

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Організація імпорту алкогольних напоїв з країн ЄС
(на матеріалах ТОВ «Шелбі»)»**

Студента VI курсу, 3 групи,
спеціальності 073
«Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

(підпис студента)

Прізвище, ім'я
по батькові
Шестюк
Богдан
Віталійович

Науковий керівник, к-т. ек. наук,
доцент

(підпис наукового
керівника)

Прізвище, ім'я
по батькові
Демків
Юлія
Михайлівна

Гарант освітньої програми
«Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності», к-т.
ек. наук, доцент

(підпис гаранта)

Прізвище, ім'я
по батькові
П'янкова
Оксана
Василівна

Київ 2022

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність менеджмент

Спеціалізація / освітня програма менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Затверджую

Зав. кафедри міжнародного менеджменту

Т.М. Мельник

«__» _____ 20__ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентові

Шестюк Богдан Віталійович

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

«Організація імпорту алкогольних напоїв з країн ЄС

(на матеріалах ТОВ «Шелбі»)»

Затверджена наказом ДТЕУ від «21» 12 2021 р. № 4205

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи: обґрунтування підходів до оптимізації процедури митного контролю алкогольних напоїв, пропозиції щодо управління асортиментом та удосконалення імпортних операцій алкогольних напоїв на основі здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Для досягнення поставленої мети було поставлено наступні завдання:

- провести організаційно-економічну характеристику підприємства та зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ШЕЛБІ»;
- розглянути мету здійснення імпортних операцій ТОВ «ШЕЛБІ»;
- проаналізувати світовий ринок алкоголю;
- провести дослідження необхідності імпорту алкоголю з ЄС до України;

- розглянути організаційне забезпечення здійснення імпорту алкоголю ТОВ «ШЕЛБІ» з країн ЄС;
- зробити прогнозну оцінку імпоротної операції ТОВ «ШЕЛБІ».

Об’єкт дослідження: процес організації імпорту алкоголю ТОВ «ШЕЛБІ» з країн ЄС.

Предмет дослідження: механізм організації імпорту алкогольних напоїв з країн ЄС (на прикладі ТОВ «Шелбі»).

4. Перелік графічного матеріалу

Випускна кваліфікаційна робота ілюстрована: 15 таблицями, 7 рисунками, 3 діаграмами та 3 графіками

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ШЕЛБІ»

1.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ШЕЛБІ»

1.2. Аналіз здійснення імпортних операцій ТОВ «ШЕЛБІ»

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА РИНКУ АЛКОГОЛЮ

2.1 Аналіз тенденцій розвитку світового ринку алкоголю

2.2. Дослідження перспектив імпорту алкоголю з ЄС до України

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ АЛКОГОЛЮ ДО УКРАЇНИ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту алкоголю ТОВ «ШЕЛБІ» з країн ЄС

3.2. Прогнозна оцінка ефективності імпоротної операції ТОВ «ШЕЛБІ»

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

6. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
	Затвердження плану випускних кваліфікаційних робіт у наукових керівників	11.02.2022	11.02.2022
	Подача науковому керівнику 1-го розділу	05.03.2022	15.04.2022
	Подача науковому керівнику 2-го розділу	28.03.2022	01.05.2022
	Подача науковому керівнику 3-го розділу	18.04.2022	13.05.2022
	Подача науковому керівнику доопрацьованої роботи	02.05.2022	25.05.2022
	Попередній захист	13.05.2022	01.06.2022
	Подача роботи завідоуючому кафедри	16.05.2022	03.06.2022
	Захист ВКР	13-17.06.2022	За окремим графіком

7. Дата видачі завдання «21» грудня 2021р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Демків Ю.М.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

П'янова О.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

Шестюк Б.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Автором ВКР здійснено дослідження ЗЕД ТОВ «Шелбі». Заслужує на увагу актуальність обраної тематики в рамках інтеграційного співробітництва та управління в умовах сьогодення. Спроба комплексного аналітичного погляду на питання побудови ефективної системи забезпечення імпорту продукції.

Стосовно зауважень до ВКР потрібно акцентувати увагу на нижченаведені моменти.

Автору доцільно було б сформулювати більш логічну послідовність дослідження, що дало б змогу провести максимально глибокий аналіз та навести комплексно обґрунтовані висновки. Доречно було поглиблено сконцентруватись в

аналізі саме на проблематиці імпорту з країн ЄС, а далі за факторним аналізом, методом дедукції оформити більш конкретні висновки по більш цікавим країнам для співробітництва.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

(підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Шестюк.Б.В
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

П'янова О.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

Завідувач кафедри

Мельник Т. М.

(прізвище, ініціали, підпис)

« _____ » 20 ____ р.



АНОТАЦІЯ

Шестюк. Б.В. Організація імпорту алкогольних напоїв з країн ЄС (на матеріалах ТОВ «Шелбі») м. Київ. Рукопис

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2022.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту алкогольних напоїв з країн ЄС, які містять: моніторинг діяльності підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз його імпортової діяльності, дослідження світового ринку алкогольних напоїв, оцінку перспектив імпорту алкогольних напоїв, прогнозування результативності імпортової поставки алкогольних напоїв до країн ЄС.

Ключові слова: імпортна операція, алкогольні напої, країни ЄС, суб'єкт ЗЕД, організаційні заходи, контракт, ризики, імпортна ефективність.

ANNOTATION

Shestiuk.B.V « Organization of import of alcoholic beverages from EU countries » (on the materials of «Shelby») Kyiv. Manuscript

Graduation thesis in the specialty "Management" specialization "Management of Foreign Economic Activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2022.

The final qualifying work is devoted to practical aspects of the organization of import of alcoholic beverages from EU countries, which include: monitoring the activities of the enterprise subject to foreign economic activity, analysis of its import activities, research of the world market of alcoholic beverages, assessment of prospects EU countries.

Key words: import operation, alcoholic beverages, EU countries, subject of foreign economic activity, organizational measures, contract, risks, import efficiency.



ЗМІСТ

ВСТУП **Ошибка! Закладка не определена.**

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ШЕЛБІ» **9**

1.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ШЕЛБІ» **11**

1.2. Аналіз здійснення імпорتنих операцій ТОВ «ШЕЛБІ» **20**

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА РИНКУ АЛКОГОЛЮ **24**

2.1 Аналіз тенденцій розвитку світового ринку алкоголю **24**

2.2. Дослідження перспектив імпорту алкоголю з ЄС до України **32**

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ АЛКОГ **39**

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту алкоголю ТОВ «ШЕЛБІ» з країн ЄС **39**

3.2. Прогнозна оцінка ефективності імпортової операції ТОВ «ШЕЛБІ» **46**

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 50

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 53

ДОДАТКИ 55



ВСТУП

Ринок алкогольної продукції в умовах інтеграційних процесів у сучасному світі активно розвивається, демонструючи щорічний приріст ввезення алкогольної продукції на територію України.

Процес розширення асортименту алкогольних товарів та просування прогресивної торгової мережі вимагає розгляду питання управління процесом торгівлі та формування товарної політики більш досконально та організовано як на рівні держав, так і в локальному форматі зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Мета та завдання дослідження. Метою випускної кваліфікаційної роботи є обґрунтування підходів до оптимізації процедури митного контролю алкогольних напоїв, пропозиції щодо управління асортиментом та удосконалення імпорتنих операцій алкогольних напоїв на основі здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Для досягнення поставленої мети було поставлено наступні **завдання**:

- провести організаційно-економічну характеристику підприємства та зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ШЕЛБІ»;
- розглянути мету здійснення імпорتنих операцій ТОВ «ШЕЛБІ»;
- проаналізувати світовий ринок алкоголю;
- провести дослідження необхідності імпорту алкоголю з ЄС до України;
- розглянути організаційне забезпечення здійснення імпорту алкоголю ТОВ «ШЕЛБІ» з країн ЄС;
- зробити прогнозну оцінку імпоротної операції ТОВ «ШЕЛБІ».

Об'єктом дослідження є процес організації імпорту алкоголю ТОВ «ШЕЛБІ» з країн ЄС.

Предметом дослідження є механізм організації імпорту алкогольних напоїв з країн ЄС (на прикладі ТОВ «Шелбі»).

Методи дослідження. Для забезпечення досягнення поставленої мети в ВКР використовувались такі методи економічних досліджень: теоретичного

ра роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

ра роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

ра роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.



РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ШЕЛБИ»

1.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ШЕЛБИ»

Український продуктовий ринок роздрібної торгівлі, на відміну від інших сегментів комерційної діяльності, за останні роки демонструє заavidні темпи розвитку – оператори роздрібної торгівлі стрімко нарощують товарообіг та збільшують кількість магазинів. Цьому сприяють відносно сприятливі ринкові умови та зростання купівельної спроможності населення

Забезпечення ефективності комерційної діяльності значною мірою залежить від того, наскільки своєчасно та якісно підприємство може виявити всі фактори комерційного ризику, оцінити їх вплив та усунути причини їх виникнення.

Важливим аналітичним показником, що істотно впливає на рівень комерційного ризику, є показник безпеки комерційної діяльності (запас фінансової міцності), який є розміром можливого зниження обсягу продажу при

несприятливій кон'юктурі споживчого ринку, з якого можливе отримання прибутку.

Вироблення стратегії вдосконалення ефективності управління комерційною діяльністю має базуватися, зокрема, на основі маркетингового дослідження інтересів та прагнень покупців.

Об'єктом аналізу випускної кваліфікаційної роботи є Товариство з обмеженою відповідальністю «ШЕЛБІ»

Адреса. Україна, 01601, місто Київ, ВУЛИЦЯ МЕЧНИКОВА, будинок 3

Аналіз комерційної та посередницької діяльності ТОВ «ШЕЛБІ» є важливою складовою процесу управління споживчим ринком та діяльністю торговельного підприємства.

На ТОВ «ШЕЛБІ» лінійно-функціональна структура управління, що дозволяє організувати управління виробничими процесами за лінійною схемою (керівник вищого рівня - керівник нижчого рівня - виконавець). Функціональні підрозділи надають методичну допомогу, готують інформацію, виконують різноманітні управлінські завдання для відповідних лінійних керівників. Але лінійно - функціональний тип організаційної структури має певні недоліки: синтез лінійного та функціонального управління може затягувати підготовку управлінських рішень, призводить до інформаційного перевантаження вищого керівництва, не завжди забезпечує координацію в роботі функціональних підрозділів.

Щодо заробітної плати, підприємство самостійно визначає форму системи та розміри заробітної плати та премій працівників за результатами їх роботи та встановлює розмір заробітної плати працівників не нижче мінімальної заробітної плати, встановленої законодавством України.

Виробнича структура є частиною загальної структури підприємства, а саме виробничими підрозділами, які виробляють продукцію, а також сервісними та допоміжними службами, що сприяють виробництву.

Аналіз фінансово-економічних показників ТОВ «ШЕЛБІ» буде проводитись у такій послідовності:

- аналіз техніко-економічних показників підприємства;

- аналіз фінансового стану.

Інформаційною базою аналізу фінансових показників підприємства є дані Балансу підприємства та Звіту про фінансові результати (додатки В, Г, Д, Ж, З).

Перш за все проведемо аналіз техніко-економічних показників ТОВ «ШЕЛБІ» за 2019-2021рр. (Таблиця додаток К)

За даними таблиці видно, що середньорічна вартість капіталу в 2021 році становить 514340 тис. грн. Це на 62046,5 тис. грн. більше минулорічного показника, (темپ приросту становить 13,7%), а в порівнянні із показником за 2019 рік вартість активів збільшилася на 93075.5 тис. грн. (темп приросту активів ТОВ «ШЕЛБІ» за 2019-2021 роки становить 22,1%).

Як бачимо, впродовж аналізованого періоду обсяги виробництва та реалізованої продукції поступово зростають. Так, якщо на кінець 2017 року обсяг реалізованої продукції складав 518887 тис.грн., то уже в 2021 році цей обсяг складав 738572 тис.грн., що на 212165,3 тис.грн. більше, ніж у 2017 році та на 70670,9 тис.грн. більше, ніж у попередньому 2020 році.

Середньорічна вартість основних засобів (за первісною оцінкою) становить в 2021 році 449504.5 тис. грн. За останній рік вартість основних засобів збільшилася на 59351 тис. грн. (темп приросту основних засобів за останній рік склав 15,2%). У порівнянні із 2019 роком, вартість основних засобів збільшилася на 113511 тис. грн. (темп приросту за 2019-2021 роки становить 33,8%).

Середньорічна вартість власного капіталу склала в 2021 році 429861,5 тис. грн. За останній рік власний капітал зріс на 29396 тис. грн. (темп приросту за останній рік склав 7,3%). У порівнянні із показником за 2019 рік, власний капітал зріс на 101750,5 тис. грн. (темп приросту становить 31.0%).

Чистий дохід від реалізації в 2021 році склала 738572 тис. грн. За останній рік обсяг збуту зріс на 76942 тис. грн. (темп приросту за останній рік склав 11,6%). У порівнянні із показником за 2019 рік, обсяг реалізації зріс на 185094 тис. грн. (темп приросту становить 33,4%).

Порівнюючи темпи зростання активів, основних фондів, власного капіталу та виручки від реалізації, бачимо, що найбільше приріст середньорічної вартості основних засобів (15,2%). У 2020-2021 роках темпи зростання власного капіталу

нижчі за темпи зростання основних фондів. Цей фактор є негативним, оскільки збільшення основного капіталу відбувається за рахунок позикових коштів.

Порівнюючи темпи зростання власного капіталу з активами, бачимо, що темп приросту власного капіталу нижчий від темпу приросту активів, що свідчить про зменшення частки власного капіталу в майні підприємства. Дохід від продажів зростає повільніше, ніж активи компанії. Це говорить про те, що вкладення підприємства в капітал не окупилися повністю.

Основними показниками, що характеризують ефективність використання основних засобів та їх забезпеченості, є фондомісткість, фондомісткість та фондодостатність. Проаналізуємо їх. Коефіцієнт рентабельності інвестицій у 2021 році становив 1,6. Зниження фондовіддачі свідчить про зниження ефективності використання основних засобів.

Фондомісткість - показник, обернений до фондовіддачі. В 2021 році він склав 0.6. Темп приросту показника за останній рік складає 3,2%, а за 2019-2021 роки – 0,3%. Можемо сказати, на кінець 2021 року на кожну гривню продукції, яка випускається припадає 0,6 грн. вартості основних фондів, що на 0,1 грн. більше, ніж у 2017-2018 роках.

Фондоозброєність становить в 2021 році 1464.2 тис. грн. на одного працюючого. Даний показник у порівнянні із 2020 роком збільшився на 256.3 тис. грн., а у порівнянні із показником за 2019 рік збільшився на 455,2 тис. грн.

Показники рентабельності за останній рік погіршилися. Так, рентабельність активів за останній рік зменшилася на 5,4% і склала в 2021 році 11,4%, рентабельність власного капіталу за останній рік зменшилася на 5,3% і склала в 2021 році 13,7%.

Отже, позитивними змінами в діяльності є: збільшення середньорічної вартості активів, збільшення середньорічної вартості основних засобів, збільшення середньорічної вартості власного капіталу, збільшення фонду оплати праці, покращення продуктивності праці, збільшення середньої заробітної плати.

Негативними є: скорочення штату підприємства, зменшення прибутку, погіршення фондовіддачі, зменшення рентабельності продукції, зменшення рентабельності активів.

Таблиця 1.1

Характеристика майна підприємства та джерел його формування за балансом

Показники	На 31.12.2019		На 31.12.2020		На 31.12.2021		Відхилення 2021 р. до 2019 р.		
	тис. грн.	пито-ма вага, %	тис. грн.	пито-ма вага, %	тис. грн.	пито-ма вага, %	+, -	%	п.с.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
АКТИВИ									
1. Необоротні активи:	323613	74,65	299191	63,52	373695	67,02	50082	115,48	-7,63
в т.ч. основні засоби	241495	55,70	214325	45,50	285835	51,26	44340	118,36	-4,44
2. Оборотні активи	109920	25,35	171863	36,48	183931	32,98	74011	167,33	7,63
в т.ч. запаси	33266	7,67	51479	10,93	67553	12,11	34287	203,07	4,44
дебіторська заборгованість	66502	15,34	116840	24,80	96222	17,26	29720	144,69	1,92
грошові кошти	9820	2,27	2850	0,61	18597	3,34	8777	189,38	1,07
ПАСИВИ									
1. Власний капітал	362473	83,61	438458	93,08	421265	75,55	58792	116,22	-8,06
в т.ч. зареєстрований капітал	8800	2,03	8800	1,87	8800	1,58	0,00	100,00	-0,45
нерозподілений прибуток	297131	68,54	373119	79,21	357851	64,17	60720	120,44	-4,36
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	15740	3,63	1793	0,38	1999	0,36	-13741	12,70	-3,27
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	55320	12,76	30803	6,54	134362	24,10	79042	242,88	11,34
БАЛАНС:	433533	100,00	471054	100,00	557626	100,00	124093	128,62	0,00

Отож з аналізу балансу видно, що показники оборотних і необоротних активів зростають з 2019 по 2021 рік, при цьому питома вага оборотних активів стала вище в 2021 році 7,63%. Звертаючи увагу на пасиви, можна відмітити зростання нерозподіленого прибутку – на 60720 тис.грн або 20,44%. в 2021 році.

Хоч баланс підприємства зростає щороку, можна відмітити зростання як поточних, так і довгострокових зобов'язань. В 2021 році підприємство отримало короткостроковий кредит на розширення бізнесу під пільгову ставку від державного банку Укргазбанк – 7% річних під заставу майна. Це збільшило залежність підприємства від зовнішніх обставин, але дозволить збільшити обігові кошти.

Розглянемо формування фінансових результатів діяльності підприємства (таблиця 1.2). Дані для розрахунків взяті з фінансової звітності в Додатках і розраховані за допомогою програми MS Excel та зведені у таблицю.

Таблиця 1.2

**Фінансові показники діяльності підприємства ТОВ «ШЕЛБІ» за період
2017-2021 роки**

Показники	Роки					Відхилення 2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+,-	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	518887	559711	553478	661006	738572	219685	142,34
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	361458	395011	440748	544527	635682	274224	175,87
Валовий: прибуток (збиток)	157429	164700	112730	117103	102890	-54539	65,36
Інші операційні доходи	2919	3520	20418	5926	10785	7866	369,48
Адміністративні витрати	10510	11412	14273	13845	15943	5433	151,69
Витрати на збут	9378	10383	11751	11632	15329	5951	163,46
Інші операційні витрати	4475	4103	10987	3653	10235	5760	228,72
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	135985	142322	96137	93899	72168	-63817	53,07
Фінансові витрати	3630	10929	1818	1315	357	-3273	9,83
Інші витрати	5802	3830	20568	17952	153	-5649	2,64
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	95720	112704	68724	75985	58786	-36934	61,41
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	95720	112704	68724	75985	58786	-36934	61,41

Аналізуючи показники діяльності підприємства в 2017-2021 роках можна відмітити, що Чистий дохід від реалізації продукції зростає щороку, що є позитивним показником. Зростання в 2021 році у порівнянні з 2017 склало 219685 тис.грн або 42,34%.

При цьому зростання собівартості продукції склало 75,87% або 274224 тис.грн, це пов'язано з багатьма факторами, а саме зростання цін на продукти, збільшення ціни ПММ, зростання курсу валют, зростання середньої заробітної плати працівників та інших факторів.

Це зумовило зниження валового прибутку, і в результаті чистого прибутку в 2020 і 2021 роках. Ці роки стали критичними для підприємства, тому потрібно розробляти заходи щодо покращення фінансового стану.

Далі проведемо коефіцієнтний аналіз ліквідності та платоспроможності ТОВ «ШЕЛБІ» за 2017-2021 роки (табл.1.3). Основні коефіцієнти оцінки фінансового стану були розраховані за допомогою програми MS Excel та зведені у таблицю.

Таблиця 1.3

**Динаміка економічних показників підприємства ТОВ «ШЕЛБІ» за
період 2017-2021 роки**

Показники	За рік					Абсолютне відхилення, ±			
	2017	2018	2019	2020	2021	2021/ 2017	2021/ 2018	2021/ 2019	2021/ 2020
1.Коефіцієнт покриття поточної, загальної ліквідності)	0,9	1,0	2,0	5,6	1,4	0,5	0,4	-0,6	-4,2
2.Коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності	0,6	0,7	1,4	3,9	0,9	0,3	0,2	-0,5	-3
3. Чистий оборотний капітал	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	-0,1	-0,1	-0,1	-
4. Коефіцієнт автономії	0,6	0,6	0,8	0,9	0,8	0,2	0,2	-	-0,1
5. Коефіцієнт фінансової стабільності	0,7	0,8	0,9	0,9	0,8	0,1	0	-0,1	-0,1
6. Коефіцієнт забезпеченості власними засобами	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	-	0,1
7. Коефіцієнт оборотності активів	1,5	1,5	1,3	1,5	1,1	-0,4	-0,4	-0,2	-0,4
8. Коефіцієнт оборотності власного капіталу	22,9	24	20,7	16,7	9,9	-13	-14,1	-10,8	-6,8
9. Рентабельність господарської діяльності, %	30,34	29,43	20,37	17,72	13,93	-16,41	-15,5	-6,44	-3,79
10. Рентабельність власного капіталу, %	78,52	80,45	83,60	93,08	75,74	-2,78	-4,71	-7,86	-17,34
11. Рентабельність продукції, %	69,66	70,57	79,63	82,38	86,07	16,41	15,5	6,44	3,69

Отже, на кінець 2021 року коефіцієнт покриття становить 1,4 (183931 / 134362). Цей показник нижчий за нормований показник (2-2,5). За останній рік коефіцієнт охоплення знизився на 4,2, що є негативним фактором. Порівняно з кінцем 2019 року цей показник зменшився на 0,6.

На кінець 2021 року коефіцієнт швидкої ліквідності становить 0,9 (183931 - 63382 - 4171) / 134362). Цей показник є низьким і свідчить про те, що підприємство не в змозі погасити короткострокові зобов'язання у поточному році лише на 86,6% через середньоліквідні активи. За останній рік коефіцієнт швидкої ліквідності зменшився на 3,0, що є негативним фактором. Порівняно з кінцем 2019 року цей показник зменшився на 0,5.

Абсолютний коефіцієнт становить 0,1 (18597/134362) на кінець 2021 року. Цей показник є нормальним для досліджуваної компанії, а коефіцієнт абсолютної ліквідності за останній рік зріс на 0,05, що є позитивним фактором. Цей показник зменшився на 0,04.

Аналіз фінансового стану ТОВ «ШЕЛБІ» за 2017-2021 рр. відображено в табл.1.4 [30].

Основні коефіцієнти визначення фінансового стану були розраховані за допомогою програми MS Excel та зведені у таблицю.

Таблиця 1.4

**Аналіз показників фінансового стану та платоспроможності ТОВ «ШЕЛБІ»
за 2017-2021 роки**

Показники	За рік					Абсолютне відхилення, ±			
	2017	2018	2019	2020	2021	2021/ 2017	2021/ 2018	2021/ 2019	2021/ 2020
Коефіцієнт платоспроможності (фінансової незалежності, автономності)	0,6	0,6	0,8	0,9	0,8	0,2	0,2	-	-0,1
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,7	0,8	0,9	0,9	0,8	0,1	0	-0,1	-0,1
Коефіцієнт фінансової залежності	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	-	0,1
Коефіцієнт фінансового ризику (фінансового левериджу)	0,6	0,4	0,2	0,1	0,3	-0,3	-0,1	0,1	0,2
Коефіцієнт загальної платоспроможності	2,8	3,5	6,1	14,5	4,1	1,3	0,6	-2	-10,4
Коефіцієнт поточної платоспроможності	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	-0,1	-0,1	-0,1	-
Коефіцієнт короткострокової заборгованості	0,7	0,8	0,8	0,9	1,0	0,3	0,2	0,2	0,1

Коефіцієнт участі акціонерного капіталу	0,02	0,01	0,02	0,02	0,02	-	0,01	-	-
---	------	------	------	------	------	---	------	---	---

Розраховані коефіцієнти з використанням таблиці 1.1. та 1.2. (дані вказані в дужках).

Коефіцієнт платоспроможності на кінець 2021 року становить 0,8 (421265 / 557626). Даний показник є високим і свідчить про те, що більшу частину майна в поточному році становить власний капітал. За останній рік значення показника зменшилося на 0,2, а у порівнянні із 2019 роком, значення показника платоспроможності зменшилося на 0,1.

Коефіцієнт фінансової стійкості становить на кінець 2021 року 0,8 ((421265 + 1999) / 557626). Даний показник є вищим рекомендованого рівня (0,6), що є позитивним фактором для підприємства.

За останній рік досліджуваний показник зменшився на 0,2, а в порівнянні із показником за 2019 рік - зменшився на 0,1.

Коефіцієнт фінансової залежності склав на кінець 2021 року 0,2 ((557626 - 421265) / 557626). У порівнянні із показником за 2020 рік значення показника зросло на 0,2, а в порівнянні із показником за 2019 рік значення коефіцієнта фінансової залежності зросло на 0,1.

Коефіцієнт фінансового левериджу склав на кінець 2021 року 0,3 ((557626 - 421265) / 421265). У порівнянні із 2020 роком, значення показника зросло на 0,2, а в порівнянні із показником за 2019 рік значення коефіцієнта фінансового левериджу зросло на 0,1.

Коефіцієнт загальної платоспроможності склав на кінець 2021 року 4,1 ((373695 + 183931) / (557626 - 421265)). У порівнянні із 2020 роком, значення показника зменшилося на 10,4, а в порівнянні із показником за 2019 рік значення коефіцієнта загальної платоспроможності зменшилося на 2,0.

Коефіцієнт поточної платоспроможності склав на кінець 2021 року 0,1 ((18597) / 134362). У порівнянні із 2020 роком, значення показника зросло на 0,05, а в порівнянні із показником за 2019 рік значення коефіцієнта поточної платоспроможності зменшилося на 0,04.

Коефіцієнт короткострокової заборгованості склав в 2021 році 1,0 ($134362 / (134362 + 1999)$). У порівнянні із 2020 роком, значення коефіцієнта зросло на 0,04, а в порівнянні із показником за 2019 рік значення коефіцієнта поточної платоспроможності зросло на 0,2.

Коефіцієнт участі акціонерного капіталу склав в 2021 році 0,02 ($8800 / 433533$).

Підсумовуючи дослідження зазначимо, що фінансовий стан підприємства є стійким та стабільним, про що свідчить значення показника фінансової стійкості 0,8.

1.2. Аналіз здійснення імпорتنих операцій ТОВ «ШЕЛБІ»

Стратегія імпорту ТОВ «Шелбі» – це напрям діяльності підприємства, який пов'язаний зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності у вигляді реалізації імпорتنих операцій та несе у собі певний набір правил, за допомогою яких відбувається імпортна діяльність підприємства. Правила визначаються урядом в країні імпортера та міжнародними законами, конвенціями і постановами.

Управління імпортними операціями підприємства здійснюється з огляду на результати аналізу ринкової ситуації та тенденції її зміни, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на рішення, що приймаються керівництвом компанії.

Проте стратегія імпортової діяльності ТОВ «Шелбі» характеризується рядом недоліків.

По-перше, це орієнтація на разові імпортні поставки, тобто відсутність довгострокових зовнішньоторгівельних угод. Менеджери ЗЕД ТОВ «Шелбі» мають за мети пошук оптимальних замовлень від іноземних постачальників.

Основні функції менеджерів з імпортних закупівель ТОВ «Шелбі»: визначення потреби в товарних запасів; розрахунок засобів на придбання матеріальних ресурсів; пошук, аналіз даних, вибір постачальників; укладення договорів і контроль виконання; визначення загальної вартості закупівлі для формування ціни і умов договору; перевірка продукції, що поступає, і підтвердження якості.

Оцінка ефективності укладених комерційних угод стосовно закупівлі продукції підприємством «Базис Імпекс» включає наступні етапи:

1) визначення оптової ціни закупівлі продукції, виходячи з умов комерційних угод;

розрахунок поточних витрат підприємства, пов'язаних із закупівлею та прогнозування витрат на реалізацію відповідної продукції;

розрахунок розміру обов'язкових платежів, які підлягають сплаті підприємством;

оцінка чистого прибутку за зовнішньоторговельними угодами;

розрахунок показників ефективності здійснення контрактів на закупівлю продукції.

Розглянемо кожен з етапів більш детально на прикладі ТОВ «Шелбі».

1. Визначення оптової ціни закупівлі продукції. Оптова ціна закупівлі продукції являє собою кінцеву договірну (контрактну) ціну угоди, що враховує усі види цінових знижок, які надаються продавцем підприємству-покупцю ТОВ «Шелбі», та узгоджені базисні умови поставки. На рівень оптової ціни закупівлі продукції суттєво впливають такі умови комерційної угоди, як: характер партнера за угодою, принцип встановлення комерційних зв'язків за угодою, види та розмір цінових знижок, що надаються, базисні умови поставки, умови та строк оплати товару.

Загалом імпорتنі операції ТОВ «Шелбі» є ефективними та прибутковими, але деяких недоліків в організації імпорتنих операцій ТОВ «Шелбі» можна уникнути за допомогою наведеного вище комплексу заходів щодо покращення організації та підвищення ефективності імпорتنих операцій.

Результати дослідження ефективності імпоротної діяльності в ТОВ «Шелбі» є основою для розробки методологічного і практичного підходу до встановлення основної стратегічної мети діяльності підприємства, визначення його загального напрямку його розвитку і стратегічних альтернатив.

При застосуванні збалансованої системи показників імпортна стратегія ТОВ «Шелбі» розкладається за чотирма аспектами: фінансовий, відносин з

клієнтами, організація внутрішнього бізнес-процесу, навчання та розвитку (табл. 1.5.).

Таблиця 1.5

Збалансована система показників імпортої діяльності ТОВ «Шелбі»

Група	Цільова функція	Завдання	Показники	Цілі	Заходи
Фінанси	Підвищення прибутковості імпортних закупівель	Зростання обсягу імпортних поставок	Обсяг імпортних закупівель	30% ріст	Програма розвитку імпорту
		Підвищення рентабельності імпорту	Рівень рентабельності імпорту	50% ріст	
Клієнти	Висока якість продукції, розширення асортименту, оптимальні ціни	Контроль якості продукції, що закуповується на зарубіжних ринках	% повернення продукції	0%	Програма управління якістю
		Виведення на внутрішній ринок нової продукції	Обсяг поставки нової продукції	10% від існуючого обсягу імпорту	Програма асортименту
Процеси	Високі торгівельні технології, точність виконання замовлень	Підвищити якість обслуговування клієнтів	% поставок виконаних в термін	100%	Програма підвищення професійного рівня персоналу відділу логістики і ЗЕД
			% нарощення обсягів поставок за партнером	10% в рік	
Розвиток	Висока культура Співробітництва з іноземними постачальниками, ефективне планування та постачання	Професійний розвиток персоналу, систематична атестація персоналу, формування корпоративної культури	% персоналу, що пройшов навчання Кількість атестацій протягом року	50 2	Програма розвитку персоналу

Кожен з аспектів містить інформацію про:

- 1) цілі, яких прагне досягти ТОВ «Шелбі»;
- 2) показники, за допомогою яких можна виміряти успішність досягнення цілей;
- 3) цільові значення показників, які свідчать про рівень досягнення поставленої цілі;
- 4) стратегічні ініціативи, тобто про комплекс заходів, спрямованих на ліквідацію так званого розриву між фактичними значеннями показників та їхніми цільовими значеннями. Кожна стратегічна ініціатива має бути забезпечена достатньою кількістю ресурсів: людських, фінансових, технічних.

Стратегічні ініціативи має бути визначені для кожного показника та сприяти досягненню цільового значення показника. Саме реалізація стратегії здійснюється шляхом реалізації ініціатив.

Таким чином, збалансована система показників допомагає ТОВ «Шелбі» розв'язати дві ключові проблеми: оцінювати результати діяльності організації та ефективність реалізації поставленої стратегії.

Проведемо аналіз імпорту ТОВ «ШЕЛБІ» у 2019-2021 рр. (табл.1.5.)

Таблиця 1.5

Динаміка обсягів та структура імпорту алкогольної продукції ТОВ «ШЕЛБІ» у 2019-2021 рр., тис. грн.

Вид продукції	Імпортовано, тис.грн.			Відхилення		Питома вага імпорту		
	2019	2020	2021	Абсол.	Відносне	2019	2020	2021
Вино	256,75	208,08	328,13	71,38	127,80	25	26	27
Ігристе вино	92,43	72,03	121,53	29,10	131,48	9	9	10
Коньяк	123,24	104,04	121,53	-1,71	98,61	12	13	10
Віскі	20,54	32,01	60,77	40,23	295,84	2	4	5
Пиво	277,29	216,08	340,28	62,99	122,72	27	27	28
Ром	71,89	40,02	60,77	-11,13	84,52	7	5	5
Джин	51,35	32,01	48,61	-2,74	94,67	5	4	4
Слабоалкогольні напої	133,51	96,04	133,68	0,17	100,13	13	12	11
Всього	1027	800,3	1215,3	188,3	188,3	100	100	100

Отже, як ми бачимо, підприємство імпортувало всього в 2021 році продукції на суму 1027 тис.грн., що є на 188,3 тис.грн. меншим даного показника в 2019 році.

Структура імпорту протягом досліджуваного періоду залишається приблизно однаковою. Підприємство імпортує дану продукцію з наступних країн: Франція, Італія та Угорщина.

Проведемо аналіз географічної структури імпорту ТОВ «ШЕЛБІ» у 2019-2021 рр. (табл.1.6.)

Таблиця 1.6

Аналіз географічної структури імпорту алкогольних товарів ТОВ «ШЕЛБІ» у 2019-2021 рр., тис. грн.

Вид продукції	Імпортовано, тис.грн			Відхилення		Питома вага імпорту		
	2019	2020	2021	Абсол.	Відносне	2019	2020	2021
Франція	544,31	464,17	741,33	197,02	136,20	53,0	58,0	61,0
Італія	308,1	224,08	303,82	-4,28	98,61	30,0	28,0	25,0
Угорщина	174,6	112,0	170,1	-4,5	97,42	17,0	14,0	14,0
Всього	1027,0	800,3	1215,3	188,3	118,33	100,0	100,0	100,0

Отже, як показують дані, підприємство імпортує найбільше продукції із Франції. Зокрема, в 2021 році було імпортовано продукції на 741,3 тис.грн. Це становить 61 % імпорту даного року. Підприємство щороку збільшує частку імпорту із даної країни.

З Італії підприємство імпортувало в 2021 році продукції на суму 303,8 тис.грн, що складає 25%. Даний показник за досліджуваний період зменшився на 4,3 тис.грн. З Угорщини імпортовано продукції на 170,1 тис.грн. Це становить близько 14% імпорту.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА РИНКУ

АЛКОГОЛЮ

2.1 Аналіз тенденцій розвитку світового ринку алкоголю

Алкоголь - етиловий спирт, етанол, найбільш поширене в Європі, Північній Америці, частині держав Південно-Східної Азії та Південно-Тихоокеанського регіону речовина наркотичної дії, що надає депресивний вплив на нервову

систему. Алкоголь широко відомий як значущий компонент, що зумовлює поведінкові сценарії людей, з ранніх стадій еволюції соціуму. Здатність алкоголю викликати в людини стан ейфорії, вуалювати турботи і формувати супутні ілюзорні уявлення вже в давнину сприймалася людьми як властивість безумовно сакрального типу. Винахід процедури перегонки алкоголю в епоху Середньовіччя дозволило значно посилити рівень його впливу на психіку людини.

Систематичні дослідження медичного, соціологічного та психологічного порядку тих деформацій у суспільстві, які викликаються масовим надмірним вживанням алкоголю, розпочалися із середини XIX століття. В даний час рівень споживання алкоголю вважається однією з трьох найбільш пріоритетних проблем у галузі охорони здоров'я у світовому масштабі. Незважаючи на те, що в цілому алкоголь вживає лише половина населення планети, він є третім у світі провідним фактором ризику захворювань та передчасної смерті після тютюнопаління та високого артеріального тиску.

Алкогольна продукція стала найбільш динамічно розвивається в FMCG (Fast Moving Consumer Goods – товари щоденного попиту), з'ясували аналітики NielsenIQ. Динаміка продажів алкоголю склала 3,7% у штуках — це найвищий показник серед усіх FMCG-індустрій у 2021 р.

Зміна продажів у штуках, наприклад, непродовольчих товарів показала негативну динаміку (-6,1%), як і тютюнової продукції (- 6,5%). Крім алкогольної продукції, показник виріс у FMCG-товарів (на 1,5%) та продовольчих (2,9%). При цьому найбільшу зміну продажів у грошах аналітики зафіксували саме у продовольчих товарів — 9,3%. Друге місце з однаковим показником у 7,6% розділили категорії FMCG та алкоголю. У цигарок динаміка в грошах за рік зросла на 5,8%. Найменший приріст відчув сегмент непродовольчих товарів – 1,6%.

Таблиця 2.1

Динаміка продажів FMCG-ринку в 2021 році, за даними NielsenIQ

	Динаміка продажів продукції в грошовому вигляді, %	Динаміка продажів продукції в штуках, %	Інфляція, %
FMCG	7,6	1,5	6,1
Продуктові товари	9,3	2,9	6,5
Сигарети	5,8	-6,5	12,3
Алкоголь	7,6	3,7	3,9
Непродовольчі товари	1,6	-6,1	7,7

Драйверами розвитку продажів алкогольної продукції, на думку експертів NielsenIQ, стали три основні фактори: зростання цін, збільшення реального попиту на алкоголь та розширення асортименту.

Таблиця 2.2

ТОП 5 країн за імпортом алкоголю у світі

ТОП5	Імпортёр	Trade Value 1000USD	Кількість, л.
1	Germany	846,851.19	1,178,040,000
2	Netherlands	845,178.37	1,200,010,000
3	United States	790,868.23	1,336,470,000
4	Brazil	656,806.94	1,457,460,000
5	United Kingdom	449,478.29	738,592,000

Виходячи з даних таблиці 2.2. можемо зробити висновок, що найбільшим імпортером алкогольних напоїв є Німеччина, сума імпорту складає 846,851.19 тис.доларів США, другою по вартості імпортних контрактів є Нідерланди – сума 845,178.37 тис.доларів США.

Проведемо аналіз експортних операцій алкоголю у світі у розрізі ТОП 5 країн.

Таблиця 2.3

ТОП 5 країн за експортом алкоголю у світі

ТОП5	Імпортёр	Trade Value 1000USD	Кількість, л.
1	United States	1,386,847.35	3,098,500,000
2	Brazil	997,191.60	1,940,010,000
3	Netherlands	977,747.39	1,415,690,000
4	France	559,987.29	769,937,000
5	Hungary	415,459.12	642,551,000

Виходячи з даних таблиці 2.3. можемо зробити висновок, що найбільшим експортером алкогольних напоїв є США, сума імпорту складає 1,386,847.35 тис.доларів США, другою по вартості експортних контрактів є Бразилія – сума 997,191.60 тис.доларів США.

Темпи інфляції при цьому в алкогольній групі виявилися значно нижчими, ніж у середньому по ринку — 3.9% порівняно з 6.1%. Крім зростання попиту алкоголь, іншим важливим чинником розвитку ринку стало розширення асортименту. У сегменті джину, наприклад, частка новинок зросла на 35%, у сегменті рому – на 16,3%.

Таблиця 2.4

Доля новинок та основного портфолію по категоріям алкоголю, за даними NielsenIQ, в грошовому виразі, %

	Доля новинок	Основне портфолію
Ігристе вино	18,6	81,4
Бренді	13,7	86,3
Віскі	13,9	86,1
Ром	16,3	83,7
Джин	35,6	64,4

Основні тренди алкогольного ринку Зростання популярності слабоалкогольних коктейлів — минулого року динаміка продажів цього сегменту продемонструвала двозначні теми зростання (+26.1% у грошовому вираженні та +24.3% у штуках), прискорившись порівняно з 2021 роком.

Розвиток приватних марок алкоголю - категоріями з часткою СТМ, що найшвидше зростає, стали джин, в якому частка СТМ за рік подвоїлася, лікер і пиво.

Посилення преміумізації — споживачі через скорочення витрат на харчування та розваги поза домом готові купувати алкоголь преміального цінового сегменту для споживання в домашніх умовах. Частка високого цінового сегмента зросла у трьох з п'яти алкогольних категорій, що робить найбільший внесок у розвиток промисловості.

Таблиця 2.5.

Найбільш швидкозростаючі алкогольні категорії напоїв, за даними NielsenIQ

	Динаміка продажів в грошовому вигляді, %	Динаміка продажів в штуках, %
Джин	41,1	43,5
Слабоалкогольні коктейлі	26,1	24,3
Віскі	25,0	23,9
Ром	19,9	17,1
Лікер	18,4	15,0

За новим прогнозом аналітиків IWSR, світовий ринок алкоголю показує ознаки відновлення, і до кінця 2021 року його зростання має становити 2,9 відсотка.

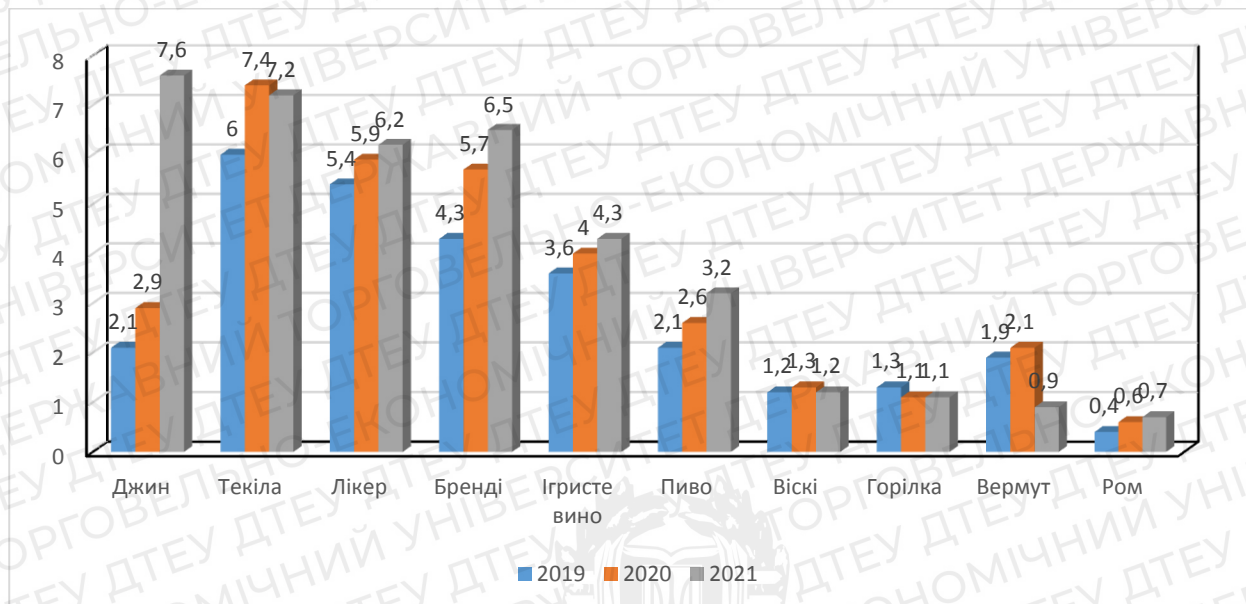


Рисунок 2.1 Розвиток СТМ алкоголю за даними NielsenIQ в грошовому виразі, %

Згідно з даними Міжнародної організації виноградарства та виноробства (OIV), за 2020 рік у трійку лідерів експорту увійшли такі країни як Італія, що експортувала майже 21 млн гл цього напою, Іспанія (20,2 млн гл) та Франція з показником у 13,6 млн гл.

Перебуваючи серед лідерів експорту, жителі Апеннінського півострова примудряються ще й майже повністю забезпечити вином власні чималі потреби — Італія розташувалася на третьому місці у світі за рівнем споживання вина (24,5 млн гл). Їх змогло обігнати лише багатомільйонне населення США, яке приймає “на душу” майже на 10 млн гл більше, і споконвічні любителі вина — французи (24,7 млн гл).

До п'ятірки світових експортерів також увійшли Чилі (8,5 млн гл) та Австралія (7,5 млн гл). Розміри експорту п'ятірки країн, куди входять Аргентина, США, Південна Африка, Німеччина і Португалія, набагато скромніші й коливаються в межах 3-4 млн гл.

Експерти очікують, що обсяг споживання алкоголю повернеться на допандемійний рівень до 2023 року, і до 2025-го споживання поступово зростатиме.

Відновлення прискориться завдяки швидким змінам галузі на ключових ринках, розвитку онлайн-торгівлі, зростанню продажів готових до вживання коктейлів, а також більш вишуканому домашньому споживанню.

На багатьох ринках пандемія посилила вплив ключових драйверів зростання галузі, таких як розвиток онлайн-торгівлі, преміумізація, зростання інтересу до «домашнього бару», поміркованість та прагнення зручного формату продукції,

Ці тренди підтримуватимуть відновлення галузі. До того ж на багатьох ринках деякі групи споживачів сьогодні мають значно більший дохід, ніж у 2020 році, і частину його вони витратять на алкоголь. 2021 року обсяг світового ринку алкогольних напоїв скоротився на 6,2%. Проте зниження було меншим, ніж прогнозувалося — галузь підтримали такі фактори, як зростання онлайн-торгівлі, популярність готових напоїв, активне вживання алкоголю вдома, а також зростання на ринках США та Китаю. Прискорить відновлення ринку преміумізація, що намітилася ще до пандемії. Хоча деяким споживачам довелося скоротити витрати, тим, хто готовий витратити гроші, алкоголь став доступним предметом розкоші.

Обсяг продажів горілки минулого року не змінився, і аналітики не очікують на його зростання до 2025 року. На найбільшому ринку горілки, в Україні, споживачі на тлі пандемії відмовляються від преміальних марок горілки, а на другому за обсягом ринку, у США, продажі горілки зростатимуть. Загалом зростання продажів міцних напоїв у світі у 2021 році становитиме 0,6%, а середньорічні темпи зростання до 2025 року становитимуть 0,8%.

В 2020 році Україна імпортувала близько 74 000 тон алкогольних напоїв із концентрацією спирту менш як 80% (переважно коньяк, віскі, горілка, лікери і солодкі наливки) на суму \$227 млн. Виноградних та інших вин ввезено майже 91 000 тон вартістю \$224 млн, а солодового пива – 70 000 тон вартістю \$67 млн.

Пиво здебільшого привозили з Мексики, Бельгії та Німеччині. Різні вина закупували переважно в Італії, Франції, Грузії та Іспанії, міцний алкоголь – у Великій Британії, Грузії, Ірландії, Німеччині та Вірменії.

Кількість імпорту, причому не завжди якісного, представленого в маркетах, переважає над вітчизняними напоями у співвідношенні приблизно 70% до 30%.

Прогнозується, що ринок алкогольних напоїв матиме середньорічний темп зростання 3,4% протягом прогнозованого періоду з 2022 до 2027 року.

З початком COVID-19 ринок алкогольних напоїв сильно постраждав, в основному через закриття спеціалізованих магазинів, барів, пабів та ресторанів. У середині 2021 року ослаблення карантинних заходів призвело до того, що ритейлери набули впевненості, у той час як у деяких країнах спостерігалось різке зростання цін, в основному через державне регулювання та податки, що мінімально вплинуло на досліджуваний ринок.

Наприклад, 24 березня 2021 Pernod Ricard переглянула свій прогноз на поточний фінансовий рік і очікувала, що її рентабельність знизиться майже на 20%, в основному через поширення COVID-19. Більше того, компанії також спостерігають стрибок у продажах за межами офісу, порівняно з продажами на місці. Наприклад, Constellations Brands у лютому 2021 року збільшила обсяг продажу пива в США майже на 30%, оскільки клієнти уникають продажу пива в магазинах, щоб зупинити поширення COVID-19. Крім того, під час пандемії різко зріс попит на міцні напої, такі як віскі та джін, тоді як на такі продукти, як пиво, спостерігалось зростання обсягів. Внутрішнє споживання, поряд із запасами брендів, було одним із факторів, що спонукають ринок підтримувати стійкість під час пандемії.

У середньостроковій перспективі ринок, ймовірно, визначатиметься збільшенням глобальної демографічної групи молодих людей у поєднанні з високим доходом і споживчим попитом на продукти преміум-класу/супер-преміум-класу.

На глобальному рівні пиво є рушійною силою ринку алкогольних напоїв, тоді як на регіональному рівні очікується, що Азіатсько-Тихоокеанський регіон домінуватиме на світовому ринку протягом прогнозованого періоду. На досліджуваному ринку спостерігається зростання онлайн-торгівлі. Наприклад, Drizly, платформа електронної комерції алкоголю, за останні кілька років продемонструвала зростання прибутків від онлайн-доставки алкоголю.

За оцінками IWSR, обсяг продажів преміальних та надпреміальних вин та міцних напоїв у період 2021-2025 років зросте на 25,6%. Продажі пива, яке у 2021

році постраждало більше за інші напої, втративши 7,1% обсягу, до 2025 року зростатимуть на 1,2% на рік. Зростання покажуть усі найбільші світові ринки, окрім США, де у пива забирають частку ринку зельцери та інші подібні напої. Зростання категорії готових до вживання напоїв становитиме 10,2%. У США темпи зростання будуть набагато вищими: продажі зельцерів у 2021 році зросли на 130%, і обсяг категорії готових напоїв вже більший, ніж міцного алкоголю, а до 2021 року ця категорія обжене і вино.

2.2. Дослідження перспектив імпорту алкоголю з ЄС до України

Алкогольні напої є однією з найбільш кризових категорій споживчих товарів. Незважаючи на пандемію та інші економічні фактори, споживання та продажі алкоголю за останні кілька років зросли (за даними CGA).

Аналіз ринку алкоголю в Україні. За даними опитування, проведеного соціологічною групою «Рейтинг», 66% опитаних українців вживають алкоголь. 33% використовують його рідше одного разу на місяць, 26% - кілька разів на місяць, 7% - кілька разів на тиждень, 1% - щодня. Незважаючи на це, 32% респондентів взагалі не вживають алкоголь. Чоловіки, молодь і люди середнього віку частіше вживають алкоголь і є більш заможними.

За статеві-віковими групами чоловіки різного віку вживають алкоголь частіше, ніж жінки. Також молоді люди частіше вживають алкогольні напої, незалежно від типу поселення. У містах нею однаково користуються молодь і люди середнього віку.

Найпопулярнішими алкогольними напоями є вино (36%) і пиво (29%). Горілка – 20%, коньяк – 17%, домашні вина, настоянки – 14%, шампанське, ігристі вина – 12%, віскі – 7%, самогон – 6%. Такі напої, як сидр, ром, лікери або настоянки, вермут, коктейлі, джин, лікери споживаються на 1-2%.

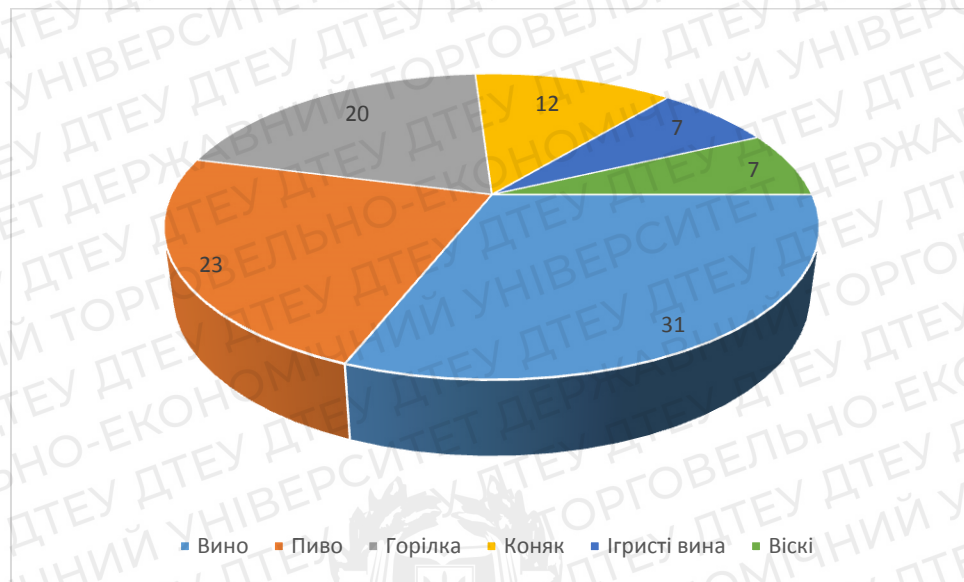


Рисунок 2.2 Структура вживання алкогольних напоїв

У рейтингу найбільших виробників алкоголю, які з найменшими втратами пережили жорсткий податковий тиск, перше місце посіла корпорація «Баядера Груп» (Чистий дохід – 5,33 млрд грн). На другому місці – «Оболонь» з виручкою 4,78 млрд грн. На третьому – «Карлсберг Україна» (Чистий дохід – 4,58 млрд грн), на четвертому – «САН ІнБев Україна» (Чистий дохід – 3,82 млрд грн).

«Українська дистриб'юторська компанія» (Global Spirits) посіла п'яте місце. Дохід компанії за 2021 рік склав 3 млрд грн. У попередньому рейтингу 2021 року лідирував Global Spirits. Його дохід склав 5,9 млрд грн.

Крім того, майже всі учасники рейтингу в 2021 році скоротили виробництво. При цьому чистий дохід підприємства зростає. Після підвищення ставки акцизу всі вони підняли ціни на свою продукцію.

Основними постачальниками алкогольних напоїв в Україну у 2020 році стали країни Європейського Союзу – продукція з ЄС досягла близько 2/3 вартості імпорту. Зокрема, загальні поставки виноробної продукції з Італії склали 16,9% вартості імпорту, Німеччини – 10,8%, Великобританії – 7,6%, Франції – 5,9%.

За даними Інституту аграрної економіки, частка вина та виноробної продукції в імпорті в Україну з Європейського Союзу є однією з найбільших в імпорті української сільськогосподарської продукції. Так, у січні-червні 2021 року Україна імпортувала алкогольних напоїв на 130 мільйонів доларів. У 2020 році

загальна вартість імпортованих алкогольних та безалкогольних напоїв в Україну досягла 533 млн доларів, що на 9% більше, ніж роком раніше.

Проаналізуємо основний портрет споживачів алкогольної продукції в Україні та їх спочивчі особливості.

Більшість (66%) покупців алкогольної продукції – чоловіки, див. рис. 2.3

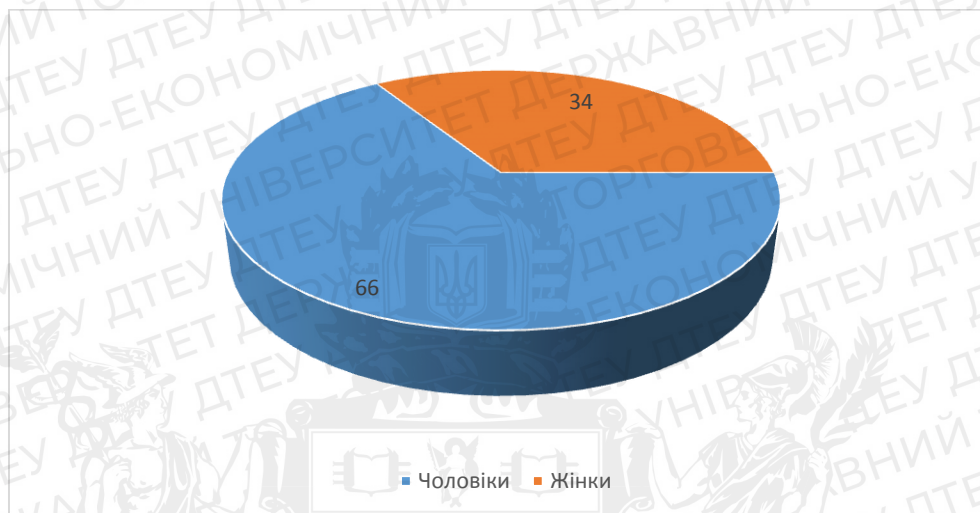


Рисунок 2.3. Структура споживачів алкогольної продукції за статтю

Близько половини (49%) покупців алкоголю – це молоді люди віком від 21 до 30 років. Ще 29% опитаних – споживачі від 31 до 40 років, 12% – від 40 до 50 років, 10% – від 51 до 60 років.

Критерії вибору алкогольної продукції помітно відрізняються залежно від категорії напою – див. рис.2.4.

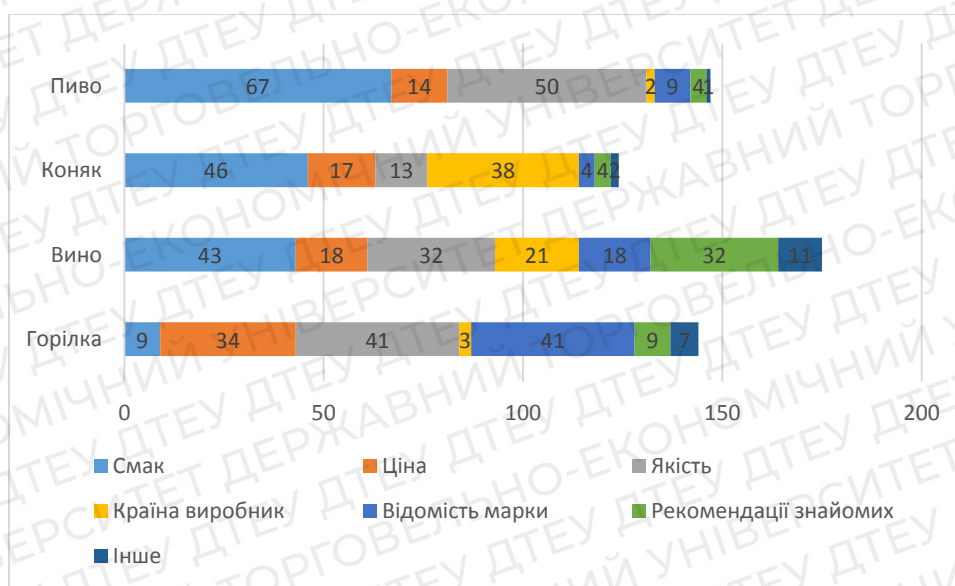


Рисунок 2.4. Критерії вибору алкогольної продукції

Так, купуючи пиво, споживачі насамперед звертають увагу на його «смак» (так відповіло 63% респондентів) та «якість» (50%). Другорядне значення мають такі критерії, як «відомість марки» (26%) і ціна (14%).

При виборі коньяку та віскі покупці більше хвилюються про такі характеристики, які дають гарантію якості та говорять про престижність продукту: 46% на перше місце поставили «відомість марки», ще 46% – «смак», і для 38% важлива «країна виробництва», 17% назвали ціну.

Вибираючи вино та шампанське, насамперед, респонденти орієнтуються на «смак» – його назвали 43%, а також на якість (32%) та країну виробництва (32%).

А ось вибір горілки відрізняється низькою значимістю смаку та високою значимістю цінового фактора – «якість» назвали 41%, «відомість марки» – також 41% та ціну – 34%. На смак горілки звертає першочергову увагу лише 9% опитаних.

Таким чином, бренд може досягти успіху зі збільшенням його впізнаваності, а це можливо при проведенні заходів щодо його просування. Приріст продажів та популярність будь-якої алкогольної марки залежить не тільки від смакових властивостей напою, дизайну та ціни, а й від рекламної активності виробників. В Україні вибір алкоголю у середньому ціновому сегменті величезний. Частка споживачів, які залишаються прихильниками одного алкогольного бренду, як правило, незначна, при цьому проведення акцій у місцях продажу будь-яка продумана рекламна кампанія призводить до сплеску продажів, тому що готовність споживачів переключатися на нові горілчані марки досить велика. Крім того, при стабільності смакових якостей продукції та високому рівні дистрибуції ефект від акції триває досить довго.

Вино частіше вживають на Заході та в Центрі. У Західному регіоні також більш поширені домашні вина та настоянки та самогон. На Сході частіше вибирають горілку. Молоді люди частіше вживають пиво і вино, старші – горілку, коньяк, домашні вина і настоянки, а також самогон. З іншого боку, вино популярне в будь-якому віці. Жінки вживають вино вдвічі частіше, ніж чоловіки. Вони також частіше п'ють домашні та ігристі вина. А серед чоловіків найпопулярнішими є

пиво (40%) і горілка (31%). Чоловіки також частіше вживають коньяк, віскі та самогон.

За статеві-віковими групами пиво більше вживають молоді чоловіки, горілку – чоловіки старшого віку. Серед жінок найбільше споживання пива також серед молоді. З іншого боку, споживання міцних напоїв (горілки, коньяку), а також вітчизняних вин вище серед середньої та старшої вікових груп. Цікаво, що серед старших коньяків однаково споживають і чоловіки, і жінки.

Найчастіше вживають алкоголь на честь свята чи події (67%). Щоб добре провести час з близькими, вживайте алкоголь 30%, розслабтеся, підбадьорте – 24%. Серед інших причин: насолоджуватися смаком – 9%, смачною їжею – 8%, здоровою – 7%, допомагає заснути – 4%.

54% вважають, що існують безпечні дози алкоголю, які нешкідливі для здоров'я, а 45% не згодні.

Найчастіше чоловіки погоджуються, що існують безпечні дози. Кожен третій респондент назвав вино менш шкідливими алкогольними напоями, а кожен п'ятий назвав домашні вина. Лише 10% вважають, що горілка менш шкідливий алкоголь, 8% - пиво, 6-7% - називають коньяк і самогон. Чверть переконана, що всі алкогольні напої шкідливі. Таку думку частіше висловлюють молодші респонденти. Жінки називали вина, домашні вина та настоянки менш шкідливими напоями. Відповідно, чоловікам менш шкідливі горілка, пиво, самогон.

Безалкогольна та слабоалкогольна продукція набирає популярності, оскільки стає частиною правильного способу життя та соціальної норми. Збільшується кількість каналів продажу, присвячених виключно безалкогольним напоям. На ринок виходять спеціальні сайти електронної комерції, роздрібні торговці та бари.

Вартість електронної комерції зросла майже на 43% у 2021 році на 16 ключових ринках у порівнянні з 12% у 2020 році. Дані IWSR показують, що до 2025 року електронна комерція на цих ринках становитиме близько 6% усіх алкогольних напоїв у сегмент поза торгівлі, порівняно з менш ніж 2% у 2019 р. З розвитком онлайн-продажу алкогольних напоїв збільшується кількість рітейлерів, а діапазон бізнес-моделей, які вони використовують, стає різноманітнішим.

Кількість нових продуктів RTD, які надходять на ринок та споживаються у 2021 році, свідчить про тенденцію збільшення уваги до продукції преміум-класу. Проте в даний час переважна більшість категорій RTD знаходяться в стандартному та нижчому діапазонах цін.

Більше того, RTD на основі міцних напоїв вже домінує на більшості ключових ринків, за винятком Мексики та Сполучених Штатів.

Протягом багатьох років екологічно чисті рішення для упаковки були в авангарді програми корпоративної та соціальної відповідальності в індустрії напоїв.

Але занепокоєння з приводу зміни клімату зростає: споживачі все частіше шукають певні компанії з виробництва напоїв, щоб продемонструвати свою прихильність до стійких методів.

Таблиця 2.6

Аналіз продажу алкогольних напоїв в Україні в 2020-2021 роках

Найменування виробу	Обсяг роздрібного продажу, дал	У % до відповідного періоду попереднього року	У перерахунку в абсолютний алкоголь, дал
І півріччя 2021 року			
Горілка та вироби лікєро-горілчані	3 737 120,6	102,5	1 494 848,2
Напої слабоалкогольні	2 237 491,4	106,0	178 999,3
Вина	4 330 086,0	114,0	623 532,4
Коньяки	1 041 975,9	107,0	427 210,1
Вина ігристі (шампанські)	1 625 538,7	123,5	178 809,3
Всі алкогольні напої			2 903 399,3
2020 рік			
Горілка та вироби лікєро-горілчані	7 637 082,0	103,0	3 054 832,8
Напої слабоалкогольні	4 439 298,1	115,5	355 143,8
Вина	7 975 144,0	113,9	1 148 420,7
Коньяки	2 074 621,3	107,9	850 594,7
Вина ігристі (шампанські)	3 286 623,6	116,5	361 528,6
Всі алкогольні напої			5 770 520,6

Тобто можна відмітити, що за рахунок останніх подій, українські виробники не справляються з попитом на алкогольну продукцію, тому є сенс її імпортувати. Особливо це стосується вин та ігристих вин, оскільки велика кількість виноградарників залишилась на окупованих територіях, і можливість використання цієї сировини зведена до мінімуму.



РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ АЛКОГОЛЮ ДО УКРАЇНИ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту алкоголю ТОВ «ШЕЛБІ» з країн ЄС

За останні роки показники вирощування винограду й експорту українського вина впали. Загалом за 2020 рік Україна втричі більше імпортувала, аніж експортувала вина. А 2021 року кількість імпорту ще більше зросла. Адже з 1 січня держава скасувала мито на європейські вина, відповідно до Угоди про Асоціацію.

Водночас, за результатами Дегустаційної комісії, яка перевірила 400 українських та закордонних вин, 30% імпортних вин і 90% імпортних напоїв на основі вина мають порушення.

Розглянемо особливості здійснення імпорту алкогольних напоїв з країн Євросоюзу компанією ТОВ «ШЕЛБІ».

Значне підвищення акцизів протягом 2017-2018 років певною мірою спрощує завдання щодо досягнення планових показників до 2021 року, як і планується в УА.

Реалізація Директиви ЄС 2011/64 / ЄС від 21 червня 2011 року про структуру та ставки акцизного збору на тютюнові вироби (кодифікація) є більш тривалим і складнішим завданням, ніж імплементація інших директив. При його реалізації необхідно враховувати інтереси бізнесу, держави, споживачів тютюнових виробів, а також населення, яке не вживає тютюнові вироби.

У директиві наголошується, що заходи державного втручання не повинні призводити до викривлення ринку, викривлення вільної конкуренції та неефективного розподілу ресурсів.

Про зростання незаконного обігу алкогольних напоїв свідчить ряд явищ, яких раніше не було. Перший – збільшення продажу міцних напоїв для розливу. На продовольчих ринках зараз можна купити будь-яку кількість заводської горілки за низькою ціною. По-друге, це вільний продаж етилового спирту та самогонних

апаратів, що заборонено чинним законодавством. В інтернеті можна знайти велику кількість таких пропозицій з доставкою по всій Україні. Поширенню цієї нелегальної продукції сприяє лояльне ставлення населення до її незаконного обігу.

У контексті імплементації Директиви ЄС 92/83/ЄЕС від 19.10.1992 р. про гармонізацію структур акцизних зборів на алкоголь та алкогольні напої було підвищено низку ставок акцизного податку. Фактична динаміка підвищення податку протягом 2014–2018 рр. та рекомендований план підвищення на 2019–2021 рр. наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Фактична і планова динаміка акцизного податку на алкогольні напої

Показник	2014	2015	2017	2018	2019	2020	2021
Пиво, грн/л	1,12	1,24	1,48	2,78	2,78	2,89	2,99
Пиво, євро/гектолітр 1% спирту	1,42	1,02	1,05	1,85	1,75	1,75	1,87
Дистильовані напої, грн/л 100% спирту	60,75	69,17	96,79	120,45	126,96	151,48	176,00
Дистильовані напої, євро/гектолітр 100% спирту	386,53	285,49	342,12	401,43	398,99	459,03	550,00
Офіційний курс гривні щодо євро (середній), грн/євро	15,72	24,23	28,29	30,00	31,82	33,00	32,00

Відповідно до ст. 15 Закону України від 19 грудня 1995 р. № 481/95-ВР «Про державне регулювання виробництва та обігу спирту етилового, коньяку та фруктів, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах та паливі», імпорт, експорт Алкогольні напої, тютюнові вироби, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, здійснюються

суб'єктами господарювання (у тому числі іноземними суб'єктами господарювання, які здійснюють діяльність через зареєстровані постійні представництва) усіх форм власності без ліцензії.

Оптова торгівля на території України алкогольними напоями, тютюновими виробами, рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, здійснюється за наявності у суб'єктів підприємницької діяльності (у тому числі іноземних суб'єктів, які здійснюють діяльність через зареєстровані постійні представництва) усіх форм власності ліцензій на оптову торгівлю алкогольними напоями, тютюнові вироби, рідини, що використовуються в електронних сигаретах.

Роздрібна торгівля алкогольними напоями (крім столових вин) або тютюновими виробами чи рідинами, що використовуються в електронних сигаретах або паливі, можуть здійснювати суб'єкти господарювання (у тому числі іноземні суб'єкти господарювання, що здійснюють діяльність через зареєстровані постійні представництва) усіх форм власності, у тому числі їх виробники, якщо мають ліцензії на роздрібну торгівлю.

Імпорт або експорт здійснюється за наявності у суб'єкта господарювання (у тому числі іноземного суб'єкта, який здійснює діяльність через своє зареєстроване постійне представництво), який здійснює імпорт або експорт, ліцензію на право виробництва або зберігання, або оптової чи роздрібною торгівлі паливом.

Таким чином, ТОВ «ШЕЛБІ» імпортує алкогольні напої для подальшої самостійної роздрібною торгівлі в Україні, тому на момент декларування таких товарів у ТОВ «ШЕЛБІ» повинна бути діюча ліцензія на роздрібну торгівлю. Але ТОВ «ШЕЛБІ» ввозить алкогольну продукцію з метою продажу алкогольних напоїв іншим підприємствам України, тому на момент декларування такі товари повинні мати ліцензію на оптову торгівлю.

Хоча необхідність наявності ліцензії на оптову чи роздрібну торгівлю для декларування товарів не обумовлена положеннями ст. 53 Митного кодексу України та не впливає на митні процедури, але, як показує практика ДПС щодо контролю за обігом підакцизних товарів, ТОВ «ШЕЛБІ», яке ввозить (або купує алкогольні напої) з метою подальшої реалізації, повинне вже до придбання мати ліцензію. Отримавши ліцензію відповідного типу, ви зменшите свої ризики для майбутньої

діяльності. Відповідно до положень Митного кодексу України обсяги імпорту алкогольних напоїв у разі їх декларування не обмежуються.

Прийом документів для видачі ліцензій на право імпорту, експорту етилового спирту, коньяку та фруктів, алкогольних напоїв та тютюнових виробів (далі – документи) здійснюється Департаментом договірного обліку та нетарифного регулювання Міністерства закордонних справ України.

Окрема ліцензія видається на експорт етилового, коньячного та фруктового спирту, імпорт етилового спирту, коньяку та фруктового спирту, експорт алкогольних напоїв, експорт тютюнових виробів, імпорт алкогольних напоїв, імпорт тютюну, продуктів.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є одним із важливих напрямків для розвитку, тому необхідно підвищувати її ефективність.

Для цього потрібно виділити основні проблеми ЗЕД для підприємства та розробити шляхи та методи для їх вирішення

Підготовка до укладання контракту на імпорт алкогольної продукції включає три етапи:

1. Вибір ринку та його вивчення.
2. Вибір контрагента.
3. Проведення попередніх переговорів та укладання договору.

Розглянемо кожен етап докладніше.

1. Вибір ринку та його вивчення.

Ця робота проводиться відповідно до програми маркетингу, в якій особливе місце належить до вивчення найважливіших факторів. ТОВ «ШЕЛБІ» планує заключити імпорту угоду на імпорт вина з Італії.

2. Вибір контрагента.

Якщо вибрано ринок, то необхідно визначити контрагента. Практика показує, що 85% договорів укладають фірми, 15% міністерства, відомства та об'єднання підприємців. Особливу увагу слід звернути на правовий статус компанії, щоб знати, хто буде платити борги, кому надано право укладати угоди, межі повноважень (може бути, що договір підписаний, а підприємство не нести за

це будь-яку відповідальність). ТОВ «ШЕЛБІ» було досягнуло усних домовленостей про імпорту ігристих вин з виноробні Villa Franciacorta.

Команда Villa складається з чотирьох енологів, які виконують усі технологічні процеси вручну, включаючи ремуаж та дегоржаж (також великих форматів).

Satèn 2013 (Шардоне 100%, 38 місяців на осаді, 7,5 г/л цукру) відрізняється м'якою свіжістю, шовковистою структурою, ароматами білих квітів та легкою фруктовістю.

3. Встановлення контакту з потенційним покупцем Villa Franciacorta. При встановленні контакту можна використовувати такі методи: направити пропозицію (оферту) одному чи декільком іноземним покупцям; прийняти та підтвердити замовлення покупця; направити покупцеві пропозицію у відповідь на його запит;

Взяти участь у міжнародних торгах, виставках, ярмарках, а також використати засоби реклами; направити покупцеві комерційний лист про наміри розпочати переговори про укладання контракту.

Пропозиція однієї сторони іншого укласти договір у торгової практиці називається офертою. Оферта - це письмова пропозиція продавця (оферента), спрямована на можливе купівлю про продаж товару на встановлених продавцем умовах.

Національне законодавство України зобов'язує іноземних суб'єктів господарювання оформляти торговельні операції з іноземними партнерами шляхом укладення договорів (договорів) виключно у письмовій формі, що також є підставою для здійснення митного, валютного та податкового контролю.

Процес налагодження комерційних зв'язків з постачальниками продукції досить трудомісткий та вимагає багато зусиль не лише з боку менеджера з закупівлі, а всього персоналу комерційного відділу підприємства.

Так, основними етапами для налагодження постачання необхідного товару є: дослідження кон'юнктури ринку відповідних споживчих товарів, пошук та вибір серед альтернативних варіантів потрібних постачальників,

укладення договору на закупівлю продукції, виконання зовнішньоекономічних контрактів обома сторонами, транспортування закупленої продукції на склади компанії та безпосереднє її зберігання до моменту наступного перепродажу покупцям.

Таблиця 3.2

План імпорتنих закупівель для ТОВ «ШЕЛБІ» на 2022 рік

Види алкогольної продукції	Сума	Строки, днів		
		подання замовлення	укладання договору	уточнення специфікацій
Вино ігристе Satèn 2013	30 тис.євро	2	1-3	2-3

У ділових колах побутує думка, що відсутність прямої законодавчої чи урядової заборони на окремі види зовнішньоекономічних операцій, порядок і зміст яких не визначені державними нормативними актами, дозволяє їх планувати та здійснювати. Ця теза, на жаль, є помилковою, оскільки виконати умови договору, зміст якого не визначено національними актами, практично неможливо та створює ризики невиконання умов договору, погодженого з іноземним партнером.

Аналіз договірних ризиків та шляхів їх подолання здійснюватиметься відповідно до напрямів їх виникнення, тобто джерела їх виникнення. Усунення джерел походження та подолання їх негативних наслідків має здійснюватися шляхом розгляду та вибору однієї із сукупності альтернатив, використання якої має відображати економічну доцільність її використання при виконанні зовнішньоекономічного договору.

Доставка вантажу в Україну з Італії буде здійснюватися по ретельно проробленій схемі, яка передбачає використання мультимодальних перевезень.

Тривалість доставки визначається безліччю факторів: місцем вантаження і вивантаження, відстанню, використовуваним типом транспорту і навіть сезонністю.

В середньому тривалість вантажоперевезень автотранспортом становить від 10 днів.

В країнах де спостерігається стійке економічне зростання, стан транспортної інфраструктури далеко від ідеалу. До того ж, деякі навантажувальні термінали досягли межі своєї потужності, тому може відбутися затримка поставки.

Отже, для ефективного здійснення імпорту алкогольних напоїв з Італії необхідно підібрати оптимальний вид транспортування, навантаження, перевантаження, охорони, страхування і зберігання вантажів.

Митне оформлення підконтрольних товарів передбачає подання до митного органу сертифіката відповідності (код документа «5111» або «5113») або сертифіката про визнання відповідності (код документа «5114»), виданого Держстандартом України або його уповноважений орган.

При митному оформленні товарів за переліком, затвердженим наказом Держспоживстандарту України від 29.01.2007 № 6, замість вищезазначених документів можна подати декларацію відповідності («5112»), складену та зареєстровану при сертифікації органами України в порядку, встановленому від 01.12.2005 № 342 (у коментарі з позначкою: «Декларація відповідності»).

Митне оформлення без подання документів, що підтверджують сертифікацію в Україні, можливе у випадках, визначених «Порядком митного оформлення товарів, що ввозяться на митну територію України та підлягають обов'язковій сертифікації в Україні», затвердженого постановою ПКМУ від 14.05.2008 р. № 446. (Чинний з 07.04.2009 р. Підстава: Наказ Держспоживстандарту № 80 від 24.02.2009 р. Коментарі: алкогольна продукція")

Аналіз ефективності здійснення імпортних операцій дозволив виявити наявні проблеми в організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «ШЕЛБІ». Тому було виокремлено певні напрями удосконалення організації експортно-імпортних операцій: зміна умови поставок; зміна способу оплати; зміна фірми перевізника; розширення асортименту продукції; переорієнтація на нового постачальника сировини.

3.2. Прогнозна оцінка ефективності імпортової операції ТОВ «ШЕЛБІ»

Для аналізу ефективності імпорту ТОВ «ШЕЛБІ» проаналізуємо ефективність угоди з фірмою «Villa Franciacorta» (Італія), що займається виробництвом ігристих вин. Слід зазначити, що даний Контракт є довгостроковим, так як зазначені фірми давно співпрацюють і є надійними партнерами. До того ж довгостроковий контракт, в якому визначені загальні умови часткових поставок, більш задовольняє ТОВ «ШЕЛБІ», яке виступає Посередником, а не споживачем товарів.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності – економічна категорія, що відображає сукупний ефект від зовнішньоекономічних зв'язків, який полягає в економії суспільної праці та зростанні її продуктивності від участі у міжнародному поділі праці. Критерій ефективності зовнішньоекономічної діяльності полягає у максимізації економії матеріальних та нематеріальних витрат і у максимізації приросту фізичного обсягу доходу завдяки чому досягається максимізація абсолютного ефекту – чистого доходу.

Визначення критерію ефективності зовнішньоекономічної діяльності дає змогу вибрати конкретні економічні показники, які можна використовувати щодо кількісної оцінки зовнішньої торгівлі країни та окремого підприємства. Показники зовнішньої торгівлі характеризують ефективність експорту, ефективність імпорту та ефективність товарообмінних операцій.

Аналіз ефективності зовнішньоторговельних операцій характеризує ступінь вигідності для підприємства проведення як окремих операцій, так і всієї зовнішньої торгівельної діяльності за визначений період часу.

Умови угоди імпорту товарів за досліджуванним контрактом наведені в таблиці 3.2

Таблиця 3.3

Умови угоди імпорту алкогольної продукції ТОВ «ШЕЛБІ»

Найменування товару	Алкогольна продукція
Країна-експортер	Італія
Ціна за одиницю	6€
Загальна кількість	5000

Умови постачання	CIP Київ
ПДВ при ввозі товарів	20%
Митний збір за митне оформлення товарів	-
Ставка мита (пільгова)	0%
Курс НБУ на час здійснення платежів грн./\$	32,5 грн. (01.04)
Фактурна=митна вартість	975000 грн.

Розрахуємо прогностні показники за імпортом товару – ігристих вин «Villa Franciacorta» (Італія) в 2022 році за вказаним контрактом.

а) У нашому випадку кредит не береться, тому даний пункт не розраховується.

б) Вартість перевезення при умовах поставки EXW– (1 контейнер) – 8000грн+2500грн(авто)=10500 грн.

Вартість страхування (курс євро – 32,5) – $975000 * 0,03 = 29250$ грн

Вартість розвантаження – $2 * 2 \text{ чол} * 500 = 2000$ грн

Усього: 31250 грн

Витрати, пов'язані з розмитненням імпортного вантажу.

а) Сплата мита - в Україні з 1 січня 2021 року почало діяти нульове мито на ввезення вина з ЄС.

Це передбачено зобов'язаннями України щодо обнулення імпортних мит на низку товарів протягом семирічного періоду після укладення економічної частини Угоди про асоціацію з Євросоюзом», - ідеться у повідомленні. Раніше мито на ввезення вина з ЄС становило 0,3-0,4 євро за літр.

б) Сплата митних зборів – зі вступом в СОТ відмінили

в) Акциз. Для ввезення вина в Україну необхідно отримати акцизні марки, оскільки вся алкогольна продукція, призначена для внутрішнього споживання, підлягає акцизному маркуванню. Акцизна марка містить всю інформацію про імпортне вино та його виробника. Кількість марок має відповідати кількості пляшок, зазначеній у зовнішньоекономічному контракті. Отримані марки не можуть бути передані від однієї організації до іншої. Усі пошкоджені та невикористані марки підлягають поверненню, причини повернення зазначаються письмово. Починаючи із 1 січня 2022 року скасували акцизні марки

для звичайних (неігристих) вин та тестових зразків алкогольних напоїв. Норма закріплена у Законі № 1914.

Ставки податку на підакцизні товари та перелік товарів, що підлягають оподаткуванню, встановлені ст. 215 Податкового кодексу України від 02.12.2010 №2755-VI і є єдиними в Україні.

Ігристі та газовані вина, ферментовані напої, ароматизовані ігристі вина (газовані) з фактичною міцністю, що перевищує 1,2 відсотка за об'ємом етилового спирту, але не перевищує 15 відсотків за об'ємом етилового спирту, за умови, що етиловий спирт міститься в готовому продукті має повністю ферментне (ендогенне) походження, який розливається у пляшки, закупорені спеціальними пробками для таких напоїв, як «гриб», утримується зав'язками чи застібками та/або має надмірний тиск, викликаний наявністю вуглекислого газу в розчині на рівні не менше 1 бар при температурі 20 °C - 12,23 грн за 1 л.

Тобто $5000 * 12,23 = 61150$

г) ПДВ (митна вартість + мито + М/збори + акциз) x 20% (ставка ПДВ) = $(975000) * 0,2 = 195000$ грн

Отже витрати на імпорт складатимуть: $61150 \text{ грн} + 195000 \text{ грн} = 256150 \text{ грн}$

Для розмитнення даного товару нам також необхідно отримати (нетарифне регулювання):

1. Радіологічний контроль (для даного випадку 0 грн)
2. Санітарно-епідеміологічний висновок (для даного випадку 1200 грн).

Для проведення державної санітарно-епідеміологічної експертизи заява та матеріали, передбачені Порядком проведення державної санітарно-епідеміологічної експертизи, затвердженим наказом МОЗ України від 01.10.2000 № 247, зареєстрованим в Мін'юсті України 10.01.2001 за № 4/5195 (із змінами) подаються до Держпродспоживслужби (вул. Б. Грінченка, 1, м. Київ, 01001).

Оплата за в'їзд на термінал (700 грн за добу)

Брокерські послуги (1500 грн) Всього додаткових витрат: 3400 грн

Загальна сума витрат = 3400 грн + 256150 грн = 259550 грн

4.3. Розрахунок доходу від реалізації:

За моніторингом на внутрішньому ринку ціна 370 грн за одиницю. Отже за всю партію товару – 1850000 грн.

4.4 Розрахунок прибутку:

Заробітна плата персоналу компанії – 4 чол * 10000 грн = 40000 грн

$1850000 - 975000 - 3400 - 259550 - 40000 = 572050$ грн

4.7 Сплата податку на прибуток: $572050 * 0,18 = 102969$ грн

4.8 Чистий прибуток: 469081 грн

4.9 Ефективність: $1850000 / (259550 + 975000) = 1,5$

Отже провівши наступні розрахунки можна сказати, що ефективність даної угоди імпорту ігристих вин з Італії є досить високою, адже коеф. угоди складає 1,5. Для того, щоб імпорт товару споживання був вигідний, необхідно, щоб імпортний дохід перевищував імпортні витрати.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Прискорений економічний розвиток, стрімкість інтеграційних процесів, а також посилення конкуренції на світовому ринку постійно висувають нові вимоги до вироблених товарів і систем управління якістю. Тому основним завданням вищого керівництва має бути розробка заходів щодо впровадження в його арсенал сертифікованої системи якості, що в свою чергу забезпечить конкурентоспроможність, безпеку алкогольних напоїв, підвищить попит на неї та високий рівень довіри споживачів та підвищить ефективність бізнесу. .

Аналіз інформації, проведений у ході випускного кваліфікаційного дослідження, дозволив зробити висновок, що в сучасних умовах в Україні існує багато особливостей імпорту алкогольних напоїв, що підлягають акцизним маркам.

При досягненні поставленої мети та виконанні задач для їх реалізації були сформульовані такі висновки:

По-перше, акциз — це непрямий податок, який підлягає сплаті під час ввезення товарів на митну територію України.

По-друге, акциз стягується з підакцизних товарів, перелік яких суворо регламентований податковим законодавством. Таким товаром є алкогольна продукція.

Особливістю є те, що в даному переліку підакцизні товари, зокрема, алкогольна продукція, ділиться на дві групи: акцизні марки, що підлягають маркуванню, і не підлягають даному маркуванню. До першої групи відносяться алкогольна продукція, що має вміст етилового спирту більше 9% (горілка, вино, коньяк та інші), до другої групи потрапляють, наприклад, пиво та пивні напої, сидр та інші напої.

В даному розділі випускної кваліфікаційної роботи були розглянуті такі питання: стан ринку алкогольної продукції, організація продажу алкогольних продуктів у роздрібних мережах, дослідження необхідності імпорту продукції з

країн ЄС.

Об'єктом аналізу в ВКР є Товариство з обмеженою відповідальністю «ШЕЛБІ»

Адреса. Україна, 01601, місто Київ, ВУЛИЦЯ МЕЧНИКОВА, будинок 3

Впродовж аналізованого періоду обсяги виробництва та реалізованої продукції поступово зростають. Так, якщо на кінець 2017 року обсяг реалізованої продукції складав 518887 тис.грн., то уже в 2021 році цей обсяг складав 738572 тис.грн., що на 212165,3 тис.грн. більше, ніж у 2017 році та на 70670,9 тис.грн. більше, ніж у попередньому 2020 році.

Алкогольна продукція стала найбільш динамічно розвивається в FMCG, з'ясували аналітики NielsenIQ. Динаміка продажів алкоголю склала 3,7% у штуках — це найвищий показник серед усіх FMCG-індустрій у 2021 р. Зміна продажів у штуках, наприклад, непродовольчих товарів показала негативну динаміку (-6,1%), як і тютюнової продукції (- 6,5%). Крім алкогольної продукції, показник виріс у FMCG-товарів (на 1,5%) та продовольчих (2,9%). При цьому найбільшу зміну продажів у грошах аналітики зафіксували саме у продовольчих товарів — 9,3%. Друге місце з однаковим показником у 7,6% розділили категорії FMCG та алкоголю.

ТОВ «Шелбі» планує заключити імпорتنу угоду на імпорт вина з Італії.

Було досягнуто усних домовленостей про імпорт ігристих вин з виноробні Villa Franciacorta.

Команда Villa складається з чотирьох енологів, які виконують усі технологічні процеси вручну, включаючи ремуаж та дегоржаж (також великих форматів).

Satèn 2013 (Шардоне 100%, 38 місяців на осаді, 7,5 г/л цукру) відрізняється м'якою свіжістю, шовковистою структурою, ароматами білих квітів та легкою фруктовістю.

Шляхом удосконалення процедур митного контролю, поряд з електронним декларуванням, є спрощення процедур, необхідних для митного оформлення.

Зменшення переліку документів, необхідних для митного контролю, означає можливість їх вилучення з митного оформлення. Тобто документи, необхідні для

реалізації імпортої продукції на території України, суб'єкт

зовнішньоекономічної діяльності може отримати після завершення митного оформлення товарів. Результатом таких дій має стати прискорення митних процедур, зокрема, у пунктах пропуску на митному кордоні, зменшення затримок та простоїв товарів, що прискорить процес наповнення державного бюджету.

забезпечення справедливої, еквівалентної та прозорості (простоти) митної оцінки товарів за різних умов поставки запроваджено розрахункову вартість – митну вартість.

Для визначення митної вартості встановлені єдині критерії: момент перетину митного кордону та ціна операції (вартість, зазначена в рахунку- фактурі).

При такому підході вартість одних і тих самих товарів буде однаковою, навіть якщо вони поставляються за різних умов доставки. Митна вартість розраховується насамперед на основі ціни операції, тобто фактурної вартості товару. Фактурна (договірна) вартість - це ціна товару, обумовлена в договорі і, відповідно, в рахунку-фактурі.

Подальший розрахунок митної вартості здійснюється з урахуванням умов поставки товару відповідно до тлумачення Міжнародних комерційних умов ІНКОТЕРМС-2020, виходячи з того, які витрати включені продавцем у рахунок-фактуру та коли вони здійснені - до або після перетину митного кордону. Аналізована імпортна операція вишла ефективною з показником 1,5, що обумовлює проведення і далі обраної бізнес-стратегії ЗЕД ТОВ «Шелбі».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вакульчик О.М., Дубицький Д.П. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вісник Академії митної служби України: наук. журн. Д. . Сер. Економіка. 2012. № 2. С. 75-82.
2. Вівич О. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Львів: Афіна, 2014. 140 с.
3. Гранаткіна, Н.В. Товарознавство та організація торгівлі продовольчими товарами: Навчальний посібник для початкової професійної освіти/Н.В. Гранаткіна. – М.: ІЦ Академія, 2013. – 256 с.
4. Громова, А.Ю. Оптова та роздрібна торгівля: Бухоблік та оподаткування / А.Ю. Громова, І.М. Пашніна, Є.А. Рихлова. - М: Видавничо-торгівельна корпорація «Дашков і К», 2016. - 272 с
5. Замкнуте коло: Україна втрачає виробництво та експорт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.segodaya.ua/>
6. Земедліна, Е.А. Товарознавство та експертиза товарів: Навчальний посібник для середніх спеціальних навчальних закладів/Є.О. Земедліна. – М.: ІЦ РІОР, 2013. – 156 с.
7. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. / за ред. Ю. Козака, Н. Логвінової, І. Сіваченка. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 792 с
8. Книшек О.О. Аналіз абсолютної та відносної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2016. № 3. С. 91-100.
9. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>
10. Назарова І.Я. Актуальні питання щодо електронного митного документування. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». №5-2. (54). 2019 С. 120-123.

11. Назарова І.Я. Проблеми обліку іноземної валюти на розподільчих рахунках суб'єктів господарювання. Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове видання. Миколаїв, 2016. №10. С.941-945.
12. Пешкова М.М. Прогнозування попиту основні продовольчі товари/ М.Н. Пешкова// Економіка та управління. – 2014. – №3. – С.7–11.
13. Печериця Ю. Стан та перспективи розвитку ринку вина в Україні / Печериця Ю. // Економіка. – 2017 – с. 26-30.
14. Плаксієнко І.В. Документальне оформлення обліку імпорتنих операцій. Молодий вчений. 2017. № 10. С. 1000-1004.
15. П'ятницька Г., Ракша Н., Григоренко О. Розвиток ринку алкогольних напоїв в Україні / П'ятницька Г., Ракша Н., Григоренко О. // Товари і ринки. – 2019 - №2 – с. 17-23.
16. Ринок алкогольної продукції <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/> | РЕЙТИНГ.
17. Стрельнікова М. С. Значення аналізу зовнішньоекономічних операцій в прогнозуванні ефективності діяльності промислових підприємств.
18. Науковий вісник Донбаської державної машинобудівної академії. 2012. № 2. С. 314-318.
19. Тюріна Н.М., Карвацка Н.С. Основи зовнішньоекономічної діяльності: [навч. посібник]. К.: Центр учбової літератури, 2013. 408 с.
20. Управління ризиками в митній справі: зарубіжний досвід та вітчизняна практика: монографія / за заг. ред. І. Г. Бережнюка. – Хмельницький: ПП. Мельник А.А., 2014. – 288 с.
21. Шкарупа, В. Ф. Товарознавство продовольчих товарів. Продукти тваринного походження [Текст] : Опорний конспект лекцій / В. Ф. Шкарупа. – К. : КНТЕУ, 2004. – 287с.
22. Яковлєв А. І. Удосконалення методів визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Фінанси України. 2013. № 9. С. 28-34.
23. Perreault, W. D. Basic marketing: a global managerial approach / William D. Perreault, E. Jerome McCarty. – USA: AUSTEENPRESS, IRWIN, 1996. – 902 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

РЕЙТИНГ КРАЇН СВІТУ ЗА РІВНЕМ СПОЖИВАННЯ АЛКОГОЛЯ

World Health Organization:
Global Status Report on Alcohol and Health 2022.

№	КРАЇНА	ВЖИВАННЯ АЛКОГОЛЮ
1	Молдова	15.2
2	Литва	15.0
3	Чехія	14.4
4	Німеччина	13.4
5	Нігерія	13.4
6	Ірландія	13.0
7	Люксембург	13.0
8	Латвія	12.9
9	Болгарія	12.7
10	Румунія	12.7

Основні виробники горілки в Україні та їхні торгові марки

Виробники	Підприємства	ТМ
«Баядера Груп»	ТОВ «Національна горілчана компанія» (с. Кам'янка, Черкаська обл., Україна)	«Хлібний дар», «Козацька Рада», «Перша Гільдія», «Перепелка», «Цельсій», «Рада», La Femme, «Байка»
Global Spirits	ТОВ ЛГЗ «Хортиця» (м. Запоріжжя, Україна), ПрАТ «Одеський коньячний завод» (м. Одеса, Україна)	«Хортиця», «Мороша», Blagoff, «Первак», «Шустов», «Гетьман»
ТОВ «ЛВН Лімітед»	ТОВ Немирівський лікеро-горілчаний завод «Nemiroff» (м. Немирів, Вінницька обл., Україна)	«Немирівська», Nemiroff, Nemiroff Premium, Nemiroff LEX
«Олімп»	ТОВ «Лікеро-горілчаний завод «Прайм» (смт Малинівка, Харківська обл., Україна)	«Істинна», «Малинівка», Prime, «Біленька», «Плакуча іва», «Приватна колекція»
ПрАТ «Алеф-Виналь»	ТОВ «Атлантик» (м. Синельникове, Дніпропетровська обл., Україна)	Green Day, «Українка», Helsinki, Solod, «Графін», Marlin
ПрАТ «Львівський лікеро-горілчаний завод» (м. Львів, Україна)		«Вожак», «Володар», «Галицька», «Лемберг», «Львівська горілка», «Перфект», «Володар преміум», «Золото Карпат», «Преміум Львів», «Слава Преміум», «Чемпіон»
ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод» (м. Житомир, Україна)		«Житомирська на бруньках», «Президентський стандарт», «Житомирський стандарт», Chudnoff, «Старий Житомир»

Обсяг зовнішньої торгівлі алкогольною продукцією за основними контрагентами 2018 р., млн дол. США

Міцний алкоголь			
Країна	Імпорт	Країна	Експорт
Велика Британія	37.020	Невизначені країни	46.261
Німеччина	34.662	Казахстан	8.422
Грузія	32.112	Латвія	7.456
Інші	127.364	Інші	35.060
Вина виноградні та сусло виноградне			
Італія	35.448	РФ	19.924
Грузія	20.664	Невизначені країни	5.521
Франція	18.846	Грузія	3.781
Інші	50.485	Інші	10.805
Вермут та інше вино виноградне			
Італія	5.170	Невизначені країни	1.250
Німеччина	1.219	Азербайджан	427
Україна	534	Грузія	128
Інші	623	Інші	368
Пиво із солоду			
Бельгія	23.973	Білорусь	9.189
Мексика	11.341	Молдова	6.557
Німеччина	6.892	Алжир	4.594
Інші	9.026	Інші	15.087

Зовнішньоекономічний контракт

Контракт № RE-044

м. Київ
року

01 квітня 2022

Товариство з обмеженою відповідальністю «**Azienda Agricola**», в особі Генерального директора **Фабіо Каннавато** який діє на підставі Статуту товариства, що надалі іменується ПРОДАВЕЦЬ, та Товариство з обмеженою відповідальністю ТОВ «ШЕЛБИ», надалі - ПОКУПЕЦЬ, в особі Генерального директора **Сердюка Володимира Станіславовича**, який діє на підставі Статуту, які сукупно іменуються СТОРОНИ, уклали даний Контракт про наступне:

1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТУ ТА ЗАГАЛЬНА СУМА КОНТРАКТУ

Продавець зобов'язується поставити, а Покупець – прийняти та оплатити партію ігристого вина Satèn 2013, у подальшому – ТОВАР, у кількості 5 тис.шт., (тисяча) штук за ціною 6 у.е (232,8 гривень) за 1 шт. на загальну суму 1164000,0 (один мільйон сто шістдесят чотири тисяч гривень).

2. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАВКИ

Товар за даним контрактом постачається погодженими сторонами партіями згідно вимог СІР-Київ.

Строк поставки – травень-червень 2022 р.

3. ЯКІСТЬ, ВАГА І СТАН ТОВАРУ

Якість, вага і стан Товару визначаються під час та на місці розвантаження згідно Сертифікатів.

4. ВИМОГИ ДО СПЛАТИ

Покупець здійснює 100% передплату Товару до 15 травня 2022 року.

Плата здійснюється в доларах прямим банківським переказом на валютний рахунок Продавця, вказаний у даному Контракті.

5. ЗДАЧА ТА ПРИЙОМ ТОВАРУ

Покупець та/або його представник має право знаходитися під час та на місці отримання товару, перевіряти в місцях вантажу-розвантаження вагу та якість Товару, який відвантажується згідно Контракту. Покупець та його представник має право вимагати у Продавця при зупинку розвантажувально-вантажних процедур, якщо він вважатиме, що якість або стан товару не відповідає вимогам Контракту.

Якщо на місці призначення буде виявлено, що відвантажений Товар заражений карантинними об'єктами (включаючи карантинних комах) та/або шкідливими домішками, Покупець має право сповістити Продавця і повернути Товар Продавцю, і всі супровідні витрати повинні бути сплачені Продавцем при наданні Покупцем відповідної довідки, яка підтверджує зараження Товару, виданої Першокласною незалежною інспекційною компанією та/або офіційною карантинною службою.

Експортна ліцензія та/або будь-які інші дозволи на експорт Товару, які вимагає країна-виробник Товару, повинні бути за рахунок та на відповідальності Продавця. Неотримання Продавцем вищезазначеного не повинно бути Форс-мажорною обставиною.

Продавець виступає експортером Товару і відповідальний за митну очистку Товару, та забезпечує призначеного експедитора Покупця усіма необхідними документами.

6. ФОРС-МАЖОР

Сторони звільняються від відповідальності за повне або часткове невиконання своїх обов'язків по даному Контракту, якщо воно є наслідком дії обставин непереборної сили, а саме: пожежі, повені, землетрусу, воєнних дій будь-якого характеру, блокади, ембарго, а також прийняття нових правових актів, якщо ці обставини безпосередньо вплинули на виконання даного Контракту. Доказом наявності вказаних обставин та їх тривалості буде слугувати свідоцтво відповідної торгово-промислової палати, представлене на протязі 20 днів з дня їх виникнення.

7. САНКЦІЇ ТА РЕКЛАМАЦІЇ

У випадку невиконання договірних обов'язків винна Сторона відшкодовує іншій Стороні причинені збитки, а також сплачує пеню у розмірі 0,4% від вартості товару за кожен день прострочки виконання обов'язків.

Рекламації приймаються на протязі 30 днів з дати поставки Товару за наявності акту, складеного за участі компетентного представника незацікавленої організації, або комерційного акту, якщо недостача або псування виникла в дорозі.

8. АРБІТРАЖ

Всі суперечки, які можуть виникнути у зв'язку з виконанням даного Контракту, вирішуються Сторонами шляхом переговорів.

Якщо Сторони не можуть вирішити суперечки шляхом переговорів, компетентним для вирішення суперечки буде Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торговельно-промисловій палаті України (м.Київ) згідно правил його виробництва.

Даний Контракт регулюється законодавством України.

9. ІНШІ УМОВИ

Після підписання даного Контракту усі попередні переговори та листування по ньому утрачають силу.

Усі податки, збори та платежі по Товару та\або в країні походження визнані виконанням даного Контракту, повинні сплачуватися Продавцем.

Усі зміни та доповнення до даного Контракту мають силу лиш у тому випадку, якщо вони оформлені письмово (телексом, факсом, листом).

Даний Контракт, який складається з трьох сторінок, складений на українській мові в двох екземплярах.

Даний Контракт набуває чинності з моменту його підписання та діє до повного виконання Сторонами своїх контрактних обов'язків.

10. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ ТА РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ПОКУПЕЦЬ: ТОВ «Шелбі» м. Київ	ПРОДАВЕЦЬ: LIMITED LIABILITY COMPANY Azienda Agricola Villa via Villa, 2 - 25040 Monticelli Brusati (BS), Italia www.villafranciacorta.it info@villafranciacorta.it
--	--

ПІДПИСИ СТОРІН

Генеральний директор

Сердюк В.С.

М.П.

Генеральний директор

Фабіо Каннаваро

М.П.

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2018 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	69533	70328	0
первісна вартість	1001	77894	78956	0
накопичена амортизація	1002	8361	8628	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	10129	69493	0
Основні засоби:	1010	180418	171094	0
первісна вартість	1011	273020	285069	0
знос	1012	92602	113975	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	8688	8688	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	268768	319603	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	24656	22926	0
Виробничі запаси	1101	24070	22565	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	565	361	0
Товари	1104	21	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	586	67	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	2028	2620	0

з бюджетом	1135	2792	8796	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	8792	0
з нарахованих доходів	1140	0	193	0
із внутрішніх розрахунків	1145	37022	39897	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	512	138	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	8377	14332	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	8377	14332	0
Витрати майбутніх періодів	1170	65	151	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	68	133	0
Усього за розділом II	1195	76106	89253	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	140	0
Баланс	1300	344874	408996	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	8800	8800	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	55964	55925	0
Додатковий капітал	1410	654	654	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	156847	228370	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	222265	293749	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	8600	7671	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	22392	14078	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	253	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат	1521	0	0	0

персоналу				
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	30992	22002	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	31968	9448	0
за товари, роботи, послуги	1615	47771	71655	0
за розрахунками з бюджетом	1620	5769	7274	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	208	11	0
за розрахунками з оплати праці	1630	494	0	0
за одержаними авансами	1635	1	194	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	167	492	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	4153	3418	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1086	753	0
Усього за розділом III	1695	91617	93245	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	344874	408996	0

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2018 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	559711	518887
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2017	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(395011)	(361458)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	164700	157429
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	3520	2919
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(11412)	(10510)
Витрати на збут	2150	(10383)	(9378)
Інші операційні витрати	2180	(4103)	(4475)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	142322	135985
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	2601	123
Інші доходи	2240	2421	3591
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(3630)	(10929)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(3830)	(5802)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:	2290	139884	122968

прибуток			
Фінансовий результат до оподаткування:	2295	(0)	(0)
збиток			
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-27180	-27248
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	112704	95720
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	112704	95720

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	345931	314929
Витрати на оплату праці	2505	17026	14173
Відрахування на соціальні заходи	2510	5858	4910
Амортизація	2515	27120	27739
Інші операційні витрати	2520	21908	21714
Разом	2550	417843	383465

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	880000	880000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	880000	880000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	128.07273	108.77273
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	128.07273	108.77273
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Додаток Д

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2019 р.**

Актив	Код	На початок	На кінець	На дату
-------	-----	------------	-----------	---------

	рядка	звітний періоду	звітний періоду	переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	70328	73143	0
первісна вартість	1001	78956	82104	0
накопичена амортизація	1002	8628	8961	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	69493	287	0
Основні засоби:	1010	171094	241495	0
первісна вартість	1011	285069	386918	0
знос	1012	113975	145423	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	8688	8688	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	319603	323613	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	22926	33266	0
Виробничі запаси	1101	22565	30993	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	361	2273	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	67	79	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	2620	1800	0
з бюджетом	1135	8796	18178	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	8792	18177	0
з нарахованих доходів	1140	193	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	39897	46437	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	138	87	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0

Гроші та їх еквіваленти	1165	14332	9820	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	14332	9029	0
Витрати майбутніх періодів	1170	151	203	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	133	50	0
Усього за розділом II	1195	89253	109920	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	140	0	0
Баланс	1300	408996	433533	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	8800	8800	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	55925	55888	0
Додатковий капітал	1410	654	654	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	228370	297131	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	293749	362473	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	7671	7382	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	14078	8174	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	253	184	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних	1532	0	0	0

виплат; (на початок звітної періоду)				
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	22002	15740	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	9448	16418	0
за товари, роботи, послуги	1615	71655	28140	0
за розрахунками з бюджетом	1620	7274	4409	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	11	386	0
за розрахунками з оплати праці	1630	0	814	0
за одержаними авансами	1635	194	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	492	352	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	3418	3983	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	753	818	0
Усього за розділом III	1695	93245	55320	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	408996	433533	0

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2019 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період

			попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	553478	559711
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2017	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(440748)	(395011)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	112730	164700
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	20418	3520
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(14273)	(11412)
Витрати на збут	2150	(11751)	(10383)
Інші операційні витрати	2180	(10987)	(4103)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	96137	142322
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1032	2601
Інші доходи	2240	10842	2421
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(1818)	(3630)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(20568)	(3830)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0

Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	85625	139884
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-16901	-27180
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	68724	112704
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	68724	112704

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	354813	345931
Витрати на оплату праці	2505	21470	17026
Відрахування на соціальні заходи	2510	7460	5858
Амортизація	2515	33901	27120
Інші операційні витрати	2520	58362	21908
Разом	2550	476006	417843

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	880000	880000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	880000	880000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	78.09545	128.07273
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	78.09545	128.07273
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Додаток Ж

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2020 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні
-------	-----------	-----------------------------	----------------------------	--------------------------------

				стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	73143	73265	0
первісна вартість	1001	82104	82365	0
накопичена амортизація	1002	8961	9100	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	287	2365	0
Основні засоби:	1010	241495	214325	0
первісна вартість	1011	386918	393389	0
знос	1012	145423	179064	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	8688	8688	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	548	0
Усього за розділом I	1095	323613	299191	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	33266	51479	0
Виробничі запаси	1101	30933	48362	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	2273	3117	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	79	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1800	3319	0
з бюджетом	1135	18178	8993	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	18177	8993	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	46437	104382	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	87	146	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	9820	2850	0
Готівка	1166	0	0	0

Рахунки в банках	1167	9029	842	0
Витрати майбутніх періодів	1170	203	340	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	50	354	0
Усього за розділом II	1195	109920	171863	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	433533	471054	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	8800	8800	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	55888	55885	0
Додатковий капітал	1410	654	654	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	297131	373119	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	362473	438458	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	7382	1793	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	8174	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	184	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок	1533	0	0	0

звітнього періоду)				
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	15740	1793	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	16418	184	0
за товари, роботи, послуги	1615	28140	16701	0
за розрахунками з бюджетом	1620	4409	5858	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	386	292	0
за розрахунками з оплати праці	1630	814	903	0
за одержаними авансами	1635	0	61	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	352	404	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	3983	5648	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	818	752	0
Усього за розділом III	1695	55320	30803	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	433533	471054	0

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2020 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	661630	553478
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2017	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(544527)	(440748)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	117103	112730
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	5926	20418
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(13845)	(14273)
Витрати на збут	2150	(11632)	(11751)
Інші операційні витрати	2180	(3653)	(10987)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	93899	96137
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	1032
Інші доходи	2240	9972	10842
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(1315)	(1818)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(17952)	(20568)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	84604	85625

Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-8619	-16901
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	75985	68724
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	75985	68724

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	461803	354813
Витрати на оплату праці	2505	21797	21470
Відрахування на соціальні заходи	2510	7896	7460
Амортизація	2515	34509	33901
Інші операційні витрати	2520	46427	58362
Разом	2550	572432	476006

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	880000	880000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	880000	880000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	86.35	78.09545
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	86.35	78.09545
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Додаток 3

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2021 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової
-------	-----------	-----------------------------	----------------------------	---

				звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	73265	74223	
первісна вартість	1001	82365	84176	
накопичена амортизація	1002	9100	9953	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	2365	3470	
Основні засоби:	1010	214325	285835	
первісна вартість	1011	393389	505620	
знос	1012	179064	219785	
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	
первісна вартість	1016	0	0	
знос	1017	0	0	
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	
первісна вартість	1021	0	0	
накопичена амортизація	1022	0	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	8688	8688	
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	
Гудвіл	1050	0	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	
Інші необоротні активи	1090	548	1479	
Усього за розділом I	1095	299191	373695	
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	51479	67553	
Виробничі запаси	1101	48362	63382	
Незавершене виробництво	1102	0	0	
Готова продукція	1103	3117	4171	
Товари	1104	0	0	
Поточні біологічні активи	1110	0	0	
Депозити перестрахування	1115	0	0	
Векселі одержані	1120	0	0	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	0	0	
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	3319	7794	
з бюджетом	1135	8993	1692	
у тому числі з податку на прибуток	1136	8993	1692	
з нарахованих доходів	1140	0	0	
із внутрішніх розрахунків	1145	104382	86674	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	146	62	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	2850	18597	
Готівка	1166	0	0	
Рахунки в банках	1167	842	13850	
Витрати майбутніх періодів	1170	340	672	

Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	
резервах незароблених премій	1183	0	0	
інших страхових резервах	1184	0	0	
Інші оборотні активи	1190	354	887	
Усього за розділом II	1195	171863	183931	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	
Баланс	1300	471054	557626	

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

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	738572	661630
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2017	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(635682)	(544527)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	102890	117103
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	10785	5926
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	(0)	(0)

Адміністративні витрати	2130	(15943)	(13845)
Витрати на збут	2150	(15329)	(11632)
Інші операційні витрати	2180	(10235)	(3653)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	72168	93899
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	31	9972
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(357)	(1315)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(153)	(17952)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	71689	84604
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-12903	-8619
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	58786	75985
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	58786	75985

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	542324	461803
---------------------	------	--------	--------

Витрати на оплату праці	2505	27872	21797
Відрахування на соціальні заходи	2510	5897	7896
Амортизація	2515	47898	34509
Інші операційні витрати	2520	46779	46427
Разом	2550	670770	572432

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	880000	880000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	880000	880000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	66.80227	86.34659
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	66.80227	86.34659
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Додаток К

Техніко-економічні показники «ТОВ Шелбі» за 2017-2021 роки

Показники	За рік					Абсолютне відхилення, ±			
	2017	2018	2019	2020	2021	2021/ 2017	2021/ 2018	2021/ 2019	2021/ 2020
Обсяг товарної продукції, тис.грн.	517408	558104	549871	658902,4	729573,3	212165,3	171469,3	179702,3	70670,9
Обсяг реалізованої	518887	559711	553478	661006	738572	219685	178861	185094	77566

продукції, тис.грн.									
Середньорічна вартість активів, тис. грн.	350312.5	376935	421264.5	452293.5	514340	164027,5	137405	93075.5	62046.5
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	268159.5	279044.5	335993.5	390153.5	449504.5	181345	170460	113511	59351
Середньорічна вартість власного капіталу, тис. грн.	202845	258007	328111	400465.5	429861.5	227016,5	171854,5	101750.5	29396
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	361458	395011	440748	544527	635682	274224	240671	-440748	0.00
Матеріальні витрати, тис. грн.	314929	345931	354813	461803	542324	227395	196393	187511	80521
Витрати на оплату праці, тис. грн.	14173	17026	21470	21797	27872	13699	10846	6402	6075
Чисельність працюючих, чол.	390	410	424	412	394	4	-16	-30	-18
Чистий прибуток, тис. грн.	51797	112704	68724	75985	58786	6989	-53918	-9938	-17199
Фондовіддача	1.9	2.0	1.6	1.7	1.6	-0,3	-0,4	0.00	-0.1
Фондомісткість	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0,1	0,1	0.00	0.02
Фондоозброєність	885.0	869.3	1009.0	1207.9	1464.2	579,2	594,9	455.2	256.3
Продуктивність праці персоналу, тис. грн. / чол.	1330.5	1365.1	1305.4	1605.9	1874.5	544	509,4	569.2	268.7
Матеріаломісткість продукції, %	82.1	82.8	74.5	80.7	80.9	-1,2	-1,9	6.3	0.2
Середня заробітна плата, грн.	3028.4	3460.6	4219.7	4408.8	5895.1	2866,7	2434,5	1675.4	1486.3
Рентабельність продукції, %	14.3	0	0	0	0	-14,3	0	-15.6	0.00
Рентабельність активів, %	14.8	29.9	16.3	16.8	11.4	-3,4	-18,5	-4.9	-5.4
Рентабельність власного капіталу, %	25.5	43.7	20.9	19.0	13.7	-11,8	-30	-7.3	-5.3