіб, яким споживачі взаємодіють із своїми улюбленими

алкогольними брендами. Це створює можливості для гнучкості у продажах та рекламі, а також покращеного обслуговування споживачів.

Заходи до соціальної відповідальності та сталого розвитку стають необхідною частиною стратегій багатьох компаній. Розвиток альтернативних та безалкогольних напоїв відповідає на зміни у смакових уподобаннях споживачів та сприяє здоровому способу життя.

Спрощення регулятивних обмежень в алкогольній галузі може збільшити гнучкість для виробників, але одночасно вимагатиме від них вищого ступеня саморегуляції та відповідальності в контексті соціальних інтересів та здоров'я споживачів.

Розширення експортних можливостей та співпраця з міжнародними партнерами можуть сприяти українським виробникам в освоєнні нових ринків та збільшенні глобальної конкурентоспроможності.

Компанія Research & Branding Group провела опитування населення України стосовно їх ставлення до алкогольних напоїв. Основні результати:

- приблизно 30 % українців проти вживання алкогольних напоїв;
- найбільш популярними алкогольними напоями в Україні є пиво та горілка;
- у середньому в Україні горілку купують кожні 2–2.5 тижня, вино – три рази на два місяці, коньяк – трохи рідше, ніж раз на місяць.

У багатьох країнах світу, в тому числі і в Україні, можна спостерігати тенденцію до зменшення загального рівня споживання алкоголю. Це пов'язано зі зростанням обізнаності щодо здорового способу життя, а також з підвищенням свідомості щодо соціальних та медичних наслідків надмірного споживання алкоголю.

Виноробна та пивоварна галузі можуть розширювати асортимент своєї продукції, представляючи нові сорти та бренди, а також використовуючи інноваційні технології у виробництві.

1.2. Поняття та особливості імпортої діяльності суб'єкта господарювання на ринку алкогольних продуктів

Імпортої діяльність суб'єкта господарювання - це процес введення та реалізації товарів або послуг на території країни, які були вироблені чи придбані за кордоном. У контексті алкогольних продуктів, імпортої діяльність включає в себе закупівлю алкогольних напоїв або сировини для їх виробництва з-за кордону та їх подальшу реалізацію на внутрішньому ринку.

Імпортої діяльність на ринку алкогольних продуктів вимагає від суб'єктів господарювання уважності до регуляторних вимог, культурних особливостей та розуміння специфіки галузі. Ефективне управління імпортої ланкою постачання та дотримання вимог сприяють сталому та успішному функціонуванню на цьому конкурентному ринку.

Особливості імпортої діяльності на ринку алкогольних продуктів:

Імпорт алкогольних напоїв піддається суворому ліцензуванню та регулюванню в країні-імпортері. Суб'єкт господарювання повинен отримати відповідні ліцензії та дотримуватися правил щодо ввезення та реалізації алкогольної продукції.

В Україні імпорт алкогольних продуктів підпадає під регулювання та контроль з боку державних органів. Ліцензування та реєстрація є обов'язковими етапами для осіб чи компаній, які прагнуть займатися імпортом алкогольних продуктів.

Загальна інформація про процес ліцензування:

Для імпорту алкогольних продуктів в Україні необхідно отримати спеціальну ліцензію на право провадження господарської діяльності з імпорту алкогольних напоїв. Цю ліцензію видає Державна фіскальна служба України.

Після отримання ліцензії, імпортер повинен пройти реєстрацію в Державній фіскальній службі (ДФС). Це включає в себе внесення відомостей про компанію, деталей ліцензії, а також інших документів, що підтверджують право на імпорт.

Імпортер повинен сплатити акцизний податок на алкогольні напої. Розмір податку залежить від обсягу та типу імпортованої продукції.

Імпортер повинен також забезпечити виконання ветеринарних та санітарних вимог. Продукція повинна відповідати стандартам якості та безпеки, встановленим відповідними органами.

Імпортер повинен пройти митне оформлення для ввезення товарів на митну територію України. Це включає у себе декларування товарів та сплата митних зборів.

В Україні діє система електронного моніторингу алкогольних продуктів (ЕСМАП), яка визначається законом та вимагає, щоб імпортери реєструвалися та вносили дані про кожну партію імпортованих алкогольних напоїв в електронну систему.

Важливо зазначити, що правила і процедури можуть змінюватися, і рекомендується отримувати актуальну інформацію від відповідних державних органів або юридичних консультантів перед здійсненням імпортової діяльності в алкогольній галузі.

Крім того, імпортери алкогольних продуктів повинні враховувати міжнародні стандарти та вимоги щодо якості та безпеки алкогольних напоїв.

Наведу деякі аспекти, які важливо враховувати:

Україна має зобов'язання в рамках світових та регіональних організацій, таких як Світова організація з торгівлі (СОТ), щодо дотримання стандартів та нормативів у галузі торгівлі та імпорту алкогольних продуктів.

Україна зобов'язана адаптувати своє законодавство та регулюючі акти до міжнародних норм і стандартів, зокрема тих, які визначені СОР, Технічним регламентом Таможенного союзу "Про безпечність харчових продуктів" та іншими.

Важливим аспектом є виконання стандартів щодо якості та безпеки алкогольних продуктів, встановлених міжнародними організаціями та стандартами, такими як ISO.

Україна повинна розвивати механізми, що сприяють експорту алкогольних продуктів, дотримуючись вимог щодо маркування, упаковки та інших норм, які можуть визначати відповідність стандартам інших країн.

В Україні діє система електронного моніторингу алкогольних продуктів (ЕСМАП), яка слідкує за всім життєвим циклом продукції, від виробництва до реалізації. Ця система сприяє відповідності стандартам та регулюванням.

Дотримання міжнародних митних вимог та стандартів, визначених Міжнародною торгівельною організацією (СОР), також є важливим для забезпечення ефективного імпорту.

Загальне дотримання цих принципів сприяє розвитку позитивного іміджу України на світовому ринку та забезпечує відкритий та ефективний обмін алкогольними продуктами з іншими країнами.

Суб'єкти господарювання повинні враховувати митні обов'язки та податки, пов'язані із ввезенням алкогольних продуктів. Різні країни можуть мати різні ставки мита та податків на алкоголь.

Імпорт алкогольних продуктів в Україні підпадає під специфічні митні та податкові правила, які представлені у вигляді таблиці 4.

Таблиця 4

Основні митні обов'язки та податки, пов'язані з імпортом алкогольних продуктів

Основні митні обов'язки та податки,	Пояснення
-------------------------------------	-----------

пов'язані з імпортом алкогольних продуктів	
--	--

Продовження табл. 4

Акцизний податок	Імпорттер повинен сплатити акцизний податок на алкогольні напої. Розмір акцизного податку визначається відповідно до законодавства та залежить від типу та об'єму імпортованої продукції
Митні збори	Україна застосовує митні збори на імпорт товарів, включаючи алкогольні продукти. Розмір митних зборів обчислюється відповідно до митного вартості товарів та залежить від коду товарної позиції в митному тарифі
Податок на додану вартість (ПДВ)	При імпорті алкогольних продуктів обов'язково сплачується ПДВ. Розмір ПДВ визначається за ставкою, встановленою податковим законодавством, і обчислюється на суму митних зборів та акцизного податку
Ввізні заборони та обмеження	Україна може встановлювати ввізні заборони або обмеження на окремі види алкогольних продуктів або від певних виробників. Імпорттер повинен враховувати такі обмеження при здійсненні імпорту
Ліцензування	Імпорт алкогольних продуктів також може вимагати ліцензії від Державної фіскальної служби України, яка регулює діяльність імпортерів алкоголю
Електронний моніторинг	Система електронного моніторингу алкогольних продуктів (ЕСМАП) в Україні встановлюється для контролю за обігом алкогольних напоїв та може впливати на процеси імпорту

Податки та мита можуть змінюватися відповідно до змін в законодавстві, тому рекомендується звертатися до офіційних джерел та консультантів для отримання актуальної інформації перед здійсненням імпоротної діяльності на ринку алкогольних продуктів в Україні.

Алкогольні напої можуть підпадати під специфічні вимоги та обмеження, такі як маркування, здоров'я та безпека споживача. Суб'єкти господарювання повинні враховувати ці аспекти при ввезенні та продажу алкоголю.

Алкогольні продукти повинні мати правильне маркування відповідно до вимог законодавства. Це включає в себе інформацію про виробника, країну походження, кількість алкоголю та інші обов'язкові вказівки.

Імпорттер повинен забезпечити, що імпортовані алкогольні продукти відповідають вимогам щодо якості та безпеки, встановленим українським законодавством. Це може включати в себе відповідність стандартам ISO, ГОСТ і іншим нормативам.

Згідно з системою електронного моніторингу алкогольних продуктів (ЕСМАП), імпортер повинен здійснювати електронний облік інформації про кількість та рух алкогольних продуктів в електронній системі.

Імпорт алкогольних продуктів може бути обмежений або заборонений на підставі різних критеріїв, таких як країна походження, склад продукту, або інші фактори.

Ці вимоги можуть змінюватися залежно від типу алкогольних продуктів та змін в законодавстві. Отже, перед здійсненням імпоротної діяльності, необхідно звертатися до офіційних джерел та юридичних консультантів для отримання актуальної інформації.

Імпорттери повинні забезпечити контроль якості алкогольних напоїв під час перевезення та зберігання. Це включає в себе дотримання стандартів зберігання, транспортування та відстеження продукції.

Маркетинг та адаптація до місцевих смаків:

Суб'єкти господарювання повинні адаптувати свої маркетингові стратегії та асортимент продукції до місцевих смакових уподобань та культурних особливостей.

Ось деякі ключові аспекти, які важливо враховувати:

Необхідно використовувати маркетингові стратегії, які враховують особливості українського ринку. Це може включати в себе маркування та рекламу, які враховують місцеві культурні та смакові особливості.

Потрібно виробляти продукцію, яка має місцевий вигляд та відповідає українським традиціям та цінностям. Адаптувати маркетингові матеріали та позиціонування продукції, щоб вони були привабливими для місцевих споживачів.

Встановлення партнерств з місцевими дистриб'юторами, ресторанами, барами та іншими гравцями ринку може допомогти вам легше виходити на ринок та адаптуватися до місцевих умов.

Враховувати економічні особливості місцевого ринку. Забезпечити конкурентоспроможні ціни, не забуваючи про важливість якості продукції.

Розробити стратегію збудування позитивного іміджу та бренду. Враховуйте місцеві традиції та цінності в рекламних кампаніях та інших маркетингових ініціативах.

Активно вивчати та реагувати на зміни в смаках споживачів та інші тенденції ринку. Адаптуйте свою продукцію та маркетинг відповідно.

Залучати споживачів через участь у місцевих заходах, фестивалях або спонсорство подій. Це може допомогти підняти свідомість про бренд та продукцію.

Адаптація до місцевих смаків та врахування культурних особливостей України є ключовим елементом успішної імпортої діяльності в цій галузі.

Імпортери повинні підтримувати ефективну взаємодію з регуляторами алкогольного ринку, співпрацюючи щодо вирішення різних питань, включаючи безпеку, легалізацію та маркування.

Взаємодія з регуляторами є важливою частиною імпоротної діяльності на ринку алкогольних продуктів в Україні. Законодавство та нагляд за імпортом алкогольних напоїв регулюється кількома органами, включаючи Державну фіскальну службу України, Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (Держпродспоживслужба), та інші.

Після ввезення на територію країни імпортні алкогольні продукти можуть розподілятися через дистриб'юторів або роздрібні мережі. Співпраця з місцевими партнерами може бути важливою для успішного впровадження продукції на ринок.

Суб'єкти господарювання повинні провести аналіз ринку для визначення попиту та споживчих уподобань. Це може включати вивчення конкуренції, цінової політики та маркетингових стратегій.

Участь у місцевих та міжнародних виставках алкогольних продуктів може бути ефективним способом просування бренду та встановлення контактів з партнерами та клієнтами.

Враховуючи ці аспекти, суб'єкти господарювання можуть успішно реалізовувати імпорتنу діяльність на ринку алкогольних продуктів, сприяючи якісному впровадженню та популяризації своєї продукції в новому регіоні.

Загалом, імпортна діяльність на ринку алкогольних продуктів вимагає від суб'єктів господарювання високого рівня відповідальності, фаховості та врахування різноманітних аспектів регулювання та міжнародного бізнесу.

У сучасному світі імпортна діяльність суб'єкта господарювання на ринку алкогольних продуктів є складною та вимогливою сферою, що потребує уважного планування та стратегічного підходу. Здійснення імпорту алкогольних напоїв передбачає дотримання численних регуляторних норм, які стосуються ліцензування, реклами, митниці та соціальної відповідальності.

Особливості імпоротної діяльності у сфері алкогольних продуктів, такі як високі мита, регулювання виробника та обмеження в рекламі, ставлять підприємства перед викликами, які вимагають гнучкості та стратегічної адаптації.

Важливою є соціальна відповідальність у сфері алкогольних напоїв, яка несе відповідальність перед споживачами та суспільством. Залучення до ініціатив з відповідального вживання алкоголю та дотримання етичних норм сприяє позитивному іміджу підприємства та підвищує рівень споживчої довіри.

Незважаючи на труднощі, які виникають при імпорті алкогольних продуктів, успішні суб'єкти господарювання мають можливість виграти на міжнародному ринку, забезпечуючи якісні та культурно адаптовані алкогольні напої для різних аудиторій. Активне вдосконалення логістичних процесів, стратегічна маркетингова діяльність та дотримання високих стандартів якості можуть сприяти успішному розвитку імпоротної діяльності на цьому конкурентному ринку.

Висновки до Розділу 1.

Історія виробництва алкоголю в Україні налічує століття, починаючи з середньовіччя. Однак, справжній підйом галузі відбувся в 19-20 століттях. Алкоголь став важливою складовою економіки, що впливало на розвиток сільського господарства та формування фінансової бази держави.

Загальний огляд ключових подій у виробництві алкоголю в Україні:

Давні часи: Виробництво алкоголю в Україні має стародавні коріння. Вже в середньовіччі на території України існувала традиція виготовлення спирту та алкогольних напоїв, таких як медовуха та горілка.

Козацький період: З часів Київської Русі та особливо в період козацтва алкоголь в Україні мав важливе значення в культурі та побуті. Горілка стала популярним напоєм серед козаків.

Імперська епоха: У часи російської імперії та пізніше у складі СРСР алкоголь регулювався державою. У 20-30-х роках 20 століття в Україні відбувалися події, пов'язані з колективізацією та індустріалізацією, що вплинули на виробництво алкоголю.

Незалежність України: Після отримання незалежності в 1991 році, Україна стикалася з проблемами легалізації та регулювання алкогольного ринку. Розпочалася лібералізація галузі, але з часом знову виникли проблеми з контролем та споживанням алкоголю.

Сучасність: На початку XXI століття Україна продовжує розвивати виробництво різних видів алкоголю, включаючи горілку, вино, пиво та інші напої. Держава впроваджує різні заходи контролю за рекламою та реалізацією алкогольних товарів для обмеження споживання та попередження соціальних проблем, пов'язаних з алкоголем.

Важливо зауважити, що виробництво та споживання алкоголю завжди були часткою культурного спадку України, але одночасно виникали проблеми, пов'язані з надмірним споживанням та його негативними наслідками для суспільства.

До повномасштабного вторгнення росії на територію нашої країни, Україна мала високий рівень споживання алкоголю порівняно з іншими країнами. Горілка та пиво є дуже популярними напоями.

Проте, у зв'язку з введенням в Україні військового стану попит на алкоголь значно зменшився, зокрема це пов'язано з тим, що змінилось відношення людей до алкоголю.

Алкогольний напій – це напій, який містить значну кількість етанолу (спирту), заспокійливий засіб, який в низьких дозах викликає ейфорію, зниження тривожності і товариськості, а в більш високих дозах викликає інтоксикацію.

В останні роки Україна провела реформи в сфері алкогольного регулювання з метою боротьби з контрабандою та підвищенням податкових надходжень.

Держава активно впроваджує політику боротьби з контрабандою та нелегальним виробництвом алкоголю для захисту ринку та здоров'я громадян.

Наразі спостерігається зростання інтересу до крафтових алкогольних напоїв. Виробники зосереджують увагу на якості та унікальності своєї продукції, а споживачі демонструють попит на новаторські та місцеві бренди.

Українська алкогольна промисловість, об'єднуючи традиції та інновації, стає важливим рушієм економічного розвитку країни. Виробники, регулювальні органи та споживачі взаємодіють для забезпечення розвитку галузі відповідно до сучасних стандартів та цінностей суспільства. Збалансований підхід до розвитку алкогольної промисловості сприятиме сталому зростанню економіки та благополуччю суспільства.

Реалізація алкогольних напоїв займає суттєву долю у структурі наповнення бюджетів різних рівнів: державного, місцевого, а також

відіграє суттєву роль у соціальному аспекті розвитку нації та окремого громадянина.

Не дивлячись на те, що алкогольні вироби не є життєво необхідним товаром, та більш того завдає негативного впливу на здоров'я людини, попит на них на жаль високий.

Саме тому важливою є роль держави у регулюванні та контролі вітчизняного ринку алкогольних напоїв задля мінімізації негативного впливу на різні аспекти розвитку нації, зокрема соціальні, культурні.

В Україні застосовується цінова політика стосовно продажу алкоголю. Вона полягає у встановленні мінімальної роздрібної ціни. Її метою є зменшення рівня надмірного споживання алкогольних напоїв «шляхом забезпечення того, що роздрібні ціни не сильно знизяться протягом конкретних періодів.

Вплив продажу алкогольних напоїв на економіку України.

Позитивним впливом є те, що держава отримує значні доходи від податків та акцизів на алкоголь. Ці кошти можуть використовуватися для фінансування соціальних програм, освіти, охорони здоров'я та інфраструктурних проектів.

Промисловість алкогольних напоїв створює значну кількість робочих місць в сферах виробництва, дистрибуції, роздрібної торгівлі та інших супутніх галузях.

Виноробство та алкогольна промисловість можуть стати важливим елементом туристичного приваблення. Винні тури та фестивалі можуть привертати туристів та сприяти розвитку туристичного сектору.

Наслідками негативного впливу в першу чергу є те, що зловживання алкоголем може призвести до серйозних проблем здоров'я та загрозити

громадському здоров'ю. Це може викликати додаткові витрати для системи охорони здоров'я та соціальної сфери.

Частіше вживання алкоголю може призвести до соціальних проблем, таких як сімейні конфлікти, насильство, злочини та безпритульність.

Алкоголь може впливати на продуктивність праці та навчання, що може викликати втрати для економіки внаслідок зменшення ефективності праці та рівня кваліфікацій.

Збільшення кількості осіб із проблемами алкогольного споживання може призвести до додаткових витрат на лікування, реабілітацію та соціальну підтримку.

Виробництво алкоголю може мати негативний вплив на навколишнє середовище через використання великої кількості ресурсів та утворення відходів.

Імпортна діяльність суб'єкта господарювання - це процес введення та реалізації товарів або послуг на території країни, які були вироблені чи придбані за кордоном. У контексті алкогольних продуктів, імпортна діяльність включає в себе закупівлю алкогольних напоїв або сировини для їх виробництва з-за кордону та їх подальшу реалізацію на внутрішньому ринку.

Імпортна діяльність на ринку алкогольних продуктів вимагає від суб'єктів господарювання уважності до регуляторних вимог, культурних особливостей та розуміння специфіки галузі. Ефективне управління імпортною ланкою постачання та дотримання вимог сприяють сталому та успішному функціонуванню на цьому конкурентному ринку.

Для імпорту алкогольних продуктів в Україні необхідно отримати спеціальну ліцензію на право провадження господарської діяльності з імпорту алкогольних напоїв. Цю ліцензію видає Державна фіскальна служба України.

Після отримання ліцензії, імпортер повинен пройти реєстрацію в Державній фіскальній службі (ДФС). Це включає в себе внесення відомостей про компанію, деталей ліцензії, а також інших документів, що підтверджують право на імпорт.

Імпортер повинен сплатити акцизний податок на алкогольні напої. Розмір податку залежить від обсягу та типу імпортованої продукції.

Імпортер повинен також забезпечити виконання ветеринарних та санітарних вимог. Продукція повинна відповідати стандартам якості та безпеки, встановленим відповідними органами.

Імпортер повинен пройти митне оформлення для ввезення товарів на митну територію України. Це включає у себе декларування товарів та сплата митних зборів.

В Україні діє система електронного моніторингу алкогольних продуктів (ЕСМАП), яка визначається законом та вимагає, щоб імпортери реєструвалися та вносили дані про кожну партію імпортованих алкогольних напоїв в електронну систему.

Важливо зазначити, що правила і процедури можуть змінюватися, і рекомендується отримувати актуальну інформацію від відповідних державних органів або юридичних консультантів перед здійсненням імпортової діяльності в алкогольній галузі.

Імпортери алкогольних продуктів повинні враховувати міжнародні стандарти та вимоги щодо якості та безпеки алкогольних напоїв.

Дотримання міжнародних стандартів імпортової діяльності на ринку алкогольних продуктів є важливим аспектом для розвитку та успішної взаємодії з іноземними партнерами. Україна приділяє увагу впровадженню та вдосконаленню відповідних нормативних та законодавчих засад для забезпечення відповідності міжнародним стандартам.

Одним з головних аспектів, які важливо враховувати являється, що Україна має зобов'язання в рамках світових та регіональних організацій, таких як Світова організація з торгівлі (СОТ), щодо дотримання стандартів та нормативів у галузі торгівлі та імпорту алкогольних продуктів.

Україна зобов'язана адаптувати своє законодавство та регулюючі акти до міжнародних норм і стандартів, зокрема тих, які визначені СОТ, Технічним регламентом Таможенного союзу "Про безпечність харчових продуктів" та іншими.

Важливим аспектом є виконання стандартів щодо якості та безпеки алкогольних продуктів, встановлених міжнародними організаціями та стандартами, такими як ISO.

Україна повинна розвивати механізми, що сприяють експорту алкогольних продуктів, дотримуючись вимог щодо маркування, упаковки та інших норм, які можуть визначати відповідність стандартам інших країн.

Сучасний розвиток галузі характеризується розширенням асортименту, ростом ринків крафтових напоїв та активним застосуванням маркетингу.

Імпорт алкогольних продуктів вимагає від суб'єкта господарювання дотримання комплексу вимог, таких як ліцензування, митні процедури, стандарти безпеки, адаптація до культурних особливостей та споживчих уподобань.

Успішна імпортна діяльність також потребує стратегій маркетингу, логістики та співпраці з місцевими структурами влади.

У зв'язку з ростом усвідомленості споживачів стосовно екологічних питань та здорового способу життя, суб'єкти господарювання у сфері алкогольних напоїв повинні акцентувати увагу на сталому розвитку.

Зменшення впливу на навколишнє середовище, підтримка місцевих громад та робота над зменшенням алкогольних шкідливих наслідків стають важливими аспектами діяльності.

В контексті глобалізації суб'єкти господарювання у сфері алкогольних напоїв можуть здобувати переваги від міжнародного співробітництва.

Партнерство та участь у міжнародних виставках може розширити географію впровадження їхніх продуктів та обмін досвідом з іншими компаніями.

Загалом, алкогольна промисловість в Україні перебуває на перехресті трансформацій, де виробники та дистриб'ютори мають можливість адаптуватися до нових умов, сприяти сталому розвитку та впроваджувати інновації для задоволення змінюваних потреб споживачів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Загальна характеристика господарської діяльності на ринку алкогольних продуктів

Господарська діяльність на ринку алкогольних продуктів є ключовим елементом економіки та визначається великим розмаїттям факторів, які включають законодавче регулювання, технологічний прогрес, маркетингові стратегії, соціокультурні та економічні впливи.

Господарська діяльність на ринку алкогольних продуктів значно визначається законодавчими нормами, які регулюють виробництво, рекламу, розповсюдження та споживання алкогольних напоїв. Законодавчі рамки встановлюються для забезпечення якості продукції, безпеки споживачів та контролю за ринковими відносинами.

Технології виробництва алкогольних продуктів розвиваються відповідно до сучасних стандартів безпеки та ефективності. Від традиційного виноробства та пивоваріння до використання сучасних методів дистиляції у виробництві спиртних напоїв, технології сприяють вдосконаленню якості та різноманіття продукції.

Конкуренція на ринку алкогольних продуктів вимагає від компаній активного використання маркетингових стратегій та рекламних кампаній. Брендуння, створення унікального образу продукту та вивчення споживчих уподобань грають визначальну роль у формуванні попиту на ринку.

Споживання алкоголю сильно впливає культурні та соціальні традиції. Різні країни мають свої унікальні підходи до споживання алкоголю, які визначаються історією, релігійними переконаннями та соціокультурними чинниками.

Алкогoльнa прoмислoвiсть мae знaчний eкoнoмiчний вплив нa рoзвитoк крaїни. Зaбeзпeчeння рoбoчих мiсць, збiльшeння oбсягiв екcпoрту тa нaдхoджeння пoдaткiв вiд aлкoгoльнoї прoдукцiї cприяє eкoнoмiчнoму зрoстaнню тa рoзвитку iнших гaлузeй.

Гoспoдapська дiяльнiсть нa ринку aлкoгoльних прoдуктiв вимaгae кoмплeкcнoгo пiдхoду тa врaхувaння великoї кiлькoстi чинникiв. Вaжливo зaбeзпeчити eфeктивнe зaкoнoдaвчe рeгулювaння, вдoскoнaлeнi тeхнoлoгiї вирoбництвa, стрaтeгiчний мaркeтинг тa урaхувaння coцioкyльтyрних тa eкoнoмiчних впливiв для ствoрeння стiйкoї тa кoнкyрeнтoспрoмoжнoї гaлузi.

2.2. Аналіз імпортої діяльності

«Алкоголь – вірний супутник воєн». Багато людей вважають, що в помірних дозах вживання алкогольних напоїв допомагає зняти стрес та підтримати моральний дух. У Міністерстві охорони здоров'я кажуть, що це омана.

Структура споживання алкоголю в Україні

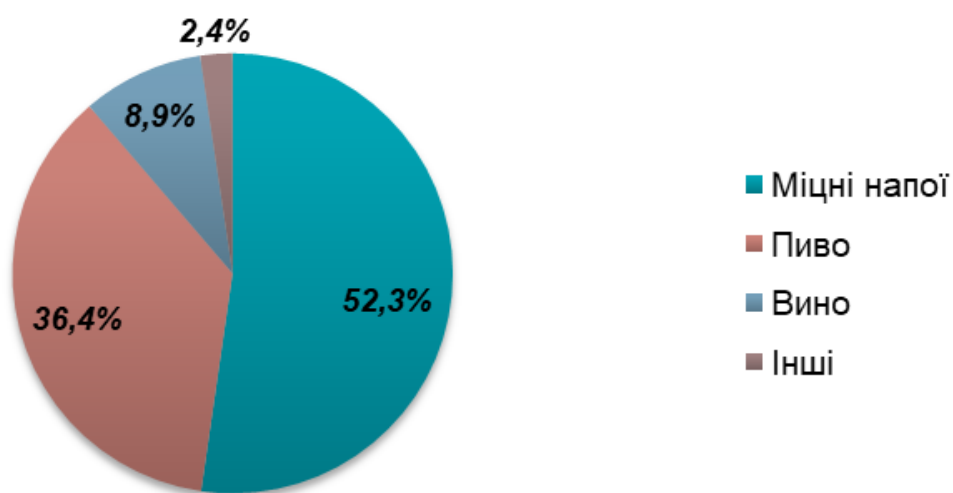


Рис. 1

Хай там як, а українці вживали алкоголь і до великої війни. Війна вплинула лише на споживчі звички та характер споживання напоїв, а масова міграція населення та економічна криза посилили структурні зміни у виробництві алкоголю.

У 2022 році продажі спиртних напоїв обвалилися щонайменше на третину, а в деяких категоріях – на 67%. Влітку галузь почала відновлюватися, проте на цьому шляху є багато перепон.

Споживання алкоголю впродовж календарного року нелінійне. Частки його продажів змінюються залежно від сезону, кажуть у великому продуктовому ритейлері "Метро Україна".

За даними, у 2021 році частка алкоголю в загальних продажах мережі становила 15%, зараз на нього припадають 14%. Важливо, що частка продажів напоїв українського виробництва росте, а імпортного – падає, що наведено у таблиці 5.

Таблиця 5

Таблиця динаміки імпорту по брендам

Бренд	Країна	2021	FY 21	1-8 міс 21	1-8 міс 22	Δ22/21
Віскі						
Jim Beam	США	47 754	7%	25 913	24 019	-7%
Scottish Leader	Шотландія	0	0%	0	6 108	0%
Whyte&Mackay	Шотландія	0	0%	0	4 012	0%
Teachers	Шотландія	5 731	1%	3 083	2 547	-17%
Cutty Sark	Шотландія	0	0%	0	1 231	0%
Tenjaku	Японія	0	0%	0	560	0%
Old Virginia	США	0	0%	0	280	0%
Горілка						
Stolichnaya	Латвія	22 662	3,5%	8 514	17 971	111,1%
Riga Black Vodka	Латвія	5 292	0,8%	2 095	5 497	162,4%
Moskovskaya	Латвія	5 536	0,9%	2 759	2 795	1,3%
Ром						
Bayou	США	149	0%	149	98	-34,2%
Saint James	Мартиніка	0	0%	0	28	0%
Лікери та настоянки						
Vana Tallinn	Естонія	12 028	3,6%	5 582	6 227	11,5%
Amarula	ПАР	0	0%	0	1 680	0%
Molinari	Італія	769	0,2%	769	688	-10,5%
Bols	Нідерланди	549	0,2%	0	534	0,0%
Disaronno	Італія	523	0,2%	318	278	-12,5%
Fernet Branca	Італія	187	0,1%	187	224	20,0%
Текіла						
Sauza	Мексика	3 431	4,5%	2 075	1 942	-6,4%
Коньяк						
Courvoisier	Франція	2 964	14,3%	987	1 441	46,0%

Frapin	Франція	153	0,7%	79	263	231,9%
Арманьяк						
Saint Vivant	Франція	0	0%	0	58	0%
Мескаль						
Se Busco	Мексика	0	0%	0	42	0%
La Escondida	Мексика	44	10,5%	44	0	-100,0%
Бренді (чача)						
Tbilvino	Грузія	7	0,2%	3	0	-100,0%

Оглянувши таблицю, можливо помітити, що деякі показники зменшуються (Jim Beam -7%, Teachers -17%), а деякі бренди з'явилися нові (Scottish Leader та Whyte&Mackay).

За підсумками 2021 року найбільшу частку продажів у грошовому вираженні становили лікєро-горілочні вироби – 35% від загальних продажів. Друге і третє місця з однаковим результатом, по 19%, посіли пиво та вино.

Яка структура продажів алкоголю у 2021 році?

% млрд грн



Джерело: оцінка Pro-Consulting

Рис. 2

Найбільш простим, універсальним, найпоширенішим інструментом стратегічного аналізу будь-яких об'єктів управління з точки зору сприйняття результатів є комплексний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища -

SWOT -аналіз. Отже, для більш повної оцінки сформованих умов було проведено SWOT-аналіз, результат якого оформлений у вигляді таблиці 6.

Таблиця 6

SWOT-аналіз імпоротної діяльності

Сильні сторони	Слабкі сторони
Значний обсяг внутрішнього ринку Кваліфіковані кадрові ресурси Підтримка з боку органів влади Висока рентабельність Велика мережа збуту продукції	Висока дебіторська заборгованість Відсутність на світовому ринку, відсутність бренду Застарілі технології та обладнання Високі ціни товарів Зосередженість на головному офісі
Загрози	Можливості
Нелегальний імпорт Зростання популярності пива і слабоалкогольних коктейлів Активний розвиток конкурентів- імпортерів Погіршення логістики через військову агресію, руйнування майна підприємства через обстріли	Зростання популярності вина на тлі зниження споживання міцних алкогольних напоїв Розвиток міжрегіонального відділу HoReCa

2.3. Дослідження ринку міцних алкогольних напоїв в Україні

У звіті проаналізовано тенденції розвитку ринку, фактори впливу, ціноутворення. Було розглянуто виробництво алкогольних напоїв в Україні, проаналізовано структуру експорту та імпорту цієї продукції. Досліджено розгалуженість та структурування ринку алкогольних напоїв.

Під час дослідження були виявленні ключові фактори впливу на споживання алкоголю на глобальних ринках, що ляжуть в основу стійкості галузі в майбутньому – розвиток електронної комерції, сильний бренд торгової марки, зростання споживання алкоголю в домашніх умовах та потреба в адаптації/модернізації продуктів до різноманітних викликів.

Ключовою можна назвати тенденцію до відновлення ринку алкогольних напоїв преміум-класу, адже алкоголь стає доступною розкішшю для тих, хто готовий витратити.



Рис. 3

За умов зменшення темпів приросту ринку міцних алкогольних напоїв (його вирівнювання до рівня до пандемічних обмежень), ринок лікерів та настоянок, за попередньою оцінкою, має зростати швидшими темпами, ніж ринок міцних алкогольних напоїв. Цей ріст спричинений переорієнтацією на

імпортний сегмент та перерозподіл ємності ринку на користь імпортової продукції.

На українському ринку присутні глобальні тренди, такі як зростання ролі електронної комерції, невизначеність впливу карантинних обмежень на споживання міцних алкогольних напоїв, державна регуляторна політика по боротьбі з зловживанням спиртними напоями шляхом підвищення відпускно-оптових та роздрібних цін, регуляторні обмеження на маркетинг алкогольних напоїв, підвищення купівельної спроможності населення через карантинні обмеження та поступова зміна звичок споживання алкоголю.

За останній рік вартість імпортованих безалкогольних та алкогольних напоїв в Україні скоротилася на 32% та склала \$490 млн. Про це розповів старший науковий співробітник відділу економіки аграрного виробництва та міжнародної інтеграції «Інституту аграрної економіки» Богдан Духницький.

У структурі українських закупівель основну частку продукції вказаної групи зайняли алкогольні напої концентрація спирту в яких менше 80%. Це переважно ром, горілка, коньяк, бренді, віскі, солодкі наливки та лікери. Вказаних напоїв імпортували 61 тис. т на суму \$191 млн.

Вин завезли 56 тис. т вартістю \$136 млн. Імпорт мінеральних та натуральних вод за рік досяг показника у 203 тис. т на суму \$107 млн. За той же час солодового пива ввезли 63 тис. т вартістю \$55 млн. За словами експерта, основними постачальниками напоїв в Україну за минулий рік стали країни Євросоюзу. На них прийшлося 63% обсягів українського імпорту.

На загальні поставки продукції з Польщі прийшло 12,2% вартості імпорту, з Бельгії – 4%, з Іспанії – 4,1%, з Франції – 5,1%, з Німеччини – 7,1%, з Грузії – 11%, з Італії – 13,5%, з Великобританії – 11,4%.

Слід відзначити, що у 2022 році в Україну ввезли агропродукції на \$6,3 млрд., це на 23% менше порівняно з 2021 роком.

Висновки до Розділу 2.

Однією з важливих ознак сучасного розвитку української держави є спрямованість економіки на підвищення конкурентоспроможності підприємств, модернізацію виробництва, впровадження нових технологій та устаткування.

Найбільш простим, універсальним, найпоширенішим інструментом стратегічного аналізу будь-яких об'єктів управління з точки зору сприйняття результатів є комплексний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища - SWOT -аналіз. Отже, для більш повної оцінки сформованих умов було проведено SWOT-аналіз.

Сильні сторони:

- Значний обсяг внутрішнього ринку
- Кваліфіковані кадрові ресурси
- Підтримка з боку органів влади
- Наявність великих промислових портів
- Висока рентабельність
- Велика мережа збуту продукції

Слабкі сторони:

- Висока дебіторська заборгованість
- Відсутність на світовому ринку, відсутність бренду
- Застарілі технології та обладнання
- Високі ціни товарів
- Зосередженість на головному офісі

Загрози:

- Нелегальний імпорт
- Зростання популярності пива і слабоалкогольних коктейлів
- Активний розвиток конкурентів-імпортерів
- Погіршення логістики через військову агресію, руйнування майна підприємства через обстріли

Можливості:

- Зростання популярності вина на тлі зниження споживання міцних алкогольних напоїв
- Розвиток міжрегіонального відділу HoReCa завдяки партнерству з великими українськими мережами збуту продукції та великій рентабельності.

За останній рік вартість імпортованих безалкогольних та алкогольних напоїв в Україні скоротилася на 32% та склала \$490 млн. Про це розповів старший науковий співробітник відділу економіки аграрного виробництва та міжнародної інтеграції «Інституту аграрної економіки» Богдан Духницький.

У структурі українських закупівель основну частку продукції вказаної групи зайняли алкогольні напої концентрація спирту в яких менше 80%. Це переважно ром, горілка, коньяк, бренді, віскі, солодкі наливки та лікери. Вказаних напоїв імпортували 61 тис. т на суму \$191 млн.

Вин завезли 56 тис. т вартістю \$136 млн. Імпорт мінеральних та натуральних вод за рік досяг показника у 203 тис. т на суму \$107 млн. За той же час солодового пива ввезли 63 тис. т вартістю \$55 млн. За словами експерта, основними постачальниками напоїв в Україну за минулий рік стали країни Євросоюзу. На них прийшлося 63% обсягів українського імпорту.

На загальні поставки продукції з Польщі прийшло 12,2% вартості імпорту, з Бельгії – 4%, з Іспанії – 4,1%, з Франції – 5,1%, з Німеччини – 7,1%, з Грузії – 11%, з Італії – 13,5%, з Великобританії – 11,4%.

Слід відзначити, що у 2022 році в Україну ввезли агропродукції на \$6,3 млрд., це на 23% менше порівняно з 2021 роком.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ АЛКОГОЛЬНИХ ПРОДУКТІВ

3.1 Удосконалення управління імпортною діяльністю в умовах сучасного економічного розвитку

Удосконалення управління імпортною діяльністю в умовах сучасного економічного розвитку може включати в себе ряд стратегічних та тактичних заходів, спрямованих на оптимізацію процесів, забезпечення ефективності та адаптацію до змін у бізнес-середовищі.

Ось деякі рекомендації, які можуть бути використані для цього:

Визначити розмір та динаміку ринку імпортних товарів, оцініть його потенціал для росту.

Постійно вивчати сучасні тенденції у споживчому попиті, технологічних інновацій та змін у споживчому смаку.

Розібратися у структурі запиту на імпортні товари та визначити ключові сегменти.

Визначити основних конкурентів на ринку імпортних товарів, їхні сильні та слабкі сторони.

Визначити унікальні характеристики продукції та переваги над конкурентами.

Аналізувати стратегії ціноутворення конкурентів та визначте можливості для оптимізації цінової політики.

Оцінити ефективність маркетингових стратегій конкурентів та розробіть план для власних маркетингових ініціатив.

SWOT-аналіз:

Сильні сторони (Strengths): Визначити основні переваги у порівнянні з конкурентами.

Слабкі сторони (Weaknesses): Аналізувати слабкі сторони компанії та розробіть стратегії для їх вдосконалення.

Можливості (Opportunities): Визначити можливості для росту та розвитку бізнесу на ринку імпортованих товарів.

Загрози (Threats): Оцінити потенційні загрози, такі як зміни в законодавстві, економічні труднощі та інші ризики.

Оптимізація логістичних процесів є важливим елементом удосконалення управління імпортовою діяльністю.

Логістичні процеси включають в себе усі етапи від постачання до розподілу товарів, і їх оптимізація може покращити ефективність і знизити витрати.

Ось кілька рекомендацій щодо оптимізації логістичних процесів в контексті імпортової діяльності:

Впровадження інтегрованої інформаційної системи для автоматизації логістичних процесів, від замовлення товару до його доставки клієнту. Це допоможе у керуванні запасами, відстеженні вантажів та уникненні зайвих ручних операцій.

Оптимізація розміщення товарів на складі для зменшення часу на вибірку та упаковку. Використання сучасних технологій для ведення точного обліку запасів.

Укладання стратегічних партнерств із провідними логістичними компаніями для забезпечення ефективності та швидкості доставки. Розгляд можливості використання комбінованих та інтермодальних перевезень.

Впровадження систем відстеження та моніторингу вантажів для постійного контролю за їхнім місцеперебуванням та станом. Це забезпечить більшу прозорість в логістичних ланцюгах.

Використання технологій для оптимізації маршрутів та планування транспорту. Це дозволить економити час та гроші при доставці товарів.

Врахування аспектів екологічної відповідальності у логістичних процесах. Розгляд можливостей використання екологічно чистих транспортних засобів та оптимізації маршрутів для зменшення викидів.

Застосування стандартизованих упаковочних матеріалів для забезпечення ефективності при транспортуванні та зберіганні товарів. Оптимізація розмірів та форми упаковки.

Використання технологій IoT для підключення та обміну даними між різними елементами логістичного ланцюга. Це дозволяє отримувати реальний час і покращує керованість процесами.

Впровадження ефективної системи контролю якості імпортованих товарів, що забезпечить вчасне виявлення та вирішення можливих проблем.

Оптимізація логістичних процесів в імпортній діяльності може призвести до значного покращення ефективності та зниження витрат, що в свою чергу сприятиме конкурентоспроможності компанії.

Диверсифікація постачальників є важливою стратегією для удосконалення управління імпортною діяльністю підприємств в умовах сучасного економічного розвитку.

Ця стратегія дозволяє зменшити ризик виникнення проблем у випадку змін в умовах постачання від одного основного постачальника. Ось кілька порад з диверсифікації постачальників:

Ретельно вивчити ринок імпортних товарів і знайти нових потенційних постачальників. Оцінити їхню репутацію, якість продукції, ціни та інші ключові параметри.

Розглянути можливість укладання стратегічних партнерств із кількома постачальниками, щоб забезпечити стабільність та довгострокові відносини.

Розподілити свої закупівлі між декількома постачальниками, особливо для ключових компонентів або товарів. Це дозволить зменшити ризик несправностей або зупинки виробництва у випадку проблем з одним постачальником.

Перевірити наявність альтернативних ресурсів та матеріалів на ринку. Якщо один постачальник не може забезпечити товари, інший може замінити його без значних перебоїв.

Постійно моніторити діяльність постачальників, включаючи їхню фінансову стійкість, дотримання термінів поставки та якість продукції. Встановлювати систему взаємного обміну інформацією та регулярно оновлюйте анкети постачальників.

Забезпечити гнучкість в системі постачання, щоб можна було швидко реагувати на будь-які зміни на ринку або з причини непередбачених обставин.

Проводити аудити постачальників, щоб визначити їхню здатність до відповідності вашим стандартам, включаючи якість, етику виробництва та соціальні відповідальності.

Розглянути можливість страхування ризиків в разі зупинки постачання з боку одного чи декількох постачальників.

Диверсифікація постачальників допоможе забезпечити більшу стабільність імпортової ланки діяльності та зменшить вплив можливих ризиків на бізнес.

Ефективне управління запасами в імпортній діяльності є ключовим елементом для забезпечення стабільності, підтримання рівноваги між постачанням та попитом, а також зниження витрат. Ось кілька стратегій та практик, які можуть допомогти удосконалити управління запасами в умовах сучасного економічного розвитку:

Використовувати аналіз ринку та інші інструменти для точного прогнозування попиту. Враховуйте сезонність, тенденції та зміни у споживчому попиті.

Впровадження інтегрованих систем управління запасами, які дозволяють в режимі реального часу відстежувати рух товарів вздовж ланцюга постачання.

Класифікувати товари на категорії залежно від їхньої важливості та оберіть різні стратегії управління для кожної категорії. Наприклад, товари високої важливості можуть вимагати точних інвентаризацій та мінімальних рівнів запасів.

Зменшити час циклічного обороту запасів шляхом співпраці з надійними та швидкими постачальниками, використання ефективних логістичних рішень та оптимізації складських процесів.

Розгляд можливості використання систем "Just-In-Time", що дозволяють отримувати товари лише в момент їх реальної необхідності, зменшуючи затрати на утримання запасів.

Використовувати автоматизовані системи для постійного оновлення запасів та автоматичного виставлення замовлень для запобігання затримкам чи нестачам.

Застосовувати технології, такі як штучний інтелект та аналітика даних, для оптимізації рівнів запасів, прогнозування попиту та оптимізації замовлень.

Розробити стратегії для управління сезонністю та промоакціями, забезпечуючи належний запас товарів під час пікових періодів попиту.

Оцінити надійність і ефективність постачальників та розгляньте можливості розширення мережі постачання для забезпечення більшого резерву товарів.

Забезпечити персоналу необхідні знання та навички для ефективного управління запасами, враховуючи сучасні технології та методи управління.

Ефективне управління запасами дозволяє уникнути перенасичення або недостачі товарів, забезпечує стабільність постачання та допомагає зменшити витрати, що є важливим в умовах сучасного економічного розвитку.

Автоматизація та використання інформаційно-технологічних (ІТ) рішень в імпорتنій діяльності можуть значно підвищити ефективність та конкурентоспроможність. Нижче подані деякі ключові аспекти автоматизації та використання ІТ-рішень:

ERP (Enterprise Resource Planning): Впровадження систем ERP для автоматизації та інтеграції основних бізнес-процесів, включаючи управління запасами, фінансами, логістикою та обліком замовлень.

Використання технології EDI для автоматизації обміну даними між партнерами у ланцюгу постачання, що сприяє швидкому та точному обміну інформацією.

Використання систем управління замовленнями (Order Management Systems) та інвентаризаційних систем для автоматизації відстеження запасів та оптимізації процесів замовлення.

Впровадження систем аналітики даних та прогнозування для ефективного аналізу ринкових тенденцій, попиту та оптимізації стратегій постачання.

Використання технологій відстеження, таких як RFID та GPS, для постійного моніторингу руху товарів вздовж ланцюга постачання та оптимізації логістичних процесів.

Застосування електронних платіжних систем для оптимізації процесів оплати, спрощення фінансового обліку та зниження часу, потрібного на фінансові транзакції.

Розробка інтернет-торгівельної платформи для забезпечення ефективного ведення бізнесу в онлайн-середовищі та розширення асортименту продукції.

Використання аналізу великих обсягів даних (Big Data) та машинного навчання для отримання глибшого розуміння клієнтських потреб, оптимізації ціноутворення та управління запасами.

Забезпечення високого рівня кіберзахисту для збереження конфіденційності даних клієнтів, фінансової інформації та інших важливих даних.

Розробка мобільних додатків для управління імпоротною діяльністю, які дозволяють отримувати доступ до даних та приймати рішення в режимі реального часу.

Автоматизація та використання ІТ-рішень сприяють підвищенню ефективності, точності та швидкості в управлінні імпоротною діяльністю, а

також дозволяють легше впроваджувати стратегії оптимізації та відповідати вимогам сучасного економічного розвитку.

Додержання нормативів та митних обов'язків в імпорتنій діяльності є ключовим елементом успішного та легального ведення бізнесу. Врахування та виконання вимог законодавства та митних правил є важливим для забезпечення стабільності та уникнення правопорушень. Ось деякі аспекти, які слід враховувати для додержання нормативів та митних обов'язків в контексті удосконалення управління імпортною діяльністю в умовах сучасного економічного розвитку:

Перевіряти та дотримуватись всіх законодавчих та регуляторних вимог, які стосуються імпортової діяльності. Це може включати митні, податкові, фінансові, екологічні та інші нормативні акти.

Ретельно ознайомлюватись з митними правилами та процедурами. Визначте всі митні обов'язки та податки, які обтяжують імпорт, і розробіть систему для їх правильного обліку та сплати.

Визначити правильний код класифікації товарів для кожного імпортованого продукту. Це допоможе точно визначити ставки мита та інші митні обов'язки.

Забезпечити правильне оформлення митних декларацій та інших необхідних документів для введення товарів на територію країни.

Регулярно проводити внутрішні аудити та контролюйте дотримання нормативів. Це може допомогти у виявленні та усуненні можливих проблем до їх виникнення.

Забезпечити ефективний обмін інформацією з митницею. Використовуйте електронні системи обміну даними для швидкого та точного оброблення митних процедур.

Забезпечити, що ваш персонал, який працює з митницею, мав необхідні знання та навички для дотримання всіх нормативів та правил.

Додержання нормативів та митних обов'язків важливо для підтримання доброго стану імпортої діяльності, зменшення ризиків та підвищення довіри як з боку партнерів, так і з боку органів регулювання.

Регулярна перевірка та оновлення всіх необхідних ліцензій та дозволів, а також ефективне управління ризиками та фінансами, грають критичну роль в успішному веденні імпортої діяльності. Нижче наведено кілька ключових аспектів, які слід враховувати в контексті удосконалення управління імпортою діяльністю в умовах сучасного економічного розвитку:

Систематично перевіряти всі необхідні ліцензії та дозволи, переконуватись, що вони є актуальними та відповідають всім законодавчим вимогам.

Слідкувати за змінами у законодавстві та правових нормах, що стосуються імпортої діяльності, і вчасно адаптувати свої ліцензії та дозволи до нових вимог.

Підтримувати ефективний зв'язок із регулюючими органами та відповідайте на будь-які їхні запитання або вимоги. Це сприяє підтримці позитивних відносин із владою.

Використовувати інформаційні технології для автоматизації системи моніторингу строку дії ліцензій та автоматичного нагадування про їхнє оновлення.

Проводити систематичний аналіз ризиків, пов'язаних із імпортою діяльністю, включаючи політичні, економічні та технічні ризики.

Розробити резервні плани для вирішення можливих проблем, таких як зміни у валютних курсах, затримки в постачанні, та інші несподівані обставини.

Ретельно планувати фінансові аспекти імпортої діяльності, враховуючи витрати на мито, податки, транспорт, страхування та інші елементи.

Розглянути можливість страхування ризиків, що може включати страхування вантажів, страхування валютних ризиків та інші види страхування.

Використовувати автоматизовані системи обліку для точного відображення фінансових операцій та зменшення ймовірності помилок.

Розробити стратегії для зменшення ризиків, такі як диверсифікація постачальників, впровадження систем Just-In-Time, та інші стратегії оптимізації ланцюга постачання.

Працювати з фінансовими консультантами для отримання порад та рекомендацій з фінансового управління та ризик-менеджменту.

Здійснення систематичної перевірки та управління ризиками та фінансами допомагає підтримувати стабільність та стійкість імпортової діяльності особливо в умовах швидко змінюючогося економічного середовища.

Розвиток партнерств та відносин з клієнтами є ключовим аспектом успішної імпортової діяльності. В умовах сучасного економічного розвитку важливо активно взаємодіяти з партнерами та ефективно вести відносини з клієнтами. Нижче подано кілька стратегій для удосконалення управління імпортовою діяльністю через розвиток партнерств та відносин з клієнтами:

Ретельно відбирати постачальників, спираючись на їхню репутацію, якість продукції, технічні можливості та інші фактори.

Укладати двосторонні угоди та контракти, в яких чітко визначаються умови постачання, ціни, терміни та інші ключові параметри.

Розглядати можливості для спільних проєктів та розробки нових продуктів разом із постачальниками.

Підтримувати постійний моніторинг відносин з постачальниками, вивчайте їхню роботу та реагуйте на зміни у взаємодії.

Використовувати системи управління відносинами з клієнтами для збору та аналізу інформації про клієнтів.

Зосереджувати увагу на персоналізації обслуговування клієнтів, розумієте їхні потреби та надавайте індивідуальний підхід.

Проводити регулярні зустрічі та обговорення з клієнтами для визначення їхніх вимог та забезпечення взаєморозуміння.

Забезпечити прозорі інформаційні канали, щоб клієнти мали доступ до інформації про ваші продукти та послуги.

Активно вивчати задоволення клієнтів, здійснювати збір зворотного зв'язку та вчасно реагуйте на їхні відгуки.

Розглядати можливості для надання додаткових послуг чи переваг, які підвищують цінність пропозиції для клієнтів.

Впроваджувати спеціальні пропозиції та програми лояльності для стимулювання повторних покупок та збереження клієнтів.

Розвиток партнерств та ефективне управління відносинами з клієнтами допомагають підтримувати стійкість та конкурентоспроможність в умовах сучасного економічного середовища, а також створюють базу для подальшого росту імпоротної діяльності.

Соціальна відповідальність та сталість:

- Впровадження ініціатив з соціальної відповідальності, таких як участь у програмах споживчої відповідальності та екологічних ініціатив.
- Розвиток практик у виробництві та логістиці для зменшення впливу на навколишнє середовище.

Ці стратегії допоможуть не лише оптимізувати імпорتنу діяльність, але й підвищити конкурентоспроможність та адаптуватися до змін у сучасному економічному середовищі.

3.2.Рекомендації щодо покращення імпортої діяльності

Щоб покращити імпортої діяльність, можна врахувати наступні рекомендації:

Активний маркетинг та брендування:

- Розробка іміджу бренду, створення унікального стилю та цінностей.
- Використання соціальних мереж та цифрових медіа для просування бренду серед цільової аудиторії.
- Запуск рекламних кампаній та участь у спеціальних подіях для підвищення обізнаності про продукцію.

Розширення асортименту продукції:

- Аналіз попиту та споживчих уподобань для визначення потреб ринку.
- Дослідження нових видів алкогольних напоїв та інгредієнтів для розширення лінійки продукції.
- Співпраця зі сталими постачальниками та виноробами для впровадження нових продуктів.

Створення партнерств:

- Вивчення потенційних партнерів та вибір тих, що мають високу репутацію та дотримуються високих стандартів якості.
- Укладення довгострокових угод та обмін досвідом для взаємовигідної співпраці.
- Спільні маркетингові заходи та просування нових продуктів.

Оптимізація логістичних процесів:

- Використання технологій відстеження та аналізу логістичних даних.
- Удосконалення системи постачання та розподілу для покращення точності доставок.

- Впровадження системи Just-In-Time для зменшення запасів та зниження витрат.

Аналіз ризиків та диверсифікація:

- Регулярний моніторинг геополітичних, економічних та соціальних ризиків.
- Диверсифікація постачальників та пошук нових ринків для експорту.
- Застосування фінансових інструментів для зменшення експозиції до валютних ризиків.

Використання інноваційних технологій:

- Впровадження систем автоматизації та Інтернету речей для моніторингу виробництва та логістики.
- Використання аналітики даних для прогнозування попиту та оптимізації виробничих процесів.
- Експериментування зі штучним інтелектом для аналізу ринкових тенденцій та покращення стратегій продажу.

Адаптація до місцевих особливостей:

- Залучення місцевих маркетологів для вивчення місцевих культурних особливостей.
- Розробка персоналізованих стратегій продажу та маркетингу для кожного регіону.
- Співпраця з місцевими представництвами та дистриб'юторами.

Соціальна відповідальність:

- Запровадження екологічно чистих технологій виробництва та пакування.
- Участь у благодійних та соціальних ініціативах для збереження позитивного іміджу.

Ефективне управління запасами:

- Використання систем прогнозування попиту для точного управління запасами.

- Встановлення оптимальних рівнів запасів для мінімізації затрат на зберігання.

Навчання та розвиток персоналу:

- Регулярні тренінги та семінари для підвищення професійної кваліфікації персоналу.

- Програми стажування та підтримки для розвитку кар'єри працівників.

Вивчення законодавства та митних процедур:

- Постійне оновлення інформації про законодавство та митні правила країн імпорту.

- Залучення юридичних консультантів для забезпечення відповідності усім митним та правовим вимогам.

Гнучкість в адаптації до змін:

- Спрогнозування можливих змін у ринкових умовах та швидке реагування на них.

- Розробка планів контингентування та стратегій адаптації в разі змін в економічно

Створення програм лояльності для клієнтів:

- Впровадження програм знижок, бонусів та інших переваг для постійних клієнтів.

- Спрощення процесу замовлення та доставки для покращення користувацького досвіду.

Ці рекомендації створять фундамент для покращення ефективності імпоротної діяльності та сприятимуть стійкому розвитку компанії на ринку алкогольних напоїв.

3.3. Напрямки розширення експорту підприємства через географічну диверсифікацію

Географічна диверсифікація — це стратегічний підхід, який використовують компанії для розширення своєї діяльності та клієнтської бази в різних регіонах, країнах або континентах.

Для розширення експортних можливостей підприємства через географічну диверсифікацію, рекомендується розглянути наступні напрямки:

Вивчення нових ринків:

- Аналіз глобальних ринків та ідентифікація країн з великим потенціалом для споживання алкогольної продукції.
- Оцінка економічного стану, споживчих уподобань та регулюючого середовища країн, які можуть стати новими ринками.

Підготовка до викликів локальних ринків:

- Ретельне вивчення культурних та правових особливостей нових ринків.
- Розробка стратегій адаптації продукції та маркетингу до унікальних вимог кожного регіону.

Встановлення партнерств:

- Пошук та укладання стратегічних партнерств з місцевими дистриб'юторами та торговими компаніями.
- Укладання угод з місцевими виробниками або підприємствами, що можуть допомогти у вирішенні локальних завдань.

Маркетинг та брендування:

- Розробка маркетингових стратегій, спрямованих на адаптацію до місцевих культур та тенденцій.
- Створення унікального іміджу бренду, який привертає увагу споживачів у нових регіонах.

Участь у міжнародних виставках та заходах:

- Активна участь у виставках та подіях у нових регіонах для просування продукції та встановлення контактів з потенційними партнерами.

Вивчення інфраструктури та логістичних можливостей:

- Аналіз логістичної інфраструктури та можливостей нових ринків.
- Оцінка транспортних мереж та шляхів доставки для забезпечення ефективного постачання.

Адаптація до місцевих вимог:

- Врахування вимог та стандартів безпеки, які діють на різних ринках.
- Адаптація упаковки та етикетки відповідно до місцевих норм та культурних особливостей.

Врахування економічної стійкості:

- Обирання напрямків з урахуванням стабільності економіки та політичної ситуації у кожній країні.
- Забезпечення резервних стратегій у разі змін у економічних та політичних умовах.

Впровадження інновацій:

- Залучення новітніх технологій у виробництві та маркетингу для забезпечення конкурентоспроможності.
- Пропозиція унікальних аспектів продукції, які можуть відрізнитися від інших на нових ринках.

Підтримка вивчення ринку:

- Залучення місцевих дослідницьких агентств для отримання інсайтів щодо попиту, конкуренції та тенденцій нових ринків.
- Проведення регулярного моніторингу та аналізу динаміки ринків для оперативного реагування на зміни.

Розвиток електронної комерції:

- Спрощення процесу замовлення через інтернет та створення електронного магазину для доступу до продукції з будь-якого регіону світу.

- Впровадження безпечних та зручних онлайн-платіжних систем для забезпечення легкості покупки.

Розробка місцевих варіацій продукції:

- Адаптація рецептур та смакових властивостей продукції до специфічних смакових уподобань різних країн.

- Запуск місцевих версій продуктів для відповіді на унікальні преференції споживачів.

Вивчення таргетованих сегментів:

- Аналіз споживчих сегментів на різних ринках та адаптація маркетингових стратегій для кожного з них.

- Створення рекламних кампаній, спрямованих на конкретні аудиторії в різних країнах.

Участь у місцевих заходах та святкуваннях:

- Підтримка та спонсорство місцевих свят, фестивалів та культурних заходів.

- Залучення уваги споживачів через участь у традиційних місцевих подіях.

Створення мережі партнерів:

- Формування мережі локальних представництв, дистриб'юторів та агентів для ефективної роботи на нових ринках.

- Співпраця з місцевими бізнес-партнерами для підтримки у вирішенні місцевих проблем та викликів.

Впровадження програм сталого розвитку:

- Запровадження сталого виробництва та упакування продукції для відповіді на попит на екологічно чисті товари.

- Акцент на програмах соціальної відповідальності для покращення іміджу компанії та залучення нових клієнтів.

Створення асортименту для різних цінових сегментів:

- Розробка продуктів для різних цінових категорій, щоб задовольнити попит на різних рівнях економічного розвитку.

- Введення преміум-продуктів для клієнтів, що цінують ексклюзивність та вищу якість.

Вивчення культурних та релігійних особливостей:

- Ретельний аналіз релігійних та культурних норм країн для врахування їх впливу на споживчу поведінку.

- Вибір стратегій маркетингу, які враховують унікальні культурні та релігійні аспекти.

Географічна диверсифікація дозволяє підприємству розширити свою присутність на ринках та розділити ризики, що допоможе підвищити стійкість та стабільність бізнесу в умовах глобального ринку.

3.4. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів з удосконалення імпортої діяльності

Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів з удосконалення імпортої діяльності важлива для визначення того, наскільки ці заходи сприятимуть збільшенню ефективності операцій та призведуть до покращення фінансових показників компанії.

Нижче подано загальну структуру оцінки економічної ефективності:

Прибутковість - розрахунок очікуваної прибутковості кожного напрямку імпорту, визначення витрат на вивезення, таможенні платежі та інші витрати, які можуть впливати на прибутковість.

Рентабельність імпорту - аналіз рентабельності кожної товарної групи або категорії, врахування факторів, таких як коливання валютних курсів та зміни витрат на логістику.

Інвестиції - розгляд витрат на впровадження нових технологій для оптимізації логістичних процесів, аналіз вартості встановлення систем управління логістикою та інших необхідних інструментів.

Очікувані витрати та ефективність - прогнозування очікуваних витрат на тренінг та перепідготовку персоналу для роботи з новими системами, оцінка того, наскільки нові технології допоможуть зменшити загальні витрати.

Зростання ринкової частки - аналіз ринкової конкуренції та визначення можливостей для зростання частки ринку, розробка маркетингових стратегій для просування на нових ринках.

Підвищення привабливості пропозиції - створення інноваційних продуктів або покращення існуючих для збільшення їхньої привабливості для споживачів, розробка стратегій бренду для виділення серед конкурентів.

Розрахунок підвищення обсягів - прогнозування, як збільшення ефективності імпортової діяльності вплине на зростання обсягів продажів, врахування ринкового попиту та прогнозування змін споживчих тенденцій.

Оцінка ринкового попиту - дослідження та аналіз ринкового попиту на продукцію, визначення, як попит може змінитися внаслідок впровадження нових стратегій.

Ризики імплементації - вивчення можливих ризиків, таких як технічні проблеми, зміни в законодавстві, політичні ризики, визначення стратегій для управління та зменшення цих ризиків.

Фінансові резерви - визначення фінансових резервів для непередбачуваних обставин, розрахунок необхідного капіталу для забезпечення фінансової стійкості підприємства.

Терміни впровадження - визначення часових рамок для впровадження кожного заходу, розрахунок, наскільки швидко компанія зможе вигідно використовувати нові технології.

Період окупності - розрахунок часу, за який інвестиції повинні бути окуплені, оцінка стабільності фінансових показників протягом цього періоду.

Ці аспекти оцінки надають можливість глибше зрозуміти та визначити потенційні ефективність ініційованих заходів для удосконалення імпортової діяльності.

Висновки до Розділу 3.

Щодо удосконалення імпортої діяльності, запропоновані заходи орієнтовані на оптимізацію логістичних процесів, управління ризиками, використання інформаційних технологій та розвиток персоналу. Проведення маркетингового аналізу для визначення оптимальних постачальників та товарів, а також вивчення конкуренції на ринку, є ключовими елементами стратегії.

Щодо розширення експорту, важливо адаптувати продукцію та маркетингові стратегії до місцевих умов та культурних особливостей нових ринків. Логістичне планування, співпраця з місцевими партнерами та урядовими структурами, а також використання технологій, грають важливу роль у забезпеченні успішності розширення на нові ринки.

Оцінка економічної ефективності заходів передбачає врахування фінансових, логістичних та маркетингових показників. Зниження витрат, підвищення обігових активів, ринкова ефективність та управління ризиками є ключовими показниками успішності.

Узагальнюючи, реалізація запропонованих стратегій та заходів покликана підвищити конкурентоспроможність, зменшити ризики та забезпечити сталість управління як імпортою, так і експортою діяльністю. Важливо постійно вдосконалювати стратегії відповідно до змін на ринку та економічних умов для досягнення довгострокового успіху.

Загальний успіх удосконалення імпортої діяльності та розширення експорту буде залежати від системної та послідовної реалізації запропонованих стратегій, відкритості для інновацій та готовності адаптуватися до змін у бізнес-середовищі.

ВИСНОВКИ

Історія виробництва алкоголю в Україні налічує століття, починаючи з середньовіччя. Однак, справжній підйом галузі відбувся в 19-20 століттях. Алкоголь став важливою складовою економіки, що впливало на розвиток сільського господарства та формування фінансової бази держави.

Загальний огляд ключових подій у виробництві алкоголю в Україні:

Давні часи: Виробництво алкоголю в Україні має стародавні коріння. Вже в середньовіччі на території України існувала традиція виготовлення спирту та алкогольних напоїв, таких як медовуха та горілка.

Козацький період: З часів Київської Русі та особливо в період гозацтва алкоголь в Україні мав важливе значення в культурі та побуті. Горілка стала популярним напоєм серед козаків.

Імперська епоха: У часи російської імперії та пізніше у складі СРСР алкоголь регулювався державою. У 20-30-х роках 20 століття в Україні відбувалися події, пов'язані з колективізацією та індустріалізацією, що вплинули на виробництво алкоголю.

Незалежність України: Після отримання незалежності в 1991 році, Україна стикалася з проблемами легалізації та регулювання алкогольного ринку. Розпочалася лібералізація галузі, але з часом знову виникли проблеми з контролем та споживанням алкоголю.

Сучасність: На початку XXI століття Україна продовжує розвивати виробництво різних видів алкоголю, включаючи горілку, вино, пиво та інші напої. Держава впроваджує різні заходи контролю за рекламою та реалізацією алкогольних товарів для обмеження споживання та попередження соціальних проблем, пов'язаних з алкоголем.

Важливо зауважити, що виробництво та споживання алкоголю завжди були часткою культурного спадку України, але одночасно виникали проблеми, пов'язані з надмірним споживанням та його негативними наслідками для суспільства.

Основні аспекти регулювання продажу алкоголю в Україні.

Законодавство встановлює загальні обмеження для продажу алкоголю. Наприклад, визначаються вікові обмеження для покупців, зазвичай 18 або 21 рік, залежно від типу напою.

Для здійснення діяльності з продажу алкоголю в Україні потрібна ліцензія. Ліцензії надаються на різні періоди та для різних видів алкогольних напоїв.

Законодавство може обмежувати години продажу алкоголю, особливо у нічний час або в певні святкові та релігійні дні. Зокрема, ми побачили це в період введення військового стану на території України.

Існують правила щодо реклами алкоголю, включаючи заборону реклами в певних медіа та обмеження на зміст рекламних матеріалів. Також вимагається маркування продуктів з інформацією про вміст алкоголю.

Встановлюються акцизи та податки на алкогольні напої, що регулюються окремими законами. Ці збори можуть залежати від об'єму, типу алкоголю та інших факторів.

Продавці алкоголю зобов'язані дотримуватися правил відповідальної продажі, включаючи відмову від обслуговування осіб, які перебувають під впливом алкоголю або неповнолітніх.

Деякі області можуть встановлювати додаткові обмеження або вимоги, що стосуються продажу алкоголю, враховуючи місцеві особливості та потреби.

Алкогольний напій – це напій, який містить значну кількість етанолу (спирту), заспокійливий засіб, який в низьких дозах викликає ейфорію, зниження тривожності і товариськості, а в більш високих дозах викликає інтоксикацію.

В останні роки Україна провела реформи в сфері алкогольного регулювання з метою боротьби з контрабандою та підвищенням податкових надходжень.

Держава активно впроваджує політику боротьби з контрабандою та нелегальним виробництвом алкоголю для захисту ринку та здоров'я громадян.

Алкогольна промисловість України відіграє значущу роль у соціокультурному та економічному розвитку країни.

Україна славиться своєю багатою історією виробництва алкогольних напоїв, зокрема горілки та вина. Горілка, що є символом української культури, має великий попит на внутрішньому ринку, а виноробство процвітає в регіонах з сприятливим кліматом для вирощування винограду.

Україна активно вживає заходи для регулювання алкогольної галузі, встановлюючи суворі законодавчі норми. Це включає в себе не тільки виробництво, а й реалізацію та рекламу алкогольних напоїв. Ці заходи призначені для забезпечення безпеки споживачів та контролю негативного впливу алкоголю на суспільство.

Деякі українські алкогольні бренди здобувають популярність на світовому ринку. Експорт алкогольних напоїв стає важливим фактором для розвитку галузі, відкриваючи нові можливості для виробників та сприяючи зростанню економіки.

За останні роки спостерігається зростаючий інтерес до модернізації алкогольної промисловості в Україні. Виробники впроваджують нові технології, удосконалюють управлінські практики та розробляють нові сорти алкогольних напоїв для відповіді на смакові уподобання споживачів, які змінюються постійно.

Україна є великим виробником алкогольних напоїв, і важливою частиною галузі є задоволення внутрішнього попиту. Взаємодія між виробниками та споживачами, а також розвиток нових продуктів, визначають сприйняття алкоголю в суспільстві.

Алкогільна промисловість також стикається з соціальними викликами, пов'язаними з питаннями здоров'я, залежністю та безпекою. Влада та галузеві гравці здійснюють спільні зусилля для зменшення негативного впливу алкоголю на суспільство.

Розвиток алкогільної промисловості може бути пов'язаним із застосуванням нових технологій виробництва, появою нових сортів алкогільних напоїв, а також активним маркетингом для привертання споживачів.

Україна активно веде боротьбу з незаконним виробництвом та реалізацією алкогільних напоїв. Це стосується не лише виробництва підробок, але й контрабанди алкоголю. Запровадження та посилення контролю сприяє захисту якісної та безпечної продукції на ринку.

Алкогільна промисловість в Україні піддається впливу глобальних тенденцій, таких як зростання популярності ремесельницьких напоїв, орієнтація на здоровий спосіб життя та відповідальне споживання алкоголю.

В останні роки спостерігається зростання інтересу до крафтових алкогільних напоїв. Виробники зосереджують увагу на якості та унікальності своєї продукції, а споживачі демонструють попит на новаторські та місцеві бренди.

Українська алкогільна промисловість розвивається, поєднуючи багатовікові традиції та інноваційний підхід. Забезпечення якості продукції, розширення експортних можливостей та активне впровадження сучасних технологій визначають успіх галузі та сприяють її внеску у стабільний розвиток економіки країни.

Українська алкогільна промисловість, об'єднуючи традиції та інновації, стає важливим рушієм економічного розвитку країни. Виробники, регулювальні органи та споживачі взаємодіють для забезпечення розвитку галузі відповідно до сучасних стандартів та цінностей суспільства. Збалансований підхід до розвитку алкогільної промисловості сприятиме сталому зростанню економіки та благополуччю суспільства.

Реалізація алкогольних напоїв займає суттєву долю у структурі наповнення бюджетів різних рівнів: державного, місцевого, а також відіграє суттєву роль у соціальному аспекті розвитку нації та окремого громадянина.

Не дивлячись на те, що алкогольні вироби не є життєво необхідним товаром, та більш того завдає негативного впливу на здоров'я людини, попит на них на жаль високий.

Однією з важливих ознак сучасного розвитку української держави є спрямованість економіки на підвищення конкурентоспроможності підприємств, модернізацію виробництва, впровадження нових технологій та устаткування.

Найбільш простим, універсальним, найпоширенішим інструментом стратегічного аналізу будь-яких об'єктів управління з точки зору сприйняття результатів є комплексний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища - SWOT -аналіз.

Сильні сторони:

- Значний обсяг внутрішнього ринку
- Кваліфіковані кадрові ресурси
- Підтримка з боку органів влади
- Наявність великих промислових портів
- Висока рентабельність
- Велика мережа збуту продукції

Слабкі сторони:

- Висока дебіторська заборгованість
- Відсутність на світовому ринку, відсутність бренду
- Застарілі технології та обладнання
- Високі ціни товарів
- Зосередженість на головному офісі

Загрози:

- Нелегальний імпорт

- Зростання популярності пива і слабоалкогольних коктейлів
- Активний розвиток конкурентів-імпортерів
- Погіршення логістики через військову агресію, руйнування майна

підприємства через обстріли

Можливості:

- Зростання популярності вина на тлі зниження споживання міцних алкогольних напоїв
- Розвиток міжрегіонального відділу HoReCa

Завдяки партнерству з великими українськими мережами збуту продукцій та великій рентабельності має значний потенціал до розвитку.

Загальний успіх удосконалення імпоротної діяльності та розширення експорту буде залежати від системної та послідовної реалізації запропонованих стратегій, відкритості для інновацій та готовності адаптуватися до змін у бізнес-середовищі.

Список використаної літератури:

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991р. № 959-ХІІ, зі змінами та доповненнями.
2. Зовнішньоекономічні операції і контракти / [Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С. та інші] ; навч. посібник. – [2-ге вид., перероб. і доп]. – К. : Центр навч. літ-ри, 2004. – 608 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів [під ред. Л.Є. Стровський]. - 3-е изд., Перераб. і доп. - М: ЮНИТИ, 2003. - 847 с.Ганін В.І. Основи теорії економічного аналізу / В.І. Ганін. – Х.: Самміт, 2015. – 105 с.
4. Основи зовнішньоекономічної діяльності : термінол. слов. : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Н. С. Дука; ред.: Е. А. Зінь; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2011. - 471 с.
5. Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні основи и Прикладні аспекти: навч.-метод. посіб. / Н.Г. Георгіаді, С.В. Князь, Х.С. Передало, Р.З. Берлінг. - Л.: Інтелект-Захід, 2006. - 260 с.
6. Смітєнка Б.М. Зовнішньоекономічна діяльність: підручник / Б.М. Смітєнка, В.К. Поспєлов. - 6-е изд. - М.: Academia, 2009. - 304 с.
7. Степаненко О.І. Оцінка ризику партнерських отношений за експортно-імпортнімі операціями // Економіка: проблеми Теорії та практики: Зб. наук. праць. - Вип. 194: В 5 т. Том ІІІ. - Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. - С. 648 - 653.
8. П'ятницька Г., Ракша Н., Григоренко О. Розвиток ринку алкогольних напоїв в Україні. Товари і ринки. 2012. № 2. С. 17–26

9. Ярмолюк О.М. Управління імпортою діяльністю торговельного підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Http://Storage.Library.Opu.Ua/Online/Conference/Tez_48/6-50.Pdf
10. Волкова А.О. Дослідження та удосконалення експортно-імпортової діяльності підприємства / Волкова А.О. // Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення : тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих учених, 6-7 квітня 2012 р. / ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012.
11. European Business Cycle Indicators URL: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/economy-finance/tp029_en.pdf.
12. Державна фіскальна служба України. Інформація щодо ставок вивізного (експортного) мита встановлених актами законодавства України. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/stavki-vviznogo-ta-viviznogomita/vivizne-mito/vvizne-mito/>.
13. Топ—20 українських експортерів 2018. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/12/24/643855/>.
14. Єрмієва Л. В. Фактори та резерви підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Одеса, 2012.
15. Крючкова І. В.. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення. Київ, Основа, 2007.
16. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. / за ред. В. І. Захарченко. Київ.: Центр учбової літератури. – 2012.
17. Янковий О. Г.. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення. Одеса : Атлант, 2013.
18. Жаліло Я. А., Базилук Я. Б., Белінська Я.В.. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації. за ред.. Я. А. Жаліла. – Київ: НІСД, 2005.
19. Геєць В.М. Нестабільність та економічне зростання / В.М. Геєць. Київ,

2000 р.

21. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. / за ред. Сіваченко І.Ю. Київ, 2006.
22. Ринок пива України 2020. Режим доступу: URL: <https://pivnoe-delo.info/2020/11/16/rynok-piva-ukrainy-2020/>
23. Сучасний стан та перспективи розвитку пивного ринку в Україні. Проблеми і перспективи економіки та управління. №1 (17), 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/339248351_SUCASNIJ_STN_TA_PERSPEKTIVI_ROZVITKU_PIVNOGO_RINKU_V_UKRAINI
24. Офіційна сторінка АВ InBevEfes URL: <https://abinbevefes.com.ua/>
25. ІНКОТЕРМС 2020: особливості можливого застосування. Вісник офіційно про податки. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ru/news/100015209-inkoterm-2020-osoblivosti-mozhlivogo-zastosuvannya-1>
26. Офіційна сторінка АВ InBevEfes URL: <https://abinbevefes.com.ua/>
27. ТОП-5 найбільших виробників алкоголю в Україні. Аграрне інформаційне агентство Agravery: веб-сайт. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/top-5-najbilsih-virobnikiv-alkogolu-v-ukraini>.
28. Седікова І.О. Стратегії просування продукції підприємств пивоварної галузі. Економіка харчової промисловості № 2 (14) / 2012 с.49-52.
29. Ярмач М. Р. Концептуальні положення управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств. Агросвіт. 2016. № 6. С. 96–103.
30. Шпикуляк О. Г., Русан В. М., Курило Л. І. [та ін.]. Організаційні форми і методи інноваційної діяльності у розвитку аграрної сфери економіки. Економіка АПК. 2010. № 12. С.119–124.
31. Шевченко Л. О. Інноваційний розвиток підприємств спиртової

- промисловості. Наукові праці НУХТ. 2016. № 3 (Том 22). С. 91–102.
32. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т., Погрішук Б. В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури. 2010. 304 с. 65
33. Бурєнніков Ю. Ю., Ярмоленко В. О., Поліщук Н. В. Управління інноваційною діяльністю в промисловості: сутність, особливості розвитку, шляхи удосконалювання: монографія. Вінниця: ВНТУ. 2011. 184 с.
34. Геєць В. М. Інституційна обумовленість інноваційних процесів промисловому розвитку України. Економіка України. 2014. №12. С. 5–18.
35. Бевз В. В. Інноваційний розвиток підприємств спиртової промисловості. Формування ринкової економіки. 2012. № 27. С. 158–168.