

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ
ДО НІМЕЧЧИНИ»**

(за матеріалами ТОВ «МС КАРГО», м. Київ)

студента 4 курсу 3 групи
спеціальності 073 «Менеджмент»,
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Ягольницький Вадим
Сергійович

Науковий керівник

к.е.н., доц.

Демків Юлія Михайлівна

Гарант освітньої програми

к.е.н., доц.

П'янкова Оксана Василівна

Київ-2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «МС КАРГО».....	10
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «МС КАРГО».....	10
1.2. Аналіз експортної діяльності ТОВ «МС КАРГО».....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ТОВ «МС КАРГО».....	29
2.1. Аналіз якісної структури світового логістичного ринку алкогольної продукції.....	29
2.2. Митні інструменти в системі регулювання ринку алкогольної продукції.....	37
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТУ АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДО НІМЕЧЧИНИ.....	41
3.1. Розробка організаційно-економічного механізму формування експорту до Німеччині.....	41
3.2 Економічне обґрунтування програми розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	47
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63
ДОДАТКИ.....	67

Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Ягольницькому Вадиму Сергійовичу
(прізвище, ім'я по-батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Логістичне забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини»

Затверджено наказом ДТЕУ від «__» _____ 202__ р.
№ _____

2. Строк здачі студентом закінченої роботи _____

3. Цільова установка та вихідні дані.

Мета роботи: на основі розроблення практичних рекомендацій оцінити ефективність формування логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини.

Об'єкт дослідження: логістичне забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини підприємством ТОВ «МС КАРГО».

Предмет дослідження: - система заходів для формування ефективного логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи:

1. Дати загальну характеристику підприємству ТОВ «МС КАРГО»;
2. Схарактеризувати експортну діяльність підприємства на зовнішніх ринках;
3. Оцінити ринок алкогольної продукції;
4. Здійснити аналіз митних інструментів в системі регулювання ринку алкогольної продукції;
5. Запропонувати напрями удосконалення логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини;
6. Запропонувати модель логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини.

5. Календарний план виконання роботи

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	за планом	фактично
1.	Затвердження плану випускних кваліфікаційних робіт у наукових керівників	До 11.02.2022	До 11.02.2022
2.	Подача науковому керівнику 1-го розділу	До 15.04.2022	До 15.04.2022
3.	Подача науковому керівнику 2-го розділу	До 1.05.2022	До 1.05.2022
4.	Подача науковому керівнику 3-го розділу	До 13.05.2022	До 13.05.2022
5.	Подача науковому керівнику допрацьованої роботи	До 25.05.2022	До 25.05.2022
6.	Попередній захист	До 1.06.2022	До 1.06.2022
7.	Подача роботи завідувачу кафедри	До 3.06.2022	До 3.06.2022
8.	Захист ВКР		

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

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи: Демків Ю.М.

8. Гарант освітньої програми: П'янова О.В.

9. Завдання прийняв до виконання студент: Ягольницький В.С.

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Автором проведено доволі глибоке дослідження питання організації логістичної діяльності та проблематики експорту алкогольної продукції. Актуальна, відповідно до напрямку дослідження спроба синтезу та обґрунтування побудови логістики експортних операцій до Німеччини. Тематика є нетривіальною та, як демонструє робота доволі прогресивною сьогодні, що додає, безумовно, інтересу та перспективності обраному напрямку.

Оцінка стану підприємства ТОВ «МС Карго» та його позиціонування додає зацікавленості в дослідженні. Але, доволі стисла характеристика та аналітика саме основного комплексу дослідження без масштабування та дослідження інноваційності.

Доцільно було б також більш ретельно дослідити об'єктивні фактори впливу на конкретну операцію дослідження та обґрунтування загальної бази щодо організації логістики експорту (у т. ч. у Контракті) з висвітленням ефективності.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента: Ягольницький В.С. може бути допущений до захисту екзаменаційної комісії.

Гарант освітньої

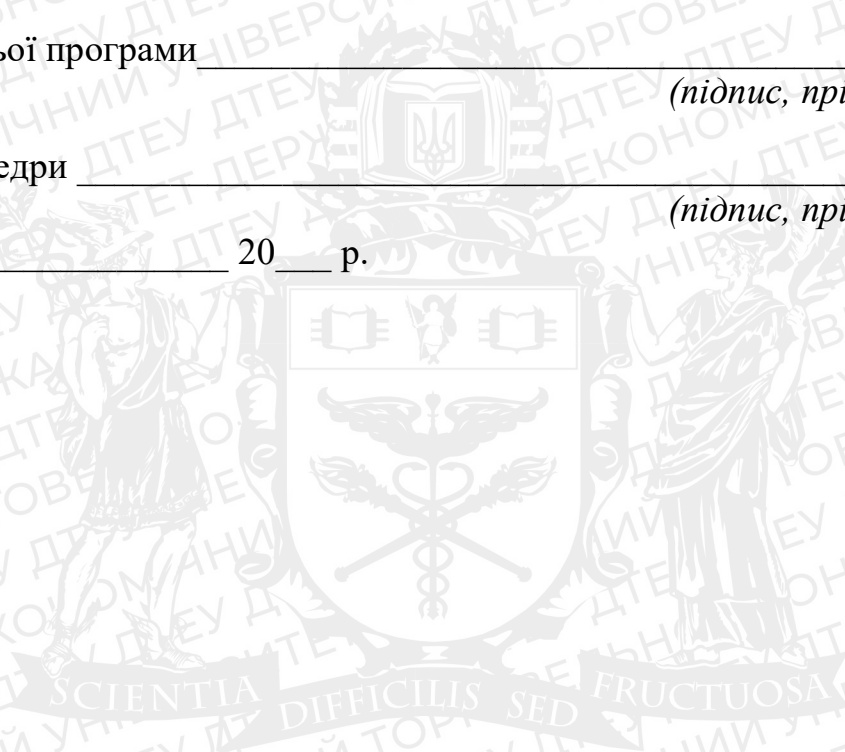
Гарант освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 20 р.



АНОТАЦІЯ

Ягольницький В.С.» Логістичне забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини на матеріалах ТОВ «МС КАРГО». Рукопис.

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини, які містять оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «МС КАРГО»; аналіз експортної діяльності ТОВ «МС КАРГО»; аналіз якісної структури ринку алкогольної продукції; митні інструменти в системі регулювання ринку алкогольної продукції; розробку організаційно-економічного механізму формування експорту до Німеччини; а також економічне обґрунтування програми розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства, експорт, Німеччина, виробничо-господарська діяльність, митні інструменти, організаційно-економічний механізм.

ANNOTATION

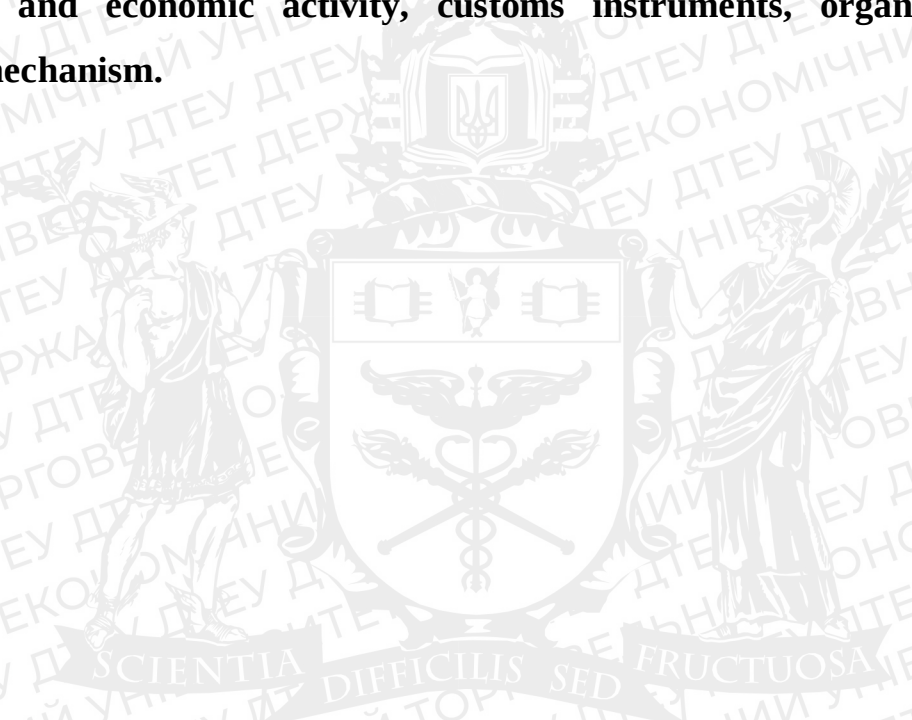
Abstract Yaholnytsky VS » Logistical support for the export of alcoholic beverages to Germany on the materials of MS CARGO LLC. Manuscript.

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 the practical aspects of logistics support for the export of alcoholic beverages to Germany, which include an assessment of production and economic activities, financial condition and total income of LLC "MS

CARGO"; analysis of export activity of MS CARGO LLC; analysis of the qualitative structure of the alcohol market; customs instruments in the system of alcohol market regulation; development of organizational and economic mechanism for the formation of exports to Germany; as well as economic justification of the program of development of foreign economic activity of the enterprise.

Key words: foreign economic activity of the enterprise, export, Germany, production and economic activity, customs instruments, organizational and economic mechanism.



ВСТУП

Логістична діяльність, як сьогодні, так і в перспективі економічної діяльності виступає одним з основних чинників в конкурентній боротьбі та спроможна надати переваги учасникам зовнішньоторговельних відносин.

Питання експорту алкогольної продукції є безперечно актуальним та перспективним для кожної держави на цьому ринку. Ринок алкогольної продукції є достатньо агресивним та вибагливим щодо учасників та їх політики. Ефективна реалізація експортних операцій цілком залежить від комплексного підходу щодо її забезпечення та організації. Успіх в конкурентній боротьбі між підприємствами і мережами єдиного ланцюга створення цінності, між країнами і економічними регіонами визначається в тому числі рівнем компетенції в логістиці. Дослідження логістичного забезпечення експорту обґрунтовує завдання ефективного експорту алкоголю.

Об'єктом дослідження є процес логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини підприємством ТОВ «МС КАРГО».

Предмет дослідження - механізм логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини підприємством ТОВ «МС КАРГО».

База дослідження - ТОВ «МС КАРГО».

Метою роботи є на основі розроблення практичних рекомендацій оцінити ефективність формування логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини.

Реалізація мети зумовила необхідністю виконання таких завдань:

- дати загальну характеристику підприємству ТОВ «МС КАРГО»;
- схарактеризувати експортну діяльність підприємства на зовнішніх ринках;
- оцінити ринок алкогольної продукції;
- здійснити аналіз логістичних інструментів в системі регулювання ринку алкогольної продукції;
- запропонувати напрями удосконалення логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини;

- запропонувати модель логістичного забезпечення експорту алкогольних напоїв до Німеччини.

Методи дослідження. Виконання ВКР здійснено на застосуванні загальних та спеціальних методів дослідження: статистичний аналіз, системного підходу та структурного аналізу (для дослідження проблем діяльності підприємства); фінансово-економічний аналіз (для дослідження стану операційної діяльності підприємства); метод управлінської діагностики (для виявлення проблем управління діяльністю підприємства), графічний (для наочного представлення результатів дослідження).



РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «МС КАРГО»

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «МС КАРГО»

Логістика безпосередньо сприяє економічній діяльності через інвестиції у складський, автомобільний, залізничний, морський та повітряний транспорт. Це також створює багато чудових робочих місць, забезпечуючи кваліфіковану кар'єру для тисяч працівників.

ТОВ «МС КАРГО» є транспортно-логістичною компанією, котра спеціалізується на міжнародних автомобільних перевезеннях в країни Європи, Балтії, СНД. Компанія працює у сфері міжнародних транспортних перевезень з 2012 року.

Транспортно-логістична компанія ТОВ «МС КАРГО» має гарну репутацію серед замовників та компаній-перевізників, про що свідчать відгуки клієнтів та міжнародній рейтинги.

У компанії власний автопарк, штат водіїв та логістів.

В комплекс послуг, що надає компанія з міжнародних вантажоперевезень, входить:

- транспортування автомобільним транспортом будь-яких вантажів, в тому числі небезпечних, негабаритних, збірних та товарів, що швидко псуються;
- складське зберігання;
- крос-докінг в Європі;
- митне оформлення.

Компанія пропонує повний цикл митно-брокерських послуг, що включає консультування, підготовку супровідних документів, ЗЕД-договору, підбір УКТЗЕД коду, оформлення вантажу, контроль над погодженням у відповідних державних органах.

ТОВ «МС КАРГО» пропонує своїм Клієнтам широкий спектр логістичних та транспортних послуг, необхідних для міжнародних перевезень алкоголю. Алкогольна промисловість, що знаходиться в повному розвитку, потребує специфічної, детальної та точної логістичної системи, здатної задовольнити потреби імпорту алкоголю з різних країн. ТОВ «МС КАРГО» розробила та використовує власні схеми доставки алкогольної продукції в різні міста та країни.

Групу спиртів складають кілька видів товарів: вермути, вино, пиво, міцні напої та інші продукти. Всі алкогольні напої відносяться до категорії чутливих товарів, схильних до шкідливого впливу зовнішніх факторів. Чутливість до зовнішніх факторів і властивості алкогольних напоїв вимагають суворого дотримання всіх умов і правил транспортування алкоголю, включаючи спеціальну упаковку, маркування та контрольовану температуру. У разі недотримання або недотримання умов логістики алкогольної продукції вантаж буде зіпсовано, а його поживні властивості будуть втрачені. Щоб алкогольні напої не псувалися та не втрачалися, необхідно підтримувати певну температуру, стежити за рівнем вологості в транспортному засобі, контролювати якість етикеток, користуватися послугами споживчих податкових складів, які надають послугу наклеювання банерів та внутрішніх етикетки. Однією з транспортних властивостей алкоголю є його скляна тара, що вимагає застосування особливих заходів безпеки. Крім того, слід дотримуватися дуже суворих правил імпорту та експорту алкогольних напоїв, які містяться в законах про торгівлю продуктами, що підлягають оподаткуванню податком на споживання. Зокрема, упаковки алкогольної продукції мають спеціальне маркування.

Фахівці ТОВ «МС КАРГО» стежать за дотриманням національних та міжнародних правових, технічних та санітарних правил щодо транспорту, а також спираються на свій багаторічний досвід у транспортуванні алкоголю. Завдяки цьому наша компанія гарантує безпечне та швидке транспортування алкоголю з урахуванням особливих характеристик кожного товару.

ТОВ «МС КАРГО» співпрацює з перевіреними складами. Головні Основні фінансові показники діяльності ТОВ «МС КАРГО» за 2020-2021 рр. наведено в табл. 1.1 та рис. 1.1.

Таблиця 1.1

Основні фінансові показники діяльності ТОВ «МС КАРГО» за 2016 – 2021 рр.

Показник (станом на 31.12)	Чистий дохід від реалізації, (тис. грн.)	Витрати на рекламу (тис. грн.)	Зв'язки з громадськістю (PR) (тис. грн)	Витрати на брендінг (тис. грн.)	Цінові знижки (тис. грн.)
Рік	2016	619799	34088,945	18593,97	18593,97
	2017	829712	45634,16	29039,92	29039,92
	2018	996657	59799,42	34882,995	36876,309
	2019	1092852	71035,38	41528,376	42621,228
	2020	1204502	83110,638	481800,8	48180,08
	2021	1488416	102 700,70	66978,72	66978,72
					50606,144

Джерело: [30].

Здійснивши аналіз даних, можна зробити такі висновки, що дохід від реалізації послуг збільшилась на 500000 грн. в 2021 році, відповідно збільшився і валовий дохід на 290150 грн.

Чистий фінансовий прибуток в 2021 р. в порівнянні з 2020 р. також збільшився на 220020 грн.

Згідно фінансової звітності на балансі підприємства обліковуються активи на суму 3690,5 тис. грн. в 2020 р., 4806,7 тис. грн. в 2021 р. (збільшення становить 1116,2 тис. грн. або 30,24%). Структура активів та пасивів ТОВ «МС КАРГО» за 2020-2021 рр. наведена в табл. 1.2-1.3.

Таблиця 1.2

Структура активів ТОВ «МС КАРГО» за 2020-2021 р.р., тис.грн.

Активи (станом на 31.12)	2020	2021	Відхилення, %
Основні засоби, в т.ч.:	1968,5	1816	-152,5
Машини та обладнання	854,9	804,5	-50,4
Інструменти, прилади, інвентар	266	206,3	-59,7
Інші необоротні матеріальні активи	847,6	805,2	-42,4

Нематеріальні активи	116,7	116,7	0
Малоцінні необоротні матеріальні активи	406,1	402,2	-3,9
Дебіторська заборгованість	396,2	1478,8	1082,6
Грошові кошти та їх еквіваленти	803	993	190
Баланс	3690,5	4806,7	1116,2

Джерело: [30].

Аналіз активів ТОВ «МС КАРГО» за 2020 р. показав наступне:

- Залишкова вартість основних засобів зменшилась за рахунок нарахованої амортизації в сумі 152,5 тис. грн. Основні засоби за даний період не придбавались.
- Малоцінних матеріальних активів було списано на суму 3,9 тис.грн.
- За даний період значно збільшилась сума дебіторської заборгованості на 1082,6 тис. грн. і становить 1478,8 тис. грн. Таке збільшення частково зумовлено несплатою фактично наданих послуг та робіт в сумі 400,0 тис. грн., а також перерахуванням авансового платежу в сумі 614,2 тис. грн. по майбутнім контрактам.

Таблиця 1.3

Структура пасивів ТОВ «МС КАРГО» за 2020-2021 рр., тис.грн.

Пасиви (станом на 31.12)	2020	2021	Відхилення, %
Статутний капітал	54,5	54,5	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-6650	-2333,3	4316,7
Поточна кредиторська заборгованість	10109	6013,3	-4095,7
Розрахунки з бюджетом	70,5	947,6	877,1
Розрахунки з страхування	19,2	22,5	3,3
Розрахунки з оплати праці	87,3	102,1	14,8
Баланс	3690,5	4806,7	1116,2

Джерело: [30].

Аналіз пасивів ТОВ «МС КАРГО» за 2021 р. показав наступне:

- Зміни до Статутного капіталу за 2021 рік не вносились.
- Сума непокритого збитку зменшилась на суму отриманого за 2021 р. прибутку 4316,7 тис.грн.
- Сума кредиторської заборгованості значно зменшилась. Сума

зменшення становить 4095,7 тис.грн. і складає 6013,3 тис.грн.

- В ТОВ «МС КАРГО» до витрат на збут включаються такі витрати, що пов'язані зі збутом продукції (товарів, робіт, послуг) такі як: витрати на рекламу та дослідження ринку; витрати на відрядження працівників збутової сфери; витрати на страхування, ремонт, освітлення, охорону, операційну оренду, тобто на утримання основних засобів та інших необоротних активів, що відносяться до сфери збуту; витрати матеріалів для пакування готової продукції; оплата праці та премій, а також соціальні відрахування для працівників, що забезпечують збут; інші витрати, що пов'язані зі збутом товарів, продукції та послуг; витрати на аудит та аналіз ефективності збуту компанії зовнішніми компаніями аудиторами-консультантами;

В свою чергу до транспортних витрат відносяться:

- амортизація транспортних засобів;
- паливо і мастильні матеріали;
- знос і відновлення шин;
- загальногосподарські витрати;
- поточне обслуговування;
- заробітна плата персоналу з усіма видами нарахування;
- орендна плата деяких транспортних засобів компанії.

У таблиці 1.4 міститься вертикальний аналіз ТОВ «МС КАРГО» на 31.12.2021 р.

Таблиця 1.4

Вертикальний аналіз припливу і відтоку грошових коштів

ТОВ «МС КАРГО» на 31.12.2021 р.

Найменування показників	Абсолютна величина, грн.	Питома вага, %
Найменування показників		
I надходження від:	200 282	84%
продаж продукції, товарів, робіт і послуг	25 993	11%
інші надходження	13 307	6%
отримання кредитів і позик	239 582	100%
Всього отримано грошових коштів		

2 використання грошових коштів:	120 940	51%
постачальникам (підрядникам) за сировину, матеріали, роботи, послуги	44 523	19%
у зв'язку з оплатою праці працівників	3 744	2%
відсотків за борговими зобов'язаннями	46 615	19%
інші платежі у зв'язку з погашенням (викупом) векселів та інших боргових цінних паперів, повернення кредитів і позик	23 250	10%
Всього використано грошових коштів	239 072	100%
3. Зміна грошових коштів	510	

Джерело: [30].

З таблиці 1.4 випливає, що за аналізований 2021 р залишок грошових коштів ТОВ «МС КАРГО» склав 829 тис .грн.

В основному, це сталося через збільшення грошових коштів за поточними операціями, які склали 22 6275 тис. грн. Відтік грошових коштів, в основному, також відбувається через поточні операції (оплата постачальнику, заробітна плата та інше), однак, зміна за період все одно має позитивне значення і становить 10 453 тис. грн.

З 1.4 таблиці видно, що основну частку грошових коштів (84 %) організація отримує з продажу продукції. Звідси можна зробити висновок, що підприємство збільшило продажі, що говорить про зростання числа споживачів. Також, зрозумілим є те, що чистий грошовий потік від поточної діяльності повністю покриває чистий грошовий відтік від фінансової діяльності, що є позитивним моментом.

Для ширшого розуміння сутності фінансового ризику необхідно розглядати його як кумулятивний ризик підприємства. Зростання впливу фінансових ризиків на результати фінансово-господарської діяльності пов'язане з невизначеною економічною ситуацією, нестабільністю кон'юнктури фінансового ринку, швидким впровадженням нових фінансових технологій та фінансових інструментів, розширенням сфери фінансових відносин підприємства. Серед напрямків витрачання грошових коштів основну питому вагу займають: оплата рахунків постачальників за товари (роботи, послуги) (51 %). Чиста зміна грошових коштів (перевищення припливу над відтоком) становить 510 тис. грн.

отже, в 2021 р ТОВ «МС Карго», в принципі, здатне генерувати грошові кошти в обсязі, достатньому для здійснення необхідних витрат.

Для вивчення потоку грошових коштів непрямим методом необхідно підготувати окремий аналітичний звіт. Вихідними даними для його розробки є:

- Бухгалтерський баланс (форма №1).
- Звіт про фінансові результати (форма №2).
- Додаток до балансу (форма №5).
- Головна книга.
- Журнали-ордери.
- Довідки бухгалтерії.

Аналіз руху грошових коштів непрямим методом складається з декількох етапів [24]:

1. За даними бухгалтерського балансу (форма №1) по кожному рядку підраховуються відхилення і проставляються відповідні знаки («+» або «-»).
2. Всі рядки балансу групуються за видами діяльності (поточна, інвестиційна, фінансова).
3. Чистий прибуток зі звіту про прибутки і збитки (форма №2) коригується на відтоки і притоки грошових коштів по кожному виду діяльності. В результаті розраховується сукупний грошовий потік.
4. Аналіз отриманих результатів.

Отримані дані ТОВ «МС КАРГО» вказані в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Аналіз грошових потоків ТОВ «МС КАРГО» непрямим методом у 2021

р.

Показник	Зміна за балансом 2018 к. г./н. г.	Сума коригувань чистий прибуток, грн.
I грошові кошти від основної діяльності:		-126 980
I Чистий прибуток (збиток) підприємства		+141 669
A) амортизаційні відрахування по оз	+5 146	-5 146
Б) зміна дебіторської заборгованості	+22 845	-22 845
В) зміна суми запасів товарно-матеріальних цінностей	+539	+539
Г) зміна кредиторської заборгованості		-12 763
Разом ДС з операційної діяльності	-154 742	0

II грошові кошти від інвестиційної діяльності:	-46 076	0
A) зміна основних засобів		0
B) Незавершене будівництво	-5 710	-5 710
Разом ДС з інвестиційної діяльності	-5 440	-5 440
III грошові кошти з фінансової діяльності		+24 423
A) зміна за довгостроковими позиками і кредитами		+13 273
B) Зміна за короткостроковими позиками і кредитами		+510

Джерело: [30].

Як випливає з даних таблиці 1.6 в результаті поточної діяльності ТОВ «МС КАРГО» грошові кошти збільшилися на 510 тисяч грн. Відтік грошових коштів стався через поточну діяльність підприємства (12 763 тис. грн.), це пояснюється тим, що відбулося значне зростання товарно-матеріальних цінностей.

Основний приплив грошових коштів (13 273 тис. грн.) був здійснений за рахунок фінансової діяльності підприємства. Зокрема, приплив грошових коштів багато в чому був завдяки субсидій від держави.

Дані таблиць містять цінну управлінську інформацію. За допомогою цих відомостей, керівництво ТОВ «МС КАРГО» може контролювати поточну платоспроможність підприємства, приймати оперативні рішення щодо її стабілізації, а також, оцінити можливість здійснення додаткових інвестицій.

Був проведений аналіз звіту про фінансові результати ТОВ «МС КАРГО» за 2019-2021 роки. Динаміка зміни ключових показників операційної діяльності представлена на рисунку 1.1.



Рисунок 1.1 Динаміка зміни ключових показників операційної діяльності, млн.

Джерело: [30].

На основі аналізу звіту про фінансові результати компанії за 2019 - 2021 рр. можна зробити наступні висновки: чистий дохід підприємства стабільно збільшується (темп зростання 2019 -20 рр. - 47,09%), що говорить про збільшення обсягу продажів. Наслідком цього стало збільшення валового прибутку на 72573491 грн.; комерційні витрати зменшилися на 23,71%, а прибуток від продажів збільшився: темп зростання склав 132,4%. Частка прибутку від продажів в чистому доході також збільшилася - на 3,43%; відсотки до отримання та інші доходи зросли: темп зростання відсотків склав 159,78%, доходів -114,03%, в той час, як інші витрати скоротилися; чистий прибуток підприємства скоротився: темп зростання склав 84,26%.

Отож, через стабільне збільшення обсягів продажів фінансові результати діяльності підприємства ТОВ «МС КАРГО» поліпшуються. Відповідно підприємство є рентабельним та конкурентоспроможним.

1.2. Аналіз експортної діяльності ТОВ «МС КАРГО»

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є сферою економічної діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою інтеграцією та кооперацією, експортом та імпортом товарів і послуг, виходом на зовнішній ринок.

ТОВ «МС КАРГО» почало експортну діяльність через певні мотиви та позитивні наслідки, до яких це може призвести. Серед цих причин створення позитивного іміджу на внутрішньому ринку (стереотип європейських стандартів), розширення ринків збуту, можливість перерозподілу комерційних ризиків. Ці перспективи та позитивні ефекти можуть бути нереалізованими або супроводжуватися такими небажаними для компанії наслідками, як додаткові витрати на міжнародний маркетинг, витрати на сертифікацію та реструктуризацію підприємства.

Логістична система підприємства ТОВ «МС КАРГО» спеціалізується на міжнародних автомобільних перевезеннях в країни Європи, Балтії, СНД.

Польське представництво компанії може допомогти організовувати перевезення в середині Європи, здійснити консолідацію і крос-докінг на європейських складах. Основною перевагою складу в Польщі є також оклейка акцизними марками алкогольних напоїв з інших країн. На практиці це виглядає таким чином: ТОВ «МС КАРГО» працює з найкрупнішим імпортером алкоголю BAYADERA GROUP, які постачають алкоголь з усього світу. ТОВ «МС КАРГО» є активним учасником зовнішньоекономічних відносин, що виробляє в місяць близько 20-30 відвантажень.

В табл. 1.6 наведено показники обсягів експорту-імпорту міжнародних перевезень за період 2019-2021 рр.

Таблиця 1.6

Експорт і імпорт вантажів в інші країни за 2021 р.

Країна	2019 р.		2020 р.		2021р.	
	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт
Азербайджан	-	-	-	-	15592 дол.	-
Греція	-	-	-	-	3526 дол.	-
ОАЕ	1063 тис. дол.	9731 тис. дол.	-	-	6980 дол.	-
США	31808 тис. дол.	11681 дол.	3677 тис. дол.	4525 тис. дол.	5840 дол.	5092 тис. дол.
Польща	-	-	-	-	69295 дол.	-
Бельгія	-	-	7265 тис. дол.	9850 тис. дол.	-	4963 тис. дол.
Японія	7265 тис. дол.	5625 дол.	1772 тис. дол.	967 тис. дол.	-	2571 тис. дол.
Китай	19737 тис. дол.	8900 дол.	18367 тис. дол.	11245 тис. дол.	-	32986 тис. дол.
Ізраїль	5617 тис. дол.	3859 дол.	-	-	-	41491 тис. дол.
Індія	-	-	975 тис. дол.	90000 тис. дол.	-	-
Корея	-	-	5066 тис. дол.	1317 тис. дол.	-	-
Канада	24226 тис. дол.	4031 дол.	-	-	-	-
ПАР	6087 тис. дол.	1990 дол.	-	-	-	-
Кенія	-	12 375 дол.	-	-	-	-

Джерело: [30]

Дані динаміки обсягів імпорту та експорту за країнами світу за 2019 -2021 рр. представлено на рисунку 1.2

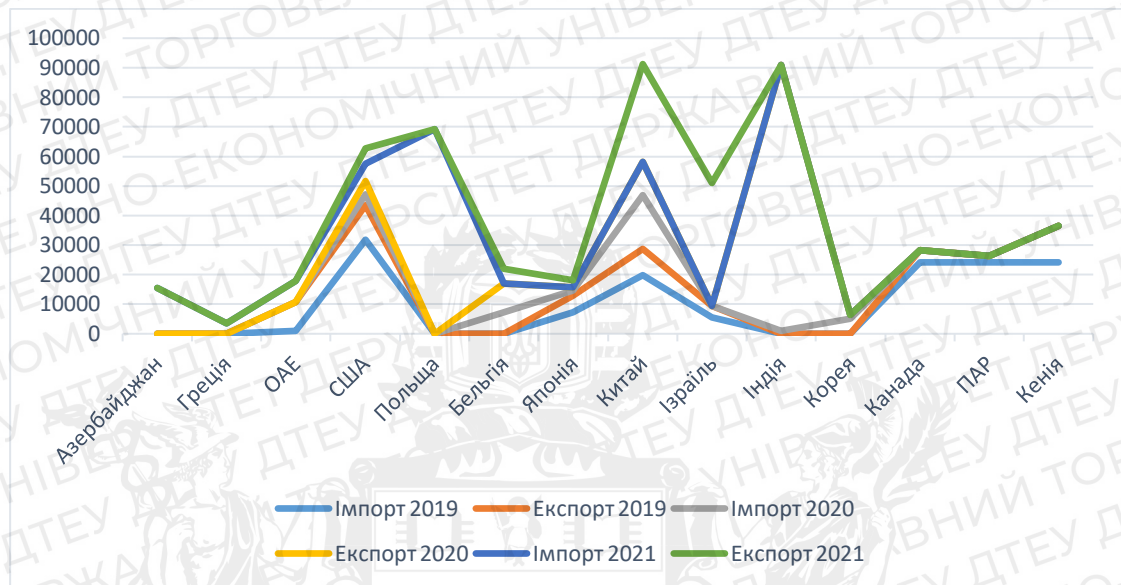


Рисунок 1.2 Динаміка обсягів імпорту та експорту за країнами світу за 2019-2021 р.

Джерело: [30].

Таким чином, можна зробити висновки, що за період 2019-2021 рр. ТОВ «МС КАРГО» спрямовувала свої зусилля на розширення географії міжнародних перевезень. У 2021 році компанія експортувала 15 млн. пляшок алкогольної продукції, а в 2020 році цей показник був нижче на 14,5%, обсяг експорту алкогольної продукції ТОВ «МС КАРГО» представлений на рисунку 1.3.



Рисунок 1.3. Динаміка обсягів експортованої алкогольної продукції ТОВ «МС КАРГО» за 2019-2021 р. (%)

Джерело: [30].

Частка ТОВ «МС КАРГО» в експорті алкогольних напоїв склала за підсумками за 2019-2021 р. 0.8% в абсолютному вираженні і 0,5% в грошовому. Основні напрями перевезень:



Рисунок 1.4. Основні маршрути ТОВ «МС КАРГО»

Джерело: [30].

Компанія ТОВ «МС КАРГО» займається експортом в країни ближнього і далекого зарубіжжя. Основними експортерами компанії в ближньому зарубіжжі є Білорусія (67%), Таджикистан (18%), Грузія (8%), Азербайджан (7%), що відображено на рисунку 1.5.

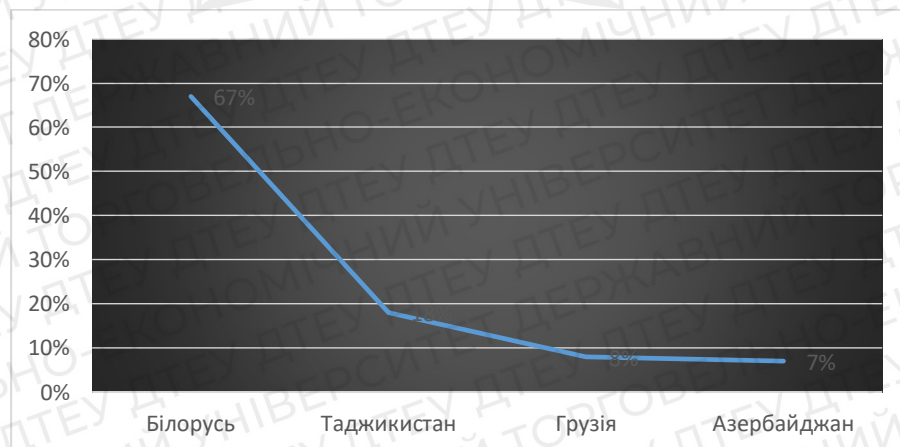


Рисунок 1.5. Динаміка експорту ТОВ «МС КАРГО» в ближньому зарубіжжі (%)

Джерело: [30]

Основними експортерами компанії в далекому зарубіжжі виступають наступні країни: Німеччина (28%), Естонія (15%), Китай (7%), Латвія (18%), Литва (23%), Фінляндія (9%), що відображено на рисунку 1.6.

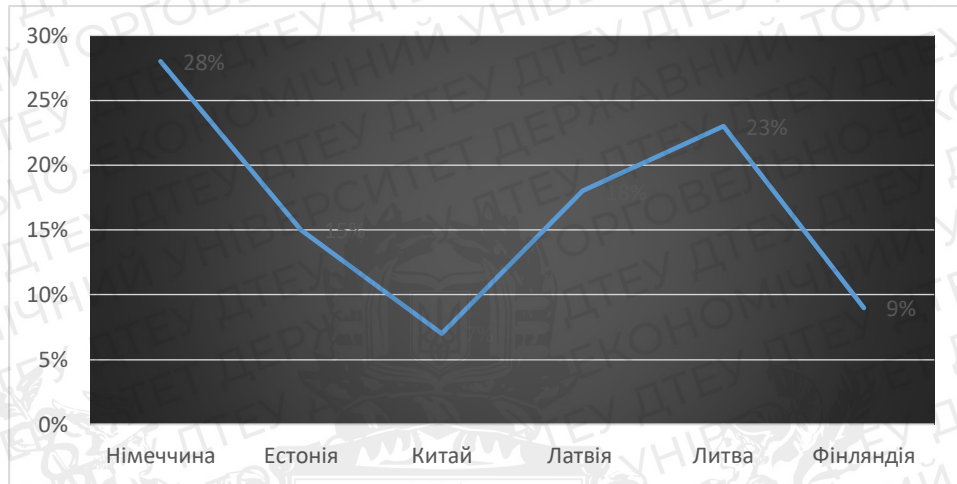


Рисунок 1.6. Динаміка експорту ТОВ «МС КАРГО» в далекому зарубіжжі (%).

Джерело: [30].

Динаміку експортних операцій можна оцінити, як досить високу. Так, якщо у 2019 році компанія відвантажила за кордон 53 тис. декалітрів (дел) лікеро-горілчаної продукції, то в 2020 - 76 тис. дел, а в 2021 - 93,3 тис. дел.

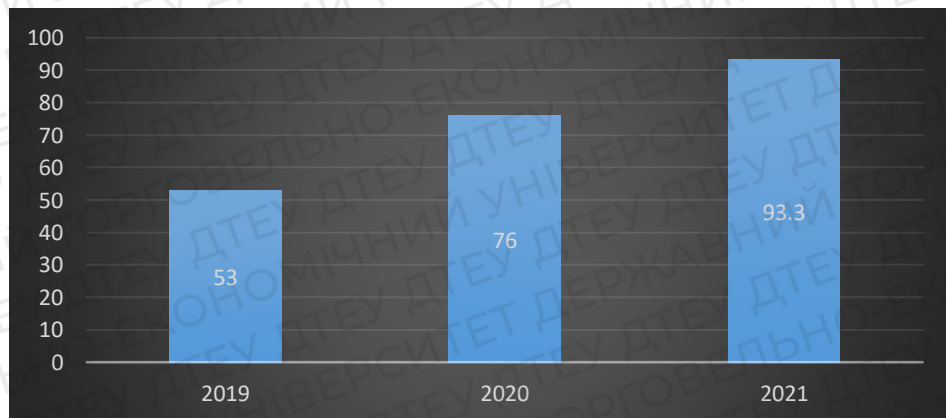


Рисунок 1.7. Обсяг експортованої алкогольної продукції ТОВ «МС КАРГО» за 2019-2021 рр. (тис. дел.)

Джерело: [30].

Як вже було сказано вище ТОВ «МС КАРГО», є активним учасником зовнішньоекономічних відносин, з чого випливає, що при здійсненні експортно-імпортних операцій вона може зіткнутися з низкою проблем [30].

Вивіз алкогольної і спиртовмісної харчової продукції здійснюється згідно з передбаченим законодавством зовнішньоекономічної торгівлі, організаціями, що мають ліцензію на експорт, імпорт, зберігання і постачання етилового спирту, алкогольної і спиртовмісної харчової продукції. У зв'язку, з чим отримання ліцензії для здійснення експорту продукції підприємства є одним з важливих етапів здійснюваних ТОВ «МС КАРГО» логістичних операцій.

Перед компанією ТОВ «МС КАРГО», постає унікальний набір проблем, котрі пов'язані з реалізованими додатковими витратами, оскільки підприємство повинно виділяти значні ресурси на дослідження зовнішніх ринків і модифікацію продукції, щоб відповідати місцевим попатам і вимогам.

Експорт сприяє міжнародній торгівлі та стимулює внутрішню економічну діяльність, створюючи робочі місця, виробництво та доходи.

Компанія ТОВ «МС КАРГО», зазвичай піддається вищому ступеню фінансового ризику. Методи збору платежів, такі як відкриті рахунки, акредитиви, передоплата та консигнація, за своєю суттю складніші та займають більше часу, ніж платежі від внутрішніх клієнтів.

Є чотири основних типи експортних бар'єрів: мотиваційні, інформаційні, операційні/ресурсні та знання.

Торговельні бар'єри це закони, нормативні акти, політика або практика, які захищають продукцію вітчизняного виробництва від іноземної конкуренції. Хоча обмежувальні практики ведення бізнесу іноді мають подібний ефект, вони зазвичай не розглядаються як торгові бар'єри. Найбільш поширеними зовнішньоторговельними бар'єрами є введені урядом заходи та політика, які обмежують, запобігають або перешкоджають міжнародному обміну товарами та послугами. Найбільш поширеними зовнішньоторговельними бар'єрами є введені

урядом заходи та політика, які обмежують, запобігають або перешкоджають міжнародному обміну товарами та послугами.

Експорт надзвичайно важливий для сучасної економіки, тому що він пропонує людям і фірмам набагато більше ринків для своїх товарів. Однією з основних функцій дипломатії та зовнішньої політики між урядами є сприяння економічній торгівлі, заохочення експорту та імпорту на користь усіх торгових сторін. Експорт на зовнішні ринки часто може знизити витрати на одиницю продукції за рахунок розширення операцій для задоволення підвищеного попиту. Нарешті, компанії, які експортують на іноземні ринки, отримують нові знання та досвід, які можуть дозволити відкривати нові технології, маркетингові практики та уявлення про іноземних конкурентів.

Хоча спалах COVID-19 достатньо змінив світову економіку, люди почали займатися бізнесом, тому міжнародна торгівля є ключем до економічного зростання. Економіка Вірменії залежить від міжнародних потоків, туризму та внутрішнього виробництва. Були створені конкурентоспроможні експортні галузі, які сприяли зростанню валового внутрішнього продукту (ВВП) для створення фінансових ресурсів. Ринок перейшов до більш ефективних експортерів, що є впливом лібералізації торгівлі на сукупну продуктивність.

Експорт сприяє міжнародній торгівлі та стимулює внутрішню економічну діяльність, створюючи робочі місця, виробництво та доходи.

Логістична логістика передбачає виконання, планування та контроль усіх видів діяльності, пов'язаних із закупівлею, обслуговуванням і передачею матеріалів (з сировини, що цікавить нас на ранніх стадіях виробничого процесу ми маємо кінцеву продукцію, яка споживається безпосередньо).

Основними цілями логістичної логістики є:

- Забезпечити відмінне обслуговування клієнтів.

Виконуйте роботи з найменшими витратами.

Логістична компанія ТОВ «МС КАРГО» має всі елементи та процеси, якими потрібно правильно керувати, компанія в хорошому стані. Організація та

планування ефективності бізнес-логістики дозволяє компаніям оптимізувати процеси та знизити витрати.

Серед функцій та видів діяльності, які охоплює логістична компанія, ми можемо знайти наступне:

- Обслуговування клієнтів. Завдяки відділу логістики можна керувати продуктами та послугами, які доступні клієнтам. Крім того, час відповіді буде скорочено і буде більш якісним. Хороша організація завжди зможе обробити.

- Проектування та планування найбільш підходящих та оптимальних - транспортних маршрутів, а також засоби, які можна використовувати для розповсюдження продукції клієнтам.

- Управління запасами. Зберігання як сировини, так і готової продукції. Постачання матеріалів здійснюється на основі систем збуту компанії, найбільш затребуваної у покупців продукції, найбільш успішної. Система опалення між одним підприємством може бути дуже великою. Є багато елементів, які необхідно враховувати: тип продукту, розмір, площа та розміщення тощо. Одним словом, хороший контроль запасів.

- Процес родоводу. Гарне управління та планування запасів ефективно пронизують процес, задовольняючи попит клієнтів.

Концепція логістики є важливою для будь-якого бізнесу. Без планування та без контролю матеріалів, які ми маємо, а також часу та процесів, дуже ймовірно, що компанія піде.

Основна мета бізнес-логістики - розмістити доступний продукт або матеріали в потрібному місці і в потрібний час, намагаючись зробити процес зберігання, розподіл продуктів і їх доставку максимально ефективними і прибутковими. Крім того, компанія завжди зосередиться на задоволенні клієнтів, доставляючи в обумовлені терміни і без будь-яких пошкоджень. Так само цей процес має бути прибутковим, оптимізувати час і витрати, використовуючи мінімально можливі ресурси (матеріальні чи людські).

Логістика в кожній компанії абсолютно різна і повинна бути на 100% адаптована як до потреб і діяльності компанії, так і її клієнта.

Логістика як сукупність необхідних засобів, особливо у сфері матеріального розподілу, є ключовою для будь-якого бізнесу. Однак, щоб розвинути та зробити цей процес прибутковим, необхідно докласти багато зусиль, і багато компаній вибирають аутсорсинг логістики через логістичного оператора.

Кожна компанія — це світ, кожна з яких діє в певній сфері діяльності. Крім того, кожен бізнес пропонує певний продукт і націлений на певну мету.

Таким чином, існують різні типи логістики залежно від компанії, яку ми маємо на увазі, та її конкретних потреб у плануванні, контролі та розподілі її товарів.

1. Логістика постачання.

Логістика постачання може мати вирішальний вплив на роботу та успіх чи невдачу компанії.

Основною метою логістики поставок є контроль поставок, щоб покрити потреби операційних процесів компанії.

Чинники, які необхідно враховувати при логістиці поставок є наступними:

Дати доставки.

Види упаковки та завантаження постачальників.

Вибір постачальника.

Моделі інвентаризації.

Прогноз попиту на нашу продукцію.

Якість обслуговування.

2. Логістика розподілу.

Логістика розподілу включає управління фізичними потоками, відомими як DFI (Міжнародне фізичне розповсюдження) і DFN (Національне фізичне розподілення). Кожна компанія створить систему розподілу відповідно до своїх ресурсів і потреб, а також потреб кінцевого споживача, який в кінцевому підсумку отримує товар.

Які змінні включає логістика розподілу ?:

Логістика зберігання.

Прогноз діяльності для кожного зі складських та логістичних центрів.

Передача товару в межах складу.

Вартість, термін придатності та якість товару.

Підготовка замовлень.

Транспортування до клієнта.

3. Виробнича логістика.

Виробнича логістика передбачає управління та контроль логістики внутрішньо, на рівні постачання всередині самої компанії.

Зазвичай він базується на управлінських рішеннях з метою підвищення ефективності та ефективності процесу. Таким чином, будуть отримані ті ж результати за менших витрат.

4. Зворотна логістика.

Зворотна логістика — це саме той процес, про який ми говорили, але навпаки. Його мета – забезпечити повернення товару. Кейс внутрішньої логістики :

Збір товару на території замовника (замість того, щоб забрати його зі складу, ми його привозимо). Уявімо, наприклад, випадок збору товару, який був доставлений покупцеві помилково або через якийсь недолік.

Ремонт, повернення на склад, знищення, переробка, пакування та зберігання.

Консолідація нових цифрових інструментів у нашому повсякденному житті спричинила зміни у всіх аспектах суспільства. Таким чином, логістика не уникає необхідності адаптуватися до цієї нової парадигми, в якій вони панують, серед іншого:

Оцифровка даних

Взаємозв'язок систем

Хмарні програми та дані

Усі ці зміни спрямовані на те, щоб галузь все більше адаптувалася до потреб клієнтів. Logistics 4.0 має особливий вплив на покращення розподілу, підвищення ефективності процесів зберігання та підготовки замовлень, а також скорочення доставки.

Насправді, оцифрування цієї діяльності не виглядає довгостроковою революцією: згідно з дослідженням консалтингової компанії Technavio, ринок промислових роботів зростатиме в середньому на 35% до 2022 року, досягнувши обороту 3,4 мільярда доларів за цей рік.

Саме тому в розумінні логістики необхідно розуміти, що більше не існує єдиної форми контакту з її цільовою аудиторією (замовниками, постачальниками, техніками та ін.), але омніканальність (практика інтеграції кількох каналів із метою створення цілісного та послідовного обслуговування клієнтів) вже є частиною нашого життя.



РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ТОВ «МС КАРГО»

2.1. Аналіз якісної структури світового логістичного ринку алкогольної продукції

Виробництво алкогольних напоїв є складним бізнесом. Ставлення споживачів визначає, як ведеться бізнес у галузі. Прогнозується, що світовий ринок алкогольних напоїв зросте до 1684 млрд. доларів до 2025 року. Це означає, що мільярд літрів напоїв буде доставлено споживачам у всьому світі. Ланцюг поставок і розподіл є ключовими факторами, щоб залишатися успішним на ринку. Завдяки вдосконаленню цих напрямків збільшується прибуток компанії. Компанії повинні бути обізнані з ринковими тенденціями та перевагами. Галузь алкогольних напоїв постійно розвивається. Компанії повинні знайти рішення для вирішення цих проблем.

Підприємство ТОВ «МС КАРГО» для покращення своєї співпраці із партнерами в країнах Європи намагається налагодити логістичні маршрути постачання продукції з передовими підприємствами у галузі логістики. Одним з таких підприємств є Асоціація європейських перевізників Astre, котра оголосила про запуск Wine&Spirit, своєї нової транспортної послуги для вина, пива та інших алкогольних напоїв, завдяки якій її члени отримають вигідні умови для розподілу цих товарів у Європі, покращуючи тим самим міжнародну логістику на континенті.

Wine&Spirit це нова транспортна послуга, яку Astre пропонує європейським компаніям, які експортують та імпортують вино та алкоголь . Асоціація пропонує своїм клієнтам прозорий і контрольований процес ланцюга поставок завдяки досвіду своїх членів у сфері транспортування, млогістичного управління та фіскального представництва.

Нова послуга полягає в зборі та багатоканальному розподілі цих товарів у Європі для сектора Nogesa, великих роздрібних мереж та імпортерів і дистриб'юторів для міжнародної логістики напоїв у Європі. Крім того, Astre пропонує логістичні рішення на складах Wine&Spirit по всій Європі, логістичне управління та авторизовані фіскальні та логістичні склади.

Експортні клієнти Astre матимуть прямі та довірчі відносини зі своїми клієнтами, у них буде простий процес відкриття основних європейських ринків. Крім того, вони матимуть можливість зберігати піддони на складах із призупиненням сплати податків та керувати фіскальним представництвом у більшості країн.

Інші переваги, які вони отримають, - це оптимізація витрат і часу збору завдяки можливостям місцевої логістики, інтеграції мережі піддонів Astre, прямих регіональних з'єднань і можливості виходу на нові ринки, генеруючи зворотні вантажі з усіх основних країн-виробників. .

Проект розпочався у червні 2018 року з інтеграції мережі європейських експертів і розроблявся та вдосконалювався протягом двох років.

Криза COVID-19 відклала його запуск на кілька тижнів, але, нарешті, асоціація вирішила почати поступово включати його в свою пропозицію, диверсифікуючи свої послуги та здобуваючи додану вартість у розпал нинішньої кризи.

Жюльєн Гаріу, спеціаліст з розвитку міжнародного бізнесу в Astre та керівник проекту, зазначає, що «Astre Wine&Spirit — це ексклюзивне рішення та можливість для членів Astre на перспективному ринку. Це нова бізнес-можливість у той час, коли транспортні компанії сильно постраждали від кризи, але не тільки це, але це також перевага для МСП, які займаються виробництвом вина, пива чи алкоголю, які завдяки цьому проекту матиме міжнародну проекцію».

У свою чергу, Хав'єр Баутіста, менеджер Astre Iberian Peninsula, вважає, що «запуск цієї нової послуги буде дуже позитивним для партнерів ТОВ «МС КАРГО» в Європі.

Оскільки алкоголь дуже чутливий до зовнішніх факторів, для його транспортування використовується спеціалізований транспорт. Перевезення алкоголю здійснюється герметичними, чистими транспортними засобами, які підтримують постійний рівень вологості та температурний режим. Поширеною вимогою є повне затемнення вантажного простору. Для забезпечення цілісності розливу з крихкого скла необхідно обов'язково закріпити вантаж на транспортному засобі. Пляшки з алкогольними напоями перед транспортуванням пакують у ящики, а потім розміщують на дерев'яних піддонах всередині транспортного засобу. Для завантаження та розвантаження піддонів без поломки пляшок використовуються спеціальні підйомники. ТОВ «МС КАРГО» співпрацює з надійними транспортними партнерами, завдяки чому всі транспортні засоби та причепи мають повний комплект технічної документації. Крім того, транспортні засоби оснащені додатковим охоронним обладнанням, таким як: системи стеження, сигналізації, додаткові замки та електронні протиугінні пристрої, наприклад, іммобілайзери (ефективні пристрої для блокування мотора без наявності ключа та особистої участі власника авто). Досвідчені спеціалісти ТОВ «МС КАРГО» підбирають спеціально пристосовані транспортні засоби для перевезення алкогольних напоїв залежно від властивостей вантажу та потреб клієнтів. При необхідності наші співробітники організовують комбіновані схеми з використанням повітряного, автомобільного, морського та залізничного транспорту.

Значну частку в продажах алкогольної продукції становить міцний алкоголь [17]. У таблиці 2.1 представлені дані по процентному вмісту витрат на алкогольну та тютюнову продукцію в структурі витрат населення країн Європи.

Таблиця 2.1

Частка алкогольної продукції в купівлі споживачами країн Європи

Країна	Відсоток витрат, %	Країна	Відсоток витрат, %	Країна	Відсоток витрат, %
Люксембург	1,3	Бельгія	1,9	Греція	3,8
Великобританія	2	Франція	3,8	Словаччина	3,1
Нідерланди	2,9	Швеція	2	Естонія	3,7

Ірландія	2,3	Іспанія	1,8	Польща	2,4
Фінляндія	2,1	Португалія	1,6	Латвія	3,2
Австрія	2,3	Кіпр	1,6	Угорщина	3,6
Норвегія	2,7	Словенія	2,1	Хорватія	3,3
Швейцарія	2	Італія	1,8	Чорногорія	3,7
Данія	2,2	Туреччина	4,5	Росія	3
Німеччина	1,7	Чехія	2,9	Литва	4
Ісландія	2,6	Мальта	2,4	Румунія	8,2

Джерело: складено автором на основі [3].

Державі слід більшою мірою посилити контроль за регулюванням процесів, пов'язаних з виробництвом, обігом і споживанням алкогольної продукції, щоб уникнути складних соціально-економічних наслідків, пов'язаних зі споживанням фальсифікованої алкогольної продукції та алкогольної продукції, що не відповідає встановленим вимогам до якості. Вжиті заходи, пов'язані зі збільшенням акцизів на алкогольну продукцію, носять переважно фіскальний характер, істотно не вирішуючи проблему можливих наслідків споживання низькоякісної продукції.

Ринок алкоголю дуже жорсткий стосовно конкуренції та мінливий. В боротьбі завжди є постійні та інноваційні стратегії. Аналіз країн найпотужніших експортерів-2021 наведено нижче.

Таблиця 2.2

Передові країни за експортом алкоголю у світі

ТОП5	Імпортер	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

Джерело: складено автором на основі [3].

Питання логістики в комплексі організації експорту алкоголю є стратегічним.

Німецький дослідницький інститут становив рейтинг найбільших логістичних компаній Старого Світу. До трійки лідерів увійшли дві компанії з Німеччини та одна з Данії. Про це Логіст.Today дізнався із повідомлення, опублікованого прес-службою Інституту Фраунгофера.

Центр з прикладних досліджень у галузі послуг ланцюжка постачання

Інституту Фраунгофера опублікував вичерпний звіт 2021р. під назвою «ТОП 100 європейських транспортних та логістичних послуг». Дослідження докладно описує близько 150 постачальників логістичних послуг у Європі та пропонує короткий аналіз кожної з цих компаній.

Перші дві позиції займають найбільші компанії Німеччини – логістичний концерн Deutsche Post DHL та залізничний оператор Deutsche Bahn AG. Згідно з рейтингом, виторг цих компаній у Європі склав €29,7 млрд і €17,4 млрд відповідно. Данський перевізник Maersk зайняв почесне третє місце із сукупною європейським чистим доходом в €16,3 млрд, а французькі оператори La poste, CMA CGM (разом із Ceva Logistics) – п'яте. До Топ-10 також увійшли Kuehne + Nagel та MSC (Швейцарія), DSV (Данія) та бельгійська UPS Europe. Глобальний дохід десяти найбільших європейських логістичних компаній становить €283,5 млрд. Отже, Німеччина – це серце логістики Європи. Згідно з даними агентства Germany Trade & Invest, виторг логістичного сектору країни – це близько 25% від всього європейського ринку. До того ж ось вже декілька років поспіль Німеччина посідає 1-ше місце в глобальному рейтингу Logistics Performance Index від The World Bank. А ще три роки тому ситуація була інша. Як бачимо 5 з 6 компаній в ТОП нові.

Таблиця 2.3

Рейтинг топ 10 найбільших логістичних компаній на світовому ринку логістичних послуг у 2019 році

Місце	Назва компанії	Валовий дохід, млн.
1	DHL Logistics	\$37,496
2	Kuehne & Nagel	\$23,379
3	DB Schenker Logistics	\$18,987
4	C.H. Robinson Worldwide	\$11,922
5	DSV	\$8,651
6	CEVA Logistics	\$7,864

Джерело: складено автором на основі [3].

Також визначили ТОП логістичних європейських країн:

1. Німеччина; 2. Франція; 3. Великобританія; 4. Італія; 5. Іспанія; 6. Нідерланди; 7. Польща; 8. Швейцарія.

Ці країни припадає 3/4 всього логістичного обсягу послуг Європи. Загальна вартість ринку у 2020 році (до початку пандемії COVID-19) становила €1,115 трлн, знизившись на 3,5% порівняно з 2019 роком. Проте, порівняно з іншими секторами, логістика непогано впоралася з пандемією 2020 року, йдеться у дослідженні. Логістична галузь має величезний потенціал і перспективи: за прогнозами, до 2024 року обсяг наданих послуг на світовому ринку складе 15 236 мільярдів доларів. (рис.2.1)

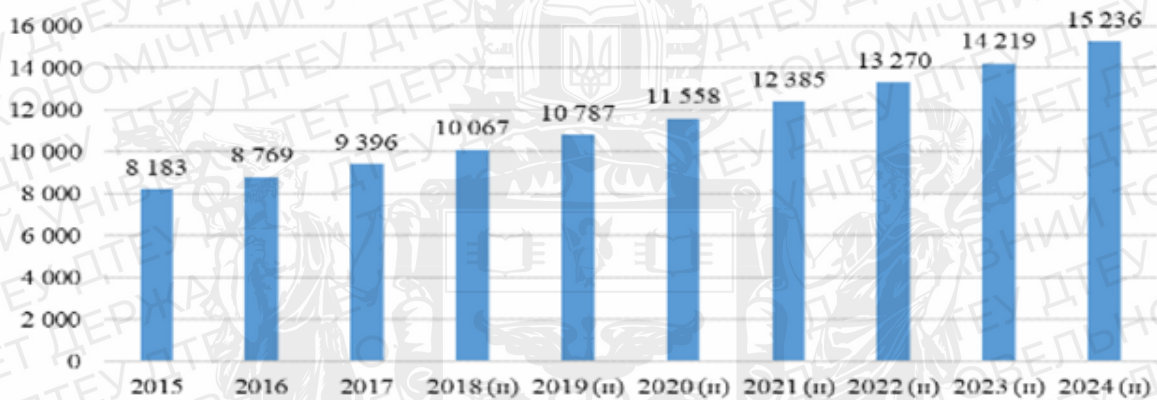


Рисунок 2.1. Динаміка та перспективи обсягів світового ринку логістичних послуг, млрд. доларів США

Джерело: складено автором на основі [3].

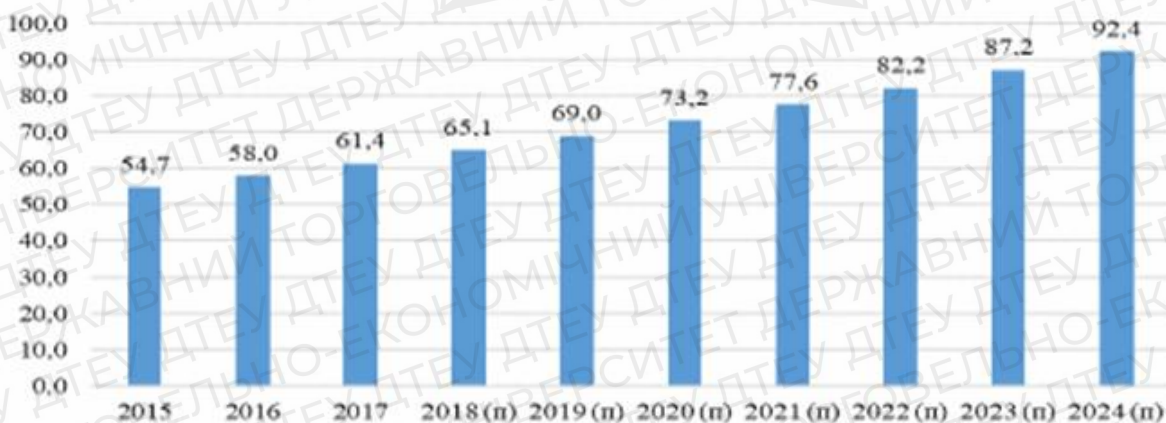


Рисунок 2.2. Динаміка та перспективи обсягів світового ринку логістичних послуг, млрд. тонн

Джерело: складено автором на основі [3].

Аналізуючи динаміку розвитку світового ринку логістичних послуг, слід відмітити, що за останні роки у структурі послуг суттєво зменшилася частка

послуг з вантажоперевезень та експедирування вантажів - з 68 % у 2019 році до 58 % у 2021 році, натомість зросли частки комплексних логістичних послуг.. Логістична галузь, як бачимо має величезний потенціал і перспективи: за прогнозами, до 2024 року обсяг наданих послуг на світовому ринку складе 15 236 мільярдів доларів, тобто буде щорічно зростати на 7,5% в грошовому вираженні. А ефективне її впровадження в організації експорту алкоголю має актуальні та комплексні перспективи світі.

Проектна фаза логістики продукції тягне за собою безліч рішень, які необхідно прийняти. Багато з цих рішень залежать від рішень, які в першу чергу повинні бути прийняті іншими бізнес-функціями, такими як маркетинг, виробництво, управління бізнесом тощо, або рішення, які приймаються в консультації з цими бізнес-функціями. Часто виникає потреба у логістичному внесок у рішення інших функцій або дисциплін. Прикладами цих численних рішень є:

Вид транспорту: вид транспорту, який використовується на різних етапах постачання або розподілу. Варіанти в нафтохімічній промисловості, як правило, є автомобільним транспортом, залізничним транспортом, трубопровідним транспортом, баржом, судноплавством або стрічковим конвеєром;

Ємність сховища: необхідну ємність для зберігання необхідно визначити заздалегідь на етапі техніко-економічного обґрунтування проекту, оскільки це впливає на планування майданчика, базовий дизайн та капітальні витрати. Загальна ємність для зберігання сировини та продуктів визначається різними аспектами, такими як періоди обороту (у постачальників у випадку сировини), необхідна безпека постачання споживачам, стратегічні рівні запасів та сезонність постачання сировини та вивезення продукції. Необхідно прийняти рішення про те, яка частина сховища буде надана як на місці, так і за його межами (можливо, ближче до великих клієнтів, щоб забезпечити безпеку постачання). Капітальні витрати на спеціалізовані сховища, такі як охолоджувані або герметизовані ємності для зберігання, можуть стати важливим фактором.

Упаковка продукту: Упаковка надається, як правило, для вихідної логістики. Це можуть бути насипні пакети, ізотейнери, барабани, мішки для наливу, звичайні мішки тощо, або їх комбінація, як визначено маркетингом.

Заходи контролю якості : для вихідного логістичного ланцюга це включатиме стороннє забезпечення якості та, можливо, засоби для змішування, сторонню логістику вхідного продукту та модернізацію об'єктів поблизу клієнтів. Для вхідної логістики це може включати засоби змішування та гарантію якості третьої сторони;

Безпека постачання споживачам: у поєднанні з маркетинговою функцією визначається безпека постачання споживачам. Відповідно це вплине на рішення щодо таких аспектів, як стратегічне зберігання сировини та продуктів, дублювання вхідних і вихідних логістичних каналів, плани дій у надзвичайних ситуаціях щодо постачання продукції тощо.

Безпека продукції: у нафтохімічній промисловості продукти, які обробляються як під час вхідної, так і вихідної логістики, можуть бути легкозаймистими, вибухонебезпечними та/або токсичними. Необхідно вжити відповідних заходів для забезпечення безпечного поводження з цією продукцією під час логістичних операцій;

Логістична інфраструктура: Логістика продуктів, як правило, не є основним бізнесом для власника або інвестора. Таким чином, позиція за замовчуванням повинна бути для третіх сторін для створення, володіння та управління функцією логістики продукту. Однак існує багато стратегічних міркувань, які можуть привести до альтернативних рішень.

Важливо, щоб усі ці рішення та заходи з управління ризиками координувалися в рамках загального розвитку проекту та у тісній консультації з усіма іншими функціями. Для цієї мети ідеально підходить структурований процес, наприклад модель етап-воріт.

Експортна логістика включає обробку, транспортування, управління запасами, зберігання, пакування та відправку товарів, які експортує компанія.

Актуальність адекватної інтегрованої логістичної системи для експорту безперечна, оскільки вона може бути, по суті, конкурентною перевагою для бізнесу, перед клієнтом, але також думаючи про свою власну операцію: погана логістика означає вищі витрати та неефективність.

Міжнародна торгівля сильно змінилася за останні роки, в основному тому, що існують технологічні інструменти, які покращують логістичні процеси та їх вартість. Сьогодні є можливість використовувати програмне забезпечення для відстеження руху товару з тією метою, щоб оптимізувати його транспортування, а також автоматизувати багато інших процесів. Серед них це також спосіб фінансування операцій, оскільки курівництво компанії зі своєї сторони повинно також повинні розглянути варіанти підвищення ефективності операцій. У цьому сенсі сектор фінансових технологій (фінтех) може стати чудовим союзником для покращення управління оборотним капіталом і дозволить вам розширити свої логістичні можливості.

2.2. Аналіз структури вітчизняного ринку алкогольної продукції та логістичного забезпечення

Вітчизняний ринок алкогольних напоїв є одним з найбільш розвинених в Україні, однак і на сьогодні на цьому ринку відбуваються значні трансформації. У зв'язку з цим для отримання стабільного тренда розвитку коригування потребує і здійснювана політика у сфері контролю за обігом алкогольних напоїв на кожному етапі розвитку ринку. Тому важливого значення набуває формування базових критеріїв для перевірки правильності нововведень, які планується запровадити у цій сфері. Структура споживання в Україні розташована у великих містах країни, де середнє українське домогосподарство витрачає на алкогольні напої близько 3% своїх доходів. До цього слід додати, що 2,5% загального споживання також виділяється на готельну індустрію. Український споживач відчув зміну традиційних моделей споживання алкогольних напоїв, залишивши осторонь

горілку та вживаючи більш вишукані напої, такі як вино. Споживання за останні 5 років було низьким, але стабільним.

Рівень виробництва горілки упродовж 2016-2021 років зменшився на 25,2 %. Водночас у разі збільшення ставки акцизного податку у 2,25 рази (з 56,42 до 126,96 грн.Вопн з 1 л 100 % спирту) надходження акцизного податку зросли лише на 12,5 %.

Таблиця 2.4

Обсяги продажу алкогольних напоїв в Україні в 2021 роках

Найменування виробу	Обсяг роздрібного продажу, дол	До відповідного періоду попереднього року, %	У перерахунку в абсолютний алкоголь, дол
Горілка та вироби лікєро-горілчані	5 737 120,8	102,5	1 494 848,2
Напої слабоалкогольні	3 237 491,4	106,0	178 999,3
Вина	7 330 086,0	114,0	623 532,4
Коньяки	2 041 975,9	107,0	427 210,1
Вина ігристі	2 625 538,7	123,5	178 809,3
Всі алкогольні напої			2 903 399,3

Джерело: складено автором на основі [9].

У 2021 році обсяг експорту алкогольних напоїв з України зріс на 27,7% порівняно з минулорічними показниками та становив 8,3 мільйона доларів. Найбільше алкоголю українські компанії поставили в Болгарію – 2,1 млн. доларів, Румунію – 1,5 млн. дол., Білорусь – 0,7 млн. дол., Ізраїль – 0,48 млн. дол. та Казахстан – 0,42 млн. дол.

На думку представників бізнесу, збільшення рівня нелегального обігу алкогольних напоїв є наслідком підвищення ставок акцизного податку та закритості ринку для нових учасників. Це, у свою чергу, спричиняє шкоду не лише суспільним інтересам, але і самим виробникам товарів підакцизної групи. Адже всі урядові заходи щодо алкогольного ринку зосереджуються на підвищенні

доходів бюджету від діючих учасників [4]. Збільшення акцизних надходжень за рахунок активізації ринкової конкуренції, а також зростання кількості платників податку навіть не беруться до уваги.

Виділяють три виробничі регіони: підкарпатський регіон на кордоні з Угорщиною, навколо Мукачева; узбережжя, поблизу Одеси; і Крим, історична область українського вина, що спеціалізується на білих та ігристих винах, а також на солодких мускатних винах (12°-16° і 25% цукру), що нагадують старі десертні вина Масандри.

Варто зазначити, що українські логістичні компанії почали розвиватись в останні роки активніше. Українські компанії, які можна виділити на даний момент це Business Group, ZAMMLER, Logistic Plus, УБК та «НП Логістик». Проте, переважно, саме локальним логістичним провайдерам властиве питання координації дій як всередині компанії, так і з клієнтами. Поступово, локальні оператори складають більш серйознішу конкуренцію міжнародним логістичним компаніям.

На рис.2.3 вказано найбільші логістичні оператори за обсягом загальної площі, 2021 р.

НАЗВА	ПЛОЩА, КВ М	ТИП
Kuehne+Nagel	123 000	Міжнародна
ZAMMLER	75 000	Локальна
Raben	73 000	Міжнародна
Ekol	58 000	Міжнародна
FM Logistic	55 000	Міжнародна

Рисунок 2.3. Найбільші логістичні оператори за обсягом загальної площі, 2021р.

Джерело: складено автором на основі [30].

Ефективна логістична діяльність вимагає впливової участі. Великі підприємства намагаються утримати свої позиції за рахунок впровадження інвестицій в логістичну сферу. Так, за кількістю інвестицій найбільші логістичні підприємства в Україні представлені на рис. 2.4

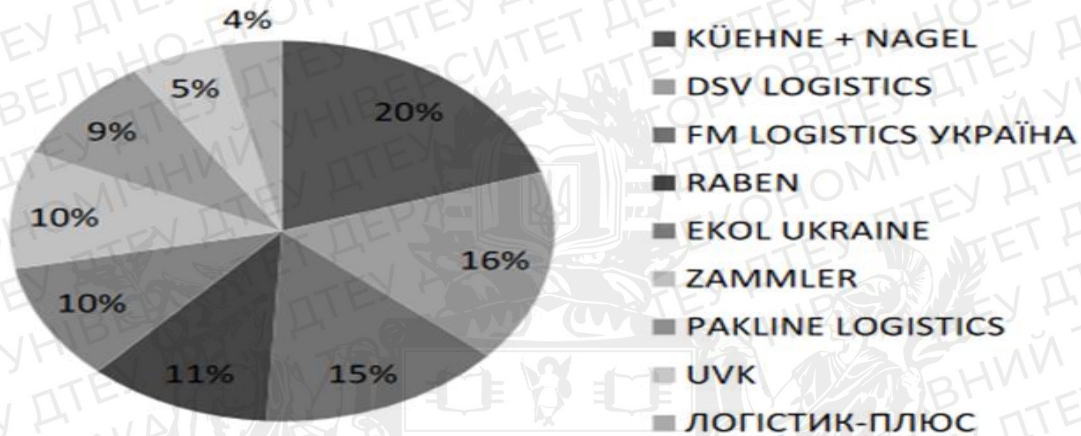


Рисунок 2.4. Найбільші логістичні оператори України за обсягом інвестицій 2021р.

Джерело [18]

Як видно з рис.2.4 найбільші логістичні оператори України за обсягом інвестицій є наступними: Kühne + Nagel – 20%; DSV Logistics – 16%; FM Logistics Україна – 15%; Raben – 11%; Ekol Ukraine – 10%; Zammler – 10%; Pakline Logistics – 9%; UVK – 5%; Логістик плюс – 4%.

Україна є країною з високим рівнем споживання алкоголю – близько 20 літрів чистого алкоголю на людину на рік. Однак вино займає скромне місце, значно поступаючись горілці та пиву. Традиційно це жіночий напій, чоловіки вживають міцніші напої.

Логістичний ланцюг є ключовим у міжнародному управлінні логістикою, оскільки дозволяє стратегічне планування та моніторинг процесу розподілу сировини або готової продукції в міжнародних торгових операціях, таких як експорт. Найважливішим чинником у ланцюжку є транспортування, оскільки воно визначає значну частину витрат на управління логістикою, однак кожна

діяльність у ньому впливає на інші, оскільки товар залишає склад експортера, поки не потрапляє на склад експортера.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТУ АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДО НІМЕЧЧИНИ

3.1. Розробка організаційно-економічного механізму формування експорту до Німеччини

Оцінка моделі Gravity, котра пов'язує світове виробництво та споживання з моделями світової торгівлі, свідчить про те, що різниця між фактичними та потенційними обсягами торгівлі між Україною та Німеччиною становила 500 мільйонів доларів США у 2020 році, або 35% загального експорту з України до Німеччини того ж року. Відповідно до структури та інтенсивності світових експортних потоків Україна має потенціал для збільшення обсягів торгівлі як товарами, які вже експортуються до Німеччини, так і товарами, які ще не поставляються українськими компаніями на цей ринок.

Після налагодження логістичних напрямків до Європейського Союзу у рамках ГВЗВТ тарифи не обмежують суттєво експорт українських товарів до ЄС. Натомість технічні регламенти, санітарні та фітосанітарні заходи, географічні зазначення, ліцензування тощо створюють значні перешкоди для двосторонньої торгівлі. Таким чином, недоторгівлю можна пояснити, наприклад, негативним впливом різноманітних нетарифних бар'єрів (як на європейському, так і національному рівнях) або іншими факторами, такими як низька конкурентоспроможність (за ціною чи якістю) українських товарів порівняно з аналогічними. Товари, що поставляються з інших країн, смакові переваги німецьких споживачів, особливості асоціацій імпортерів, специфічні вимоги роздрібних торговців тощо.

Відомим є той вагомий чинник, що з покращення логістики на ринок ЄС з України, яке щойно вступило в дію, експорт алкогольної продукції до Німеччини

може значно збільшитися.

За останні роки ринки напоїв були порушені через безліч впливів. Якщо залишити поза увагою податки на цукор на безалкогольні напої та зростання продажів бутильованої води, ринки алкоголю різко змінилися. У минулому, коли витрати на торгівлю були високими, споживачі зосереджували споживання алкоголю на тих напоях, які можна було виробляти за найнижчими витратами на місцевому рівні. Ці закономірності були посилені податками на споживання та імпорту напоїв, які сильно відрізняються між типами напоїв. Часто податки вводяться для захисту місцевих виробників, тим самим посилюючи спричинені кліматом відмінності між країнами у складі споживаних напоїв.

ТОВ «МС КАРГО» для початку активного експорту має у першу чергу сконцентруватись на пробній поставці продукції та підписанні договору з ключовими партнерами для здійснення цього. Слід зауважити, що холдинг уже діє на даній території та має великі поставки курячого м'яса на цей ринок, що спрощує дану процедуру за рахунок скорочення часу на дослідження ринку та його динаміки, оформлення документації щодо ведення господарських операцій компанією у Німеччині (рис.3.1).

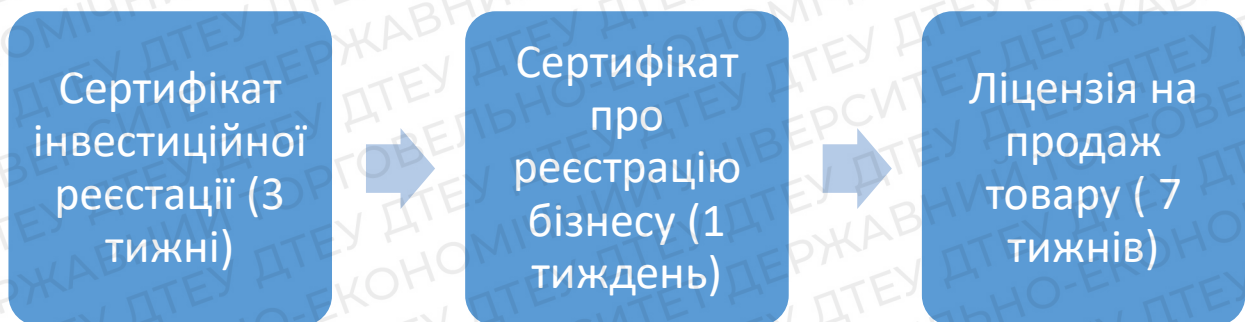


Рис. 3.1. Поетапне здійснення прямого експорту до Німеччини

Джерело:[37]

З урахуванням того, що холдинг вже працює на ринку, це спрощує задачу щодо пошуку партнерів для здійснення експортної операції та зменшує кількість

етапів її здійснення з 11 тижнів до 7, оскільки компанія має сертифікат інвестиційної та бізнес реєстрації на даному ринку. Для здійснення поставок буде необхідно подати документи з повним описом продукції до уряду та отримати ліцензію на їх імпорту до країни, для продукції АПК такий період становить близько 7 тижнів. Саме те, що холдинг вже діє на даному ринку дає перевагу над можливими компаніями-конкурентами з України.

Подання клопотання на отримання ліцензії на продаж імпортного товару на території Німеччини включає у себе внесок у сумі 97 дол. США, надання повної характеристики товару, інформації про сертифікацію, якість, відповідність стандартам встановленим в країні [23].

Після проходження даного етапу можна поставляти продукцію прямим експортом до країни, але для цього необхідно налагодити контакти та підписати контракти на поставки з партнерами у Німеччині. Слід зазначити, що європейські компанії дуже недовірливі до новачків на своєму ринку, тому підприємству необхідно зарекомендувати себе як надійного постачальника з якісною продукцією. Одним з найкращих способів здійснення цього є участь у міжнародних виставках, де представлені потенційні споживачі на продукцію.

Перевіривши інформацію для представлення продукції партнерам було вирішено розглянути можливості та вартість участі у виставці алкогольної продукції. Саме за допомогою такої участі інші компанії, що займаються імпортом продукції у Німеччині будуть мати змогу ознайомитись з нашим товаром та буде можливість налагодити більш тісні та безпосередні відносини з майбутніми партнерами.

На даній виставці буде представлено близько 4000 представників з різних компаній, що дає широкі можливості для пошуку потенційних партнерів у Німеччині. Окрім німецьких компаній будуть ще представники з 10 інших країн, загальне число компаній які зареєстровані і виставляються на сьогодні близько 100. Для участі у виставці пропонується 2 типи пакетів:

- при вході до приміщення за ціною 390 дол. США за 1 кв.м. з мінімальною

орендою 9 кв.м.

- у середині виставки за ціною 360 дол. США за 1кв.м. з мінімальною орендою 18кв.м.

Окрім цього необхідно додатково оплачувати реєстраційний збір у розмірі 285 дол. США. У свою чергу за дану плату надається: конструкція, килим, 2 стільці, 1 стіл, 1 розетка, 2 лампи, відро для сміття, окрім цього забезпечується 1 повна сторінка про компанію та продукцію у каталозі виставки, програма проведення виставки та екскурсія по виставці від організаторів [25].

З урахуванням наведених варіантів у нашому випадку коли представляється один продукт краще брати не багато місця, тобто мінімальне значення 9кв.м біля входу (табл.3.1). Окрім, цього дана позиція є кращою оскільки біля входу на виставку завжди більше людей, а тому існує більша ймовірність зацікавленості у нашій продукції.

Таблиця 3.1.

Розрахунок вартості участі компанії ТОВ «МС КАРГО» у виставці

Платіж	Ціна у іноземній валюті, дол. США	Курс валюти	Ціна у національній Валюті, грн..
Участь у виставці при вході на територію (9кв.м)	390дол.США/кв.м	26,16 грн.	10 202,4 грн./кв.м
Реєстраційний внесок учасника	285 дол.США		7455,6 грн.
Усього	3795 дол.США	-	99277,2 грн.

Джерело: складено автором на основі [23]

Як видно з розрахунку у таблиці 3.1 інвестування у виставку становить 99277,2 грн., але необхідно також зауважити, що це є ціною за всі 3 дні даного заходу, тому можна вважати її не високою. При сприятливих умовах після виставки дана сума окупиться швидко, але необхідно ще враховувати необхідність надати як мінімум 3 представників компанії та витрати на їх переліт, проживання та додатково на перевезення продукції для ознайомлення потенційного партнера з товаром. Але поки будемо розглядати лише участь у виставці без додаткових необхідних витрат та її ефективність.

Для того аби оцінити швидкість повернення вкладених ресурсів, необхідно побудувати прогноз на основі даних про споживання продукції за 2019-2021 роки

та оцінити перспективи росту та можливості, щодо забезпечення ринку збуту своєю продукцією (рис.3.3).



Рис. 3.3. Прогноз споживання алкоголю у Німеччині

Джерело: складено автором на основі [35]

За наведеними даними, котрі є на рис.3.3 спостерігається прогнозне збільшення споживання алкоголю на ринку, тому вкладені гроші у виставку мають окупитись досить швидко при умов кооперації з компаніями-імпортерами. Так як ринок є зростаючим та орієнтується на зарубіжну продукцію, темпи приросту можуть бути навіть більші, але для страхування своїм можливостей надалі будемо орієнтуватись на наведений прогноз.

ТОВ «МС КАРГО» розглядає ринок, як один з найперспективніших у майбутньому для постачання алкоголю саме тому, була сформована стратегія, щодо виходу та отримання частки на цьому ринку. По-перше, так як холдинг вже працює на ринку це скоротить час на отримання ліцензії на імпорт товарів в країну, також є вірогідність того що її можна буде отримати швидше ніж за 7 тижнів. Після чого товар підприємства буде представлено на виставці, що пройде в кінці червня для пошуків потенційних імпортерів.

Управління логістикою є вирішальним аспектом для ТОВ «МС КАРГО» і воно може бути як активом, так і зобов'язанням. Управління логістикою – це процес забезпечення того, щоб управління постачаннями, транспортом і ланцюгом поставок функціонували якомога безперебійніше. Покращення управління

логістикою є першим кроком до підвищення операційної ефективності та продуктивності для фірм, які прагнуть перевершити свою конкуренцію та процвітати в сучасному бізнес-середовищі.

Завжди є місце для вдосконалення в будь-якому аспекті бізнесу, особливо в логістиці, а ефективне використання ресурсів це більше, ніж половина логістичного процесу.

Управління логістикою передбачає велику підготовку, тому є можливість досягнути успіху, якщо розглянути кожен етап розвитку продукту, розподілу та логістики повернення товарів і матеріалів. Чим більша операція компанії, тим складнішим стає управління логістикою. У результаті потрібно буде знати, як покращити стратегію управління логістикою для максимальної ефективності та оптимізації.

Як і будь-який інший тип управління, управління логістикою зазнає невдачі або досягає успіху на основі плану, який розроблено. Чим вичерпніша програма, тим менше доведеться імпровізувати на місці. Завжди виникнуть труднощі, і в такому випадку можна передбачити лише так багато, але попереднє планування та проведення належної перевірки допоможуть вам мінімізувати затримки та інші вузькі місця. Ось чому також виникає необхідність створити стратегію на випадок надзвичайних ситуацій для кожної частини логістичного плану з тією метою, щоб врахувати непередбачені обставини. Однак важливо знати, коли відмовитися від оригінальної концепції на користь резервної.

Кінцева мета будь-якого логістичного ланцюга полягає в тому, щоб задовольнити бажання та потреби клієнтів. Одним з найважливіших елементів досвіду клієнтів і основним фактором, що впливає на їхнє сприйняття бізнесу, є час, який проходить від оформлення замовлення до моменту його отримання.

Не має значення, наскільки добре керівництво керує своєю компанією в цілому, якщо на очікування вашого клієнта негативно впливає тривалий час виконання замовлень. Оскільки задіяні численні відділи та персонал, скорочення термінів виконання може вимагати налагодження та вирішення всього процесу

виконання замовлення.

3.2 Економічне обґрунтування програми розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Зовнішньоторговельна політика може надавати потужні стимули або гальмувати виробництво через свій вплив на ціни та кількість конкуруючих товарів, що імпортуються в країну, а також через вплив на внутрішні ціни, що надходять для експорту. Вважається, що політика підвищення цін на імпорт на внутрішньому ринку забезпечує економічний захист. Основними інструментами торговельної політики є тарифи та квоти з боку імпорту та різного роду стимули з боку експорту. У деяких випадках використовується комбінація квот і тарифів (відома як «тарифні квоти»), за допомогою якої тарифи збільшуються, коли імпорт перевищує встановлену суму.

Для визначення ефективності здійснення експортних операцій з постачання алкоголю до Німеччини необхідно дослідити динаміку зміни цін протягом останніх 3 років, та проаналізувати наскільки вигідно буде компаніям цієї країни співпрацювати з імпортером. Виробники алкогольної продукції з Південної Америки здійснюють експорт своєї продукції на ринок Німеччини, а отже, є вагомими конкурентами для інших експортерів. Основна мета багатьох компаній - працювати на максимізацію прибутку. Через глобальний економічний розвиток і технологічний прогрес і, таким чином, завжди покращуючи інфраструктуру в усьому світі.

Дослідження динаміки зміни цін на імпорт та власного виробництва алкоголю у Німеччині дає підстави стверджувати, що постачання цього продукту з інших країн є економічно вигідним, так як вітчизняне виробництво країни не може забезпечити такі низькі ціни. Починаючи з весни 2021 року можна відслідкувати зростання ціни на даний продукт на ринку. Для того, щоб сформулювати повне уявлення про обсяги поставок алкоголю на ринок розглянемо

контракти та всі їх умови між компанією ТОВ «МС КАРГО» та імпортером Deutsche Post DHL.

Таблиця 3.2.

Характеристика контрактів на поставку алкоголю

Компанія	ТОВ «МС КАРГО»	Deutsche Post DHL
Країна	Україна	Німеччина
Базові умови поставки	FOB	FOB
Ціна за 1 тону, дол.США/тона	167,84	169,32
Обсяг поставок, тон	23 200	15 800
Всього, дол. США	3 893 888	2 675 356

Джерело: складено автором на основі [36]

Компанії наведені в таблиці 3.2 мають такі обсяги поставок через велику необхідність у даній продукції задля забезпечення власних потреб виробництва. Слід зауважити, що багато підприємств працюють з декількома партнерами для страхування свого бізнесу, оскільки як вже зазначалось раніше власне виробництво в країні скорочується через високу собівартість, що робить їх імпорт залежними. Аналізуючи таблицю 3.2 та декілька інших контрактів, можна помітити схожі риси у більшості випадків базові умови здійснення експортної операції FOB Київ, тобто всі витрати і ризик до зазначеного кінцевого пункту постачання несе продавець [4].

На глобальному ринку за останніми даними ціна на алкоголь становить 165,03 дол. США за тону (4317,18грн./тонна) [49]. Дані отримані на підприємстві ТОВ «МС КАРГО» свідчать про те, що виробництво 1 тони продукції становить 2219,82 грн. Але потрібно враховувати, що ціна на глобальному ринку враховує також перевезення продукції до місця призначення, дана ціна взята на базисних умовах поставок FOB Київ Основними базовими умовами здійснення експорту алкогольної продукції на ринок є CIF, FOB та DAT [40]. У нашому випадку з урахуванням того, що конкурентна ціна на зовнішньому ринку взята на умовах поставок FOB, для точного підрахунку краще брати саме ці умови. Обсяги поставок беруться за середнім значенням, після виставки очікується отримати до 5 замовлень на поставку продукції від імпортерів для початку [57].

Таблиця 3.3.

Розрахунок контрактної ціни

№	Вид витрат	Тариф, грн. За 1т.	Розрахунок	Сума, грн.
1.	Повна собівартість	2219,82	2219,82x19 500	43 286 490
2.	Рентабельність	25%	43 286 490	10 821 623
3.	Отримання сан.заключення та ін.	Закладається у собівартість продукції.		
4.	Завантаження	749,87	949,87x19500	14 622 465
5.	Пакування	193,25	193,25x19500	3 768 375
6.	Можливі витрати у дорозі	Закладаються у рентабельність		
7.	Витрати на коносамент	-	-	1 920
8.	Страховання	1,20%	-	519 438
9.	Морський фрахт	Оплачує імпортер		
10.	Розвантаження	Оплачує імпортер		
11.	Послуги експедитора	-	-	28 250
12.	Оформлення документів	Входять в послуги експедитора		
			Всього:	73 048 560

Джерело: складено автором на основі [31]

Для розрахунку об'єму поставок беруться контракти на поставку алкоголю наведені у таблиці 3.3, їх середнє значення буде використане як обсяг для експорту продукції для розрахунку контрактної ціни і воно становить 19500т. Усі розрахунки проведені на базі аналізу даних за контрактами, оскільки вони займають найбільшу частку в імпорті. Так, як більшість компаній працює за базисними умовами FOB Київ, то витрати на перевезення ми не враховуємо, але в будь-якому разі їх буде нести наш імпортер. З урахуванням того, що підприємець завжди зацікавлений нести менші витрати, то такі умови за яких швидкість та вартість доставки скорочується будуть грати визначальну роль у виборі партнерів на довгострокову перспективу здійснення експорту алкогольної продукції з України.

Виходячи з розрахованих даних із закладеною рентабельністю в 25%, продаж товару на умовах поставок FOB Київ може здійснюватися за ціною 3746,08 грн. за тону (143,2 дол. США за тону). Тобто у порівнянні з середніми цінами на глобальному ринку (165,03 дол. США за тону), на кожній тоні можливий виграш підприємства становить 21,8 дол. США на 1 тоні алкоголю, що створює сильні конкурентні переваги для ТОВ «МС КАРГО» на зовнішньому ринку. За рахунок таких цін підприємство зможе знайти достатню кількість

партнерів, якщо ж буде дуже багато компаній, які виявлять бажання співпрацювати з фірмою, так що буде неможливо задовольнити всі потреби доведеться підвищувати ціни на продукцію, що спричинить вплив на експорт алкогольної продукції на зовнішні ринки .в тому числі на ринок Німеччини.

Таблиця 3.4.

Показники оцінки ефективності угоди

№	НАЗВА ПОКАЗНИКА	ФОРМУЛА ОБЧИСЛЕННЯ	РОЗРАХУНОК	КІНЦЕВИЙ РЕЗУЛЬТАТ
1	Ціна 1 од. експортованого товару з урахуванням цінових знижок.	$C_z = B_z - C_z$	$C_z = 3746,1 - 0$	3746,1
2	Загальна вартість експортованої партії	$Z_c = C_z * K_z$	$Z_c = 3746,1 * 19500$	73 048 560
3	Сума можливого прибутку по експортованій партії	$P_c = (U_t * Z_c) / 100$	$P_c = (20 * 73048560) / 100$	14609712
4	Сума податку на додану вартість експортованої партії	$P_{DV} = (P_c - C_{PDV}) / 100$	$P_{DV} = (73048560 * 0) / 100$	0
5	Можлива загальна сума реалізації експортованої партії	$P_c = Z_c + P_c$	$P_c = 816000 + 163200$	87 658 272
6	Скоригований рівень витрат на експортовану партію, %	$V_k = V_c - V_t + (V_k - 100) / P_c$	$V_k = 25\% - 15\% + (18940448) / 8765827$	12%
7	Сума можливих витрат обігу за угодою	$V_o = (V_k - P_c) / 100$	$V_o = (32 * 87658272) / 100$	10659871
8	Сума можливого балансового прибутку за угодою	$P_y = P_c - Z_c - V_o - P_{DV}$	$P_y = 87658272 - 73048560 - 10659871$	3 949 841

Джерело: складено автором на основі [32]

Додатково слід зауважити, що ціни на алкоголь на ринку зростають, та середні ціни на поставки, а це також впливає на експорт алкогольної продукції з країн Південної Америки, які є основними конкурентами українських виробників-експортерів алкогольної продукції. Тому при експорті алкогольної продукції 19500 тон. підприємство буде економити близько 487 500 дол. США, так як український експорт є вигіднішим на 25 дол. США у середньому за південноамериканський.

Але для оцінки ефективності зовнішньоекономічної угоди проведемо аналіз основних показників, що впливають на експорт нашої продукції. Саме після цього можливо буде побачити наскільки рентабельним і вигідним буде виходити на новий ринок та чи окупиться таке вкладення у найближчому майбутньому.

Аналіз показав, що контракт, щодо експорту алкогольної продукції

українського виробника на таких умовах буде ефективним, оскільки сума можливого балансового прибутку за угодою має позитивні значення. Як зазначалось раніше, щоб отримати більше закордонних партнерів необхідно прийняти участь у виставці, де очікується багато компаній, які можуть бути зацікавлені у співпраці з ТОВ «МС КАРГО». Це безпосередньо матиме вплив на збільшення експортних операцій алкогольної продукції на зовнішні ринки найбільш привабливим з яких є ринок Німеччини. Ці компанії займаються імпортом алкоголю для забезпечення власного виробництва та за останні роки нарощують обсяги, тому відповідно і збільшують обсяги закупівель, тобто український виробник алкогольної продукції матиме можливість стабільно експортувати свою продукцію замовникам у Німеччині. Після відвідування заходу очікується отримати мінімум 3 компанії для початку здійснення експортних операцій підприємством на зовнішній ринок. Кількість компаній обґрунтовується тим, що більшість з фірм, які закуповують алкогольну продукцію орієнтуються лише на ціну, але деякі мають довгострокові контракти, хоча таких не багато. Необхідно зазначити, що великими імпортерами алкоголю з постійними поставками у Німеччині є близько 35 підприємств, тому було вирішено взяти трохи менше 10% від цієї кількості, так як деякі підприємства можуть зберігати лояльність до інших підприємств, деякі з них заключили договори на майбутнє постачання алкогольних виробів; близько 14 компаній на даний момент шукає нових постачальників через скасування угод з аргентинськими постачальниками, багато компаній також орієнтуються на експортерів з США, та наразі 4 компанії зацікавлені у співпраці з новими постачальниками, що забезпечать найнижчу ціну в незалежності від країни походження продукції. Обсяги поставок за один раз у цих компаній становлять у середньому 20-25 тис. тон [33].

В табл. 3.5-3.10 відображено характеристику контрактів на поставку алкоголю, розрахунок контрактної ціни та показники оцінки ефективності угоди.

Таблиця 3.5

Характеристика контрактів на поставку алкоголю

Компанія	ТОВ «МС КАРГО»	Deutsche Post DHL
Країна	Україна	Німеччина
Базові умови поставки	CIF	CIF
Ціна за 1 тону, дол.США/тона	168,02	170,56
Обсяг поставок, тон	23 200	15 800
Всього, дол. США	3 898 064	2 694 848

Джерело: складено автором на основі [32]

Таблиця 3.6.

Розрахунок контрактної ціни

№	Вид витрат	Тариф, грн. За 1т.	Розрахунок	Сума, грн.
1.	Повна собівартість	2248,90	2248,90x19 500	43 853 550
2.	Рентабельність	25%	43 286 490	10 821 623
3.	Отримання сан.заключення та ін.	Закладається у собівартість продукції.		
4.	Завантаження	791,15	791,15x19500	15 427 425
5.	Пакування	194,70	194,70x19500	3 796 650
6.	Можливі витрати у дорозі	Закладаються у рентабельність		
7.	Витрати на коносамент	-	-	1 920
8.	Страховання	1,20%	-	519 438
9.	Морський фрахт	Оплатує імпортер		
10.	Розвантаження	Оплатує імпортер		
11.	Послуги експедитора	-	-	28 500
12.	Оформлення документів	Входять в послуги експедитора		
			Всього:	744 491 106

Джерело: складено автором на основі [32]

Таблиця 3.7.

Показники оцінки ефективності угоди

№	НАЗВА ПОКАЗНИКА	ФОРМУЛА ОБЧИСЛЕННЯ	РОЗРАХУНОК	КІНЦЕВИЙ РЕЗУЛЬТАТ
1	Ціна 1 од. експортованого товару з урахуванням цінових знижок.	$C_z = БЦ - ЦЗ$	$C_z = 3780,5 - 0$	3780,5
2	Загальна вартість експортованої партії	$Зс = Ц * Кз$	$Зс = 3780,5 * 19500$	73 719 750
3	Сума можливого прибутку по експортованій партії	$Пс = (Ут * Зс) / 100$	$Пс = (20 * 73719750) / 100$	114743950
4	Сума податку на додану вартість експортованої партії	$ПДВ = (Пс - СПДВ) / 100$	$ПДВ = (73719750 * 0) / 100$	737 197,5
5	Можлива загальна сума реалізації експортованої партії	$Рс = Зс + Пс$	$Рс = 816000 + 163200$	87 658 272
6	Скоригований рівень витрат на	$Вк = Вс - Вт +$	$Вк = 25\% -$	12%

	експортовану партію, %	$B_k - 100) / P_c$	$15\% + (18940448) / 8765827$	
7	Сума можливих витрат обігу за угодою	$B_o = (B_k - P_c) / 100$	$B_o = (32 * 87658272) / 100$	10659871
8	Сума можливого балансового прибутку за угодою	$P_y = P_c - 3c - B_o - ПДВ$	$P_y = 87658272 - 73\,719\,750 - 10659871$	3278651

Джерело: складено автором на основі [31]

Таблиця 3.8

Характеристика контрактів на поставку алкоголю

Компанія	ТОВ «МС КАРГО»	Deutsche Post DHL
Країна	Україна	Німеччина
Базові умови поставки	DAT	DAT
Ціна за 1 тону, дол.США/тона	168,85	170,97
Обсяг поставок, тон	23 200	15 800
Всього, дол. США	3 917 320	2 701 326

Джерело: складено автором на основі [34]

Таблиця 3.9.

Розрахунок контрактної ціни

№	Вид витрат	Тариф, грн. За 1т.	Розрахунок	Сума, грн.
1.	Повна собівартість	2276,23	$2276,23 \times 19\,500$	44 386 485
2.	Рентабельність	25%	44 386 485	10 821 623
3.	Отримання сан.заклучення та ін.	Закладається у собівартість продукції.		
4.	Завантаження	798,25	$798,25 \times 19\,500$	15 565 875
5.	Пакування	198,12	$198,12 \times 19\,500$	3 863 340
6.	Можливі витрати у дорозі	Закладаються у рентабельність		
7.	Витрати на коносамент	-	-	1 936
8.	Страховання	1,20%	-	519 438
9.	Морський фрахт	Оплачує імпортер		
10.	Розвантаження	Оплачує імпортер		
11.	Послуги експедитора	-	-	28 700
12.	Оформлення документів	Входять в послуги експедитора		
			Всього:	75 187 397

Джерело: складено автором на основі [34]

Таблиця 3.10.

Показники оцінки ефективності угоди

№	НАЗВА ПОКАЗНИКА	ФОРМУЛА ОБЧИСЛЕННЯ	РОЗРАХУНОК	КІНЦЕВИЙ РЕЗУЛЬТАТ
1	Ціна 1 од. експортованого товару з урахуванням цінових знижок.	$Ц_з = БЦ - Ц_з$	$Ц_з = 3750,9 - 0$	3750,9
2	Загальна вартість експортованої партії	$З_с = Ц * К_з$	$З_с = 3750,9 * 19\,500$	73 142 550
3	Сума можливого прибутку по експортованій партії	$П_с = (U_T * З_с) / 100$	$П_с = (20 * 73\,142\,550) / 100$	14 628 510

4	Сума податку на додану вартість експортованої партії	$\text{ПДВ} = (\text{Пс} - \text{СПДВ})/100$	$\text{ПДВ} = (14\,628\,510 \cdot 0)/100$	146285,1
5	Можлива загальна сума реалізації експортованої партії	$\text{Рс} = 3с + \text{Пс}$	$\text{Рс} = 816000 + 163200$	87 658 272
6	Скоригований рівень витрат на експортовану партію, %	$\text{Вк} = \text{Вс} - \text{Вт} + (\text{Вк} - 100)/\text{Рс}$	$\text{Вк} = 25\% - 15\% + (18940448)/8765827$	12%
7	Сума можливих витрат обігу за угодою	$\text{Во} = (\text{Вк} - \text{Рс})/100$	$\text{Во} = (32 \cdot 87658272)/100$	10659871
8	Сума можливого балансового прибутку за угодою	$\text{Пу} = \text{Рс} - 3с - \text{Во} - \text{ПДВ}$	$\text{Пу} = 87658272 - 146285,1 - 10659871$	76852115,9

Джерело: складено автором на основі [34]

Після здійснення характеристики контрактів на експорт алкогольної продукції, розрахунків контрактної ціни на умовах поставок FOB, CIF, DAT та показників оцінки ефективності угоди можна зробити висновок, що найбільш вигідними базовими умовами поставки замовникам продукції є FOB.

Розрахунок контрактної ціни був проведений з розміром замовлення 19,5 тис. тон, але такі великі обсяги здійснення експорту зазвичай поставляються декількома партіями, навіть враховуючи максимальний обсяг навантаження одного корабля-контейнеровоза – це 18 тис. тон. Тому для детального прорахунку необхідно поділити замовлення щодо експорту на декілька партій, врахувавши, що воно проводиться зазвичай раз на 2 місяці за дослідженими раніше діючими контрактами. Для того, щоб точніше розрахувати об'єми поставок помісячно було досліджено структуру помісячного споживання алкоголю у Німеччині протягом 2021 року, адже даній культурі притаманна невелика сезонність, хоча не яскраво виражена.

Визначивши коефіцієнт за кожним місяцем визначимо необхідні обсяги експорту алкогольної продукції починаючи з вересня місяця, але для нього необхідно взяти трохи менший показник, оскільки це буде лише початком експорту. Для цього також визначимо ефективність кожної експортної операції за схемою наведеною у табл. 3.11. Транспортування буде здійснюватися у контейнерах 40' DV, куди можливо завантажити 3,74 т. в одиницю. Тому розрахуємо обсяги, ціну, собівартість, кількість необхідних контейнерів для

здійснення перевезення та прибуток від здійснених експортних операцій. Розрахунки проводяться поквартально, оскільки бухгалтерська звітність зазвичай також проводиться раз у такий проміжок часу, та так краще видно динаміку споживання протягом року і є можливість відстежити весь ланцюг експортної операції з України до кінцевого пункту в Німеччині.

Таблиця 3.11.

Графік щоквартальних поставок продукції до Німеччини із зазначенням ціни, собівартості, прибутку та кількості необхідних контейнерів для транспортування

Показник	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Обсяги, тис. т	30,2	31,9	31,4	32,7
Ціна за 1т., грн.	3796,2	3738,2	3749,3	3728,3
Собівартість за 1т., грн.	2239,3	2216,1	2223,2	2208,9
Кількість необхідних контейнерів для транспортування, шт.	8075	8529	8396	8743
Прибуток від реалізації партій, тис.грн.	47018,4	48555	47916,4	49671,3

Джерело: складено автором

Прослідкувавши динаміку споживання, помітно, що найприбутковішими є 2 та 4 квартали, що пов'язано з найбільшою кількістю виробництва продукції у ці періоди підприємствами. Але необхідно зазначити, що дані прибутки можуть варіюватись, оскільки розрахунки проведені в гривнях за курсом НБУ станом на 15.05.2019 року, а контракти на міжнародному рівні проводяться у дол. США та існує можливість отримання більшої маржі, оскільки ціни конкурентів є вищими на 21 дол. США, тому за обставин підняття ціни на алкоголь ТОВ «МС КАРГО», все одно підприємство залишиться лідером за ціною експорту алкогольної продукції.

Для розрахунку споживання продукції ТОВ «МС КАРГО» на ринку було взято різницю між прогнозним споживанням та поточним і на базі цих даних побудовано графік, який показує наскільки швидко може зростати використання алкоголю підприємства. Для подальшого прогнозу експорту після сезону 2019-2020 показники були також взяті з використанням прогнозу експорту, але з урахуванням того, що на даному ринку вже буде представлена компанія, та вона

буде мати достатньо контрактів, які зможе забезпечити своєю продукцією, особливо з планом розширення своїх посівних площ у наступні декілька років. Поки планується отримати декілька договорів з великими обсягами поставок, саме тому з урахуванням того, що експорт відбувається раз на один-два місяці великими партіями. Тому навіть при мінімальному розрахунку – раз на 2 місяці обсягом 19,5 тис. тон працюючи з 3 компаніями обсяги будуть становити 351 тис. тон у рік, а також потрібно враховувати можливості підприємства.

Аналізуючи прогноз за попередньо поясненими розрахунками можна спостерігати зростання поставок у період 2019-2020 року, а потім стабілізацію, що буде пов'язано зайняттям певної долі на ринку та можливостями ТОВ «МС КАРГО» виробляти алкоголь. З урахуванням таких показників можливий валовий прибуток підприємства за мінімальними розрахунками при ціні у 143,2 дол. США за тону більше 4,53 млн. дол. США у рік. Такі дані є гарним показником, особливо у урахуванням того, що це мінімальний заробіток на даному ринку. Міжнародна торгівля алкогольними напоями дозволяє країнам-учасникам, котрі займаються експортом алкогольної продукції, в нашому випадку Україна та Німеччина - скористатися перевагами ефекту масштабу шляхом кращого поглинання постійних витрат. Крім того, це сприяє конкуренції, оскільки країни матимуть стимули до інновацій та домагатися зниження витрат з тією метою, щоб продовжувати підтримувати свої конкурентні переваги по відношенню до іноземних країн. У закритій економіці місцеві компанії матимуть менше стимулів до інновацій через менший обсяг конкуренції.

Клієнти є найдорожчим активом компанії. Вони не тільки мають необхідну купівельну спроможність, але їхня думка про організацію експортних операцій алкогольної продукції також може переконати інших. Тому дуже важливо підтримувати їх «у актуальному стані». Іншими словами, потрібно бути з ними правдивими.

Це означає, що підприємство ТОВ «МС КАРГО» повинно бути повністю відкритим для споживачів протягом усього процесу експорту алкогольної

продукції. Клієнти будуть задоволені, коли їх поінформують. Надсилання всіх необхідних даних, які мають безпосередній вплив на експорт алкогольної продукції, номерів відстеження та інших оновлень може гарантувати, що клієнти є обізнаними і від них не приховують важливі дані, які можуть бути визначальними при заключенні контракту, щодо здійснення експортної операції. Ці, здавалося б, дрібні деталі підвищують загальний досвід клієнтів.

Правильне управління складом є важливою складовою будь-якої логістичної операції зі здійсненням експорту, оскільки воно впливає на все, від термінів виконання до контролю запасів і загальної якості продукції. Тип продукту (швидкопсувний чи не швидкопсувний) та тип необхідного середовища визначають ефективність складських операцій.

Аналогічно, запаси також можуть створювати або руйнувати бізнес. Відповідно для того, щоб вести свою діяльність і взаємодіяти з клієнтами, компанія ТОВ «МС КАРГО» повинна мати можливість ефективно керувати своїми запасами. Підприємства, які віддають перевагу управлінню запасами, можуть ефективно зменшити кількість відходів. Ті, хто може продемонструвати, що вони можуть задовольнити потреби своїх клієнтів, точно відстежуючи їхні запаси, також підвищують прибутковість своєї компанії.

Транспорт зазвичай становить найбільшу частку витрат у логістиці щодо здійснення експортних операцій.. Затримка поставок може суттєво вплинути на окупність інвестицій, особливо якщо товар пошкоджений під час транспортування. Зростання транспортних витрат при експорті, як правило, призводить до зростання цін на продукцію, незалежно від галузі чи сектора.

Однак керівництво ТОВ «МС КАРГО» може вжити заходів, щоб гарантувати, що управління транспортуванням під час експортних операцій відповідає інтересам клієнтів компанії. Слід дізнатися, де транспортні витрати найвищі, переглянувши все, що пов'язано з операцією. Необхідно почати з маршруту доставки та планування навантаження, вибираючи найкоротший і найбезпечніший шлях. Упаковка продукту повинна бути розроблена таким чином,

щоб мінімізувати розмір при збереженні безпеки.

Попереднє десятиліття було трансформаційним з точки зору технологічного розвитку, особливо в бізнес-логістиці при експортних операціях. Сучасні інструменти та системи призначені для підвищення ефективності компанії та збільшення часу виконання за рахунок зменшення ручного втручання та людських помилок.

Деякі менеджери з логістики при організації експорту продукції будуть використовувати програми TMS (система управління транспортуванням) або WMS (система управління складом). Ці типи логістичних технологій розроблені, щоб допомогти відстежувати експорт продукції протягом усього шляху від вантажівки до клієнта. Завдяки можливостям збору даних у режимі реального часу є змога відстежувати затримки, планувати поставки в час пік для підвищення ефективності, приймати рішення щодо консолідації та оптимізації навантаження.

Ця автоматизація логістики в процесі експортної операції також спрощує контроль запасів, показуючи, які товари куди надійшли, дозволяючи персоналу складу точно відстежувати місцезнаходження продукту після прибуття, зменшуючи відсутність на складі, одночасно збільшуючи загальне задоволення клієнтів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, експорт надзвичайно важливий для сучасної економіки, тому що він пропонує людям і фірмам набагато більше ринків для своїх товарів. Однією з основних функцій дипломатії та зовнішньої політики між урядами є сприяння економічній торгівлі, заохочення експорту та імпорту на користь усіх торгових сторін, у нашому випадку сторонами виступають Україна та Німеччина.

Експорт на зовнішні ринки ТОВ «МС КАРГО» часто може знизити витрати на одиницю продукції за рахунок розширення операцій для задоволення підвищеного попиту на новому ринку збуту своєї продукції. Нарешті, компанії, які експортують на іноземні ринки, отримують нові знання та досвід, які можуть дозволити відкривати нові технології, маркетингові практики та уявлення про іноземних конкурентів.

Логістика для експорту являє собою весь канал ланцюга поставок, який включає в себе оптимізацію обробки замовлень, транспортування, управління запасами та обробку, зберігання, пакування та очищення експортних товарів. Ефективне управління експортною логістикою з боку суб'єкта може дати йому конкурентну перевагу за рахунок кращої обробки замовлень і скорочення циклів продукції.

З іншого боку, неповне управління логістикою в процесі здійснення експортної операції часто призводить до підвищення логістичних витрат і поганого обслуговування. Залежно від сфери діяльності компанії, транспортні компанії можуть охопити все транспортування алкогольної продукції від вихідного пункту і до пункту призначення або забезпечити транспортування лише на одному етапі постачання.

У роботі запропоновано визначення організаційно-економічного механізму логістичного регулювання ринку під час здійснення експортної операції алкогольної продукції у вигляді сукупності методів та інструментів управління товарним ринком як економічною системою, спрямованих на

збільшення здатності останнього використовувати ресурси з метою задоволення потреб з урахуванням внутрішніх можливостей і умов зовнішнього середовища. У відповідності з зазначеною ухвалою розроблена концептуальна модель, що дозволяє використовувати можливості розвитку ринку алкогольної продукції за рахунок формування системи логістичного регулювання ринку під час експортної операції, що складається з взаємопов'язаних суб'єктів і об'єктів регулювання (організаційна складова механізму), і необхідних для функціонування зазначеної системи інструментів логістично-тарифного регулювання, заборон і обмежень зовнішньоторговельної діяльності, логістичного адміністрування (економічна складова механізму).

Під час логістичного процесу при експорті продукції враховується безліч аспектів, включаючи судноплавні лінії, порти в пункті відправлення та призначення, послуги завантаження, контейнерні вантажні станції, експедиторів, брокерів та страхових агентств. Ще одним важливим кроком у процесі логістики під час експорту є точне відстеження відправлення для безперебійного транспортування та забезпечення належної доставки продукції.

Нові цифрові експедитори змінюють систему відстеження за допомогою технологій, надаючи інформацію в режимі реального часу про відправлення та інтелектуальну інформацію, щоб уникнути будь-яких затримок або невдач чи збоїв під час експорту продукції.

Дотримання процесу експортної логістики ТОВ «МС КАРГО», враховуючи такі важливі аспекти, може допомогти експортерам отримати конкурентну перевагу, що стосується виконання замовлень. З іншого боку, логістичне управління, якщо воно не зроблено оптимальним чином, збільшить витрати на логістики під час експорту та призведе до поганого обслуговування. До складу показників якості запропоновано включити фізико-хімічні, мікробіологічні та органолептичні показники, які вказані в правових документах або використовуються на практиці при оцінці

споживчих властивостей вин і тому в сукупності дозволяють з високим ступенем достовірності визначити загальний рівень якості вина. Запропоновані групи показників якості відображають найважливіші споживчі властивості вина і дозволяють оцінити рівень його якості.

Незважаючи на те, що створення експортного плану не гарантує успіх міжнародних зусиль, воно допомагає зробити процеси досягнення цього успіху більш ефективними. Метою цього плану є окреслення цілей, заходів, обмежень і термінів, які підтримують експорт і допомагають вимірювати результати, а також залучати задіяний персонал.

Складання експортного плану допомагає компаніям не тільки в їх комерційному плануванні, але й дозволяє їм проводити самооцінку щодо ринку та конкурентів. Більше того, він дає більше знань і відданість його виконанню, і, як і будь-які інші плани, які виконуються в компанії, він повинен мати гнучкість і постійно переглядатися, щоб краще адаптуватися.

За результатами, можна визначити, що ТОВ «МС КАРГО» має суттєвий потенціал для розвитку експорту на ринку, оскільки холдинг МХП вже працює на ньому, що спрощує задачу щодо пошуку партнерів для здійснення експортної операції та зменшує кількість етапів її здійснення з 11 тижнів до 7, оскільки компанія має сертифікат інвестиційної та бізнес реєстрації на даному ринку. Для здійснення поставок буде необхідно подати документи з повним описом продукції до уряду та отримати ліцензію на їх імпорт до країни, для продукції АПК такий період становить близько 7 тижнів. Саме те, що холдинг вже діє на даному ринку дає перевагу над можливими компаніями-конкурентами з України при здійсненні експорту продукції.

Важливим чинником є те, що місцеве виробництво алкоголю в країні не в змозі задовольнити попит в останні роки, і в поєднанні з низькими цінами на імпортований алкоголь це призвело до збільшення обсягів експорту алкоголю у Німеччину. Національні виробники стикаються з жорсткою конкуренцією з боку великих виробників алкоголю, і не може конкурувати з

імпортованим алкоголем за ціною та якістю.

Здійснивши дослідження динаміки зміни цін на імпорту та власного виробництво алкоголю у Німеччину виявлено, що експорт цього продукту іншими країнами є економічно вигідним, так як вітчизняне виробництво країни не може забезпечити такі низькі ціни. Починаючи з весни 2021 року можна відслідкувати зростання ціни на даний продукт на ринку. Після отримання сертифікату українським виробником на експорт продукції до Німеччини підприємству для розширення свого впливу необхідно зарекомендувати себе як надійного партнера з якісною продукцією, саме для цього заплановано взяти участь у алкогольній виставці.

За статистичними даними спостерігається прогнозне збільшення споживання алкоголю на ринку, тому вкладені гроші у виставку мають окупитись досить швидко за умови кооперації з компаніями-імпортерами. Оскільки ринок є зростаючим та орієнтується на зарубіжну продукцію, ТОВ «МС КАРГО» має великі шанси після виставки на укладання контрактів щодо експорту алкоголю у середніх та великих обсягах.

Для розрахунку приблизної контрактної ціни на одну поставку були використані дані, отримані на підприємстві, про собівартість продукції та актуальні дані щодо інших затрат. Після детального аналізу показників було виявлено, що експортування з України для імпортерів є вигідним, оскільки вони можуть економити близько 21 дол. США на кожній тоні алкоголю у порівнянні з середніми світовими цінами. Якщо прирівнювати українську ціну, то економія складає навіть більше. Навіть при такому рівні економії, підприємство забезпечує достатній рівень прибутковості у розмірі 25%. З урахуванням таких даних, можливо навіть трохи підвищити ціни у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко С.А. Типізація інновацій в забезпеченні балансу інноваційного розвитку виноробних підприємств// Економічні інновації, 2015, Випуск № 60 Книга III, с. 15-29
2. Балабаниць А. Управління відносинами з постачальниками на основі концепції маркетингу взаємодії. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2008. Вип. 1. С. 87-92.
3. Білінська В. Сучасні інноваційні технології в сільському господарстві: основна характеристика та перспективи впровадження / В. Білінська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка – Економіка. – 2015. – Вип. 7 (172). – С. 75-81.
4. Банько В. Г. Логістика: Навч. посібник / В. Г. Банько. – 2-е вид., перероб. -Київ: КНТ, 2010. – 332 с.
5. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник . Донецьк: ГНОМ-ПРЕСС, 2002. 462 с.
6. Винний туризм: підручник для студентів вищих навчальних закладів / Іванов С.В., Домарецький В.О., Басюк Д.І. та ін. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. – 472 с.
7. Вовк Ю. Аналіз стану транспортної системи України та перспективи її розвитку [Електронний ресурс] / Юрій Вовк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2015. – Вип. 2 (13). – С. 5-15. – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2015/15vyuyupr.pdf>
8. Вадатурський О. Як відродити річкову логістику. Онлайн-платформа Mind. Ua. URL: <https://mind.ua/openmind/20175991-yak-vidroditi-richkovulogistiku>
9. Гринько Т. В. Функції логістичної системи в умовах забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі металургії / Т. В. Гринько // Економіка та держава. – 2021. – № 5. – Травень. – С. 12–16.

10. Довба М.О. Теоретико-методичні засади створення і функціонування логістичної інфраструктури / М.О. Довба, Н.В. Чернописька. // Вісник Нац.унту "Львівська політехніка". 2004. – № 499. – С. 40-44.
11. Евтодієва. Т.Е. Транспортні стратегії і фактори конкурентоспроможності логістики в сучасних умовах // Фундаментальні та прикладні напрямки модернізації сучасного суспільства: економічні, соціальні, філософські, політичні, правові, загальнонаукові аспекти: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Саратов, 2015. – Ч. 2. – С. 19.
12. Ітченко Д.М., Сидоренко А.В. Реінжинеринг логістичних бізнес процесів як дієвий механізм їх реорганізації / Д.М. Ітченко, А.В. Сидоренко // Регіональна економіка та управління – 2018. – № 4(22). – С. 38-42.
13. Івженко А.С. Проблеми сучасної логістики та шляхи їх вирішення / А.С. Івженко // АПЕ, 2008. – 26 с.
14. Ковтун В.А. Роль інтелектуальних технологічних рішень для ефективного використання ресурсів сільського господарства / В.А. Ковтун // 29 Східна Європа : економіка, бізнес та управління. – 2019. – № 1 (18). – С. 137-141.
15. Костюк Г.В., Гурич Ю.А., Вейнберегер В.В. Концептуальні основи формування логістичної системи підприємства. Ефективна економіка. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5318>
16. Ковтун В.А. Впровадження автоматизованих логістичних рішень у діяльності аграрних підприємств / В.А. Ковтун // ВУНПІК «Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі» – м. Київ, КНТЕУ – 13 березня 2019 р. – С. 107-110.
17. Ковтун В.А. Впровадження автоматизованих логістичних рішень у діяльності аграрних підприємств / В.А. Ковтун // ВУНПІК «Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі» – м. Київ, КНТЕУ – 13 березня 2019 р. – С. 107-110.
18. Клімова І.Г. Проблеми та передумови використання логістики в Україні. Держава та регіони. 2016. № 3. С. 143—147.

19. Клімова І.Г. Логістика як чинник підвищення конкуретоспроможності підприємства / І. Г. Клімова // Держава та регіони. – 2006. – № 4. – С. 163-166.
20. Лисько Т.Г., Луценко І.С. Основні засади функціонування логістичної системи підприємства. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-6.pdf>
21. Лапін О.В., Чикунова Н.Ю., Богославська В.Б. Інноваційна складова в системі управління виноробних підприємств // Агросвіт № 23, 2016, с. 44-50
22. Мойса М.Я. Організаційно-економічні чинники підвищення ефективності аграрних підприємств / М.Я. Мойса, Є.В. Голубков // Економіка АПК № 1. –2010. – С. 86-93.
23. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика. Навчальний посібник. К., Обрії, 2011. – 544 с.
24. Окландер М.А. Логістична система підприємства / М.А. Окландер. Одеса: Астропринт, 2004. – 312 с.
25. Про транспорт: Закон України від 10.11.1994 № 233/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80>
26. Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>.
27. Прудченко А. А. Екологізація економіки як головне завдання сталого розвитку суспільства // Наукове товариство студентів XXI століття. Природничі науки: зб. з мат. IX Міжнар. студ. наук.-практ. конф. № 9.
28. Пашута М.Т. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна сутність та шляхи стимулювання: навч. посіб. К. : ЦНЛ, 2005. 118
29. Сайт МС «КАРГО» URL: <https://mscargo.com.ua>
30. Стельмашук Н.А. Концептуальні засади маркетингово-логістичного управління конкуретоспроможності аграрних формувань.

Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. 2014. № 1. С. 280-289.

31. Седіков Д.В., Седікова І.О. Управління витратами у логістичних ланцюгах зернопереробних підприємств / Д.В. Седіков, І.О. Седікова // Східна Європа : економіка, бізнес та управління. – 2019. – № 1 (18). – С. 197-200.

32. Смирнов І. Г. Інтегрована логістика АПК та її транспортна складова – суспільно-географічний аспект / І.Г. Смирнов // Наукові записки Вінницького педагогічного університету. Серія «Географія». – 2010. – Вип. 20. – С. 174-184

33. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2019. 80 с.

34. Тищенко С.І. Роль інформаційних технологій у діяльності аграрних підприємств. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». – 2015. – № 3. – С. 291-297.

35. Транспортна стратегія України на період до 2030 року. Схвалена Розпорядженням КМУ від 30.05.2018 № 430-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80>

36. Україна у цифрах 2018. Статистичний збірник. / відпов. за випуск О.А. Вишневська. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 45 с.

37. Федоренко А. І. Розвиток інновацій в транспортно-логістичному комплексі // СВІТ (Модернізація. Інновації. Розвиток). – 2015. – № 1 (21). – С. 60-70.

38. Шевченко І. В. Впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств як фактор підвищення конкурентоспроможності / І. В. Шевченко // Електронний додаток до матеріалів Міжнародної науковопрактичної конференції: “Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики”, 18-19 листопада 2015 року.

ДОДАТКИ

Додаток А

ДОГОВІР ПОСТАВКИ № 77

м. Київ, Україна

22 червня 2021 року

Товариство з обмеженою відповідальністю «МС КАРГО», м. Київ, Дарницький бульвар 8-В, в особі директора Лісового Іллі Олексійовича, який діє на підставі договору (далі – Постачальник), з однієї сторони, та «Estate Winery», м. Борнвіс, D-54470 Bernkastel-Kues, Німеччина, в особі директора Петера Метреса, який діє на підставі Статуту (далі – Покупець), з другої сторони, а спільно – Сторони, а окремо – Сторона, уклали даний Договір поставки № 77 від 22 червня 2021 року (далі – Договір) про наступне:

1. Предмет Договору

1.1. Постачальник приймає на себе зобов'язання поставляти і передавати у власність Покупця алкоголь (далі – Товар), а Покупець зобов'язується приймати та оплачувати Товар, в порядку та на умовах, визначених даним Договором.

1.2. Асортимент Товару, номенклатура Товару, код Товару згідно з УКТ ЗЕД, одиниця Товару, кількість Товару, ціна Товару, та інші дані, необхідні для організації поставок Товару, визначаються у специфікаціях, які підписуються Сторонами на кожну поставку Товару та є невід'ємними частинами даного Договору.

2. Строк та умови поставки Товару

2.1. Строк поставки Постачальником Товару – протягом 1-14 календарних днів з моменту підписання Сторонами специфікації до даного Договору.

2.2. Поставка Постачальником Товару здійснюється на умовах **FOB (Incoterms 2020) – Київ**.

2.3. Товар поставляється Постачальником в експортній тарі (упаковці), яка повинна відповідати стандартам або технічним умовам і забезпечувати його збереження в належному стані під час транспортування та зберігання. Товар повинен супроводжуватися пакувальним листом.

2.4. Постачальник несе відповідальність перед Покупцем, в доларах США, за будь-які пошкодження Товару, викликані неправильним упакуванням, за корозію, за додаткові витрати з перевезення та зберігання, які були викликані відвантаженням Товару за неправильною адресою через невідповідне маркування.

2.5. Маркування чітко наноситься на англійській мові на кожне вантажне місце.

2.6. На кожну поставку Товару Постачальник надає Покупцеві такі документи: рахунок; MR (транспортна накладна); пакувальний лист; сертифікат походження; сертифікат якості.

3. Ціна Товару, ціна Договору, порядок та строк розрахунків

3.1. Ціна Товару визначається у специфікаціях, які підписуються Сторонами на кожну поставку Товару та є невід'ємними частинами даного Договору.

3.2. Ціна Товару включає вартість експортної тари (упаковки), маркування і митних зборів в країні Постачальника.

3.3. Ціна Договору становить **169,32 доларів США** за 1 тону товару.

3.4. Ціна Договору визначається за загальною сумою поставленого та оплаченого Товару згідно підписаних Сторонами специфікацій та виставлених Постачальником рахунків до даного Договору протягом строку дії даного Договору.

3.5. Розрахунок Покупцем за Товар здійснюється в доларах США, у безготівковому порядку, шляхом перерахування Покупцем грошових коштів на рахунок Постачальника, на підставі виставленого Постачальником рахунку до даного Договору.

3.6. Всі банківські витрати, пов'язані з банком Постачальника, несе Постачальник. Всі банківські витрати, пов'язані з банком Покупця, несе Покупець. Всі витрати по комісії транзитних банків кореспондентів, несе Покупець.

3.7. Розрахунок Покупцем за Товар здійснюється наступним чином: попередня оплата з рахунку, що відкривається на 60 днів на користь ПрАТ «Єврокар» протягом 12 днів з дати отримання нашого повідомлення про готовність товару до відвантаження з виконанням АКБ «Райффайзен-Аваль».

4. Якість Товару, комплектність Товару та гарантія на Товар

4.1. Якість Товару, що поставляється, повинні відповідати стандартам якості, прийнятим заводом виробником і підтверджуватися сертифікатом якості заводу виробника.

4.2. Постачальник несе відповідальність за якість поставленого ним Товару і гарантує його якість в цілому, включаючи складові частини та комплектуючі.

4.3. Постачальник гарантує якість Товару протягом 36 календарних місяців з моменту початку експлуатації товару.

4.4. У разі заміни Товару неналежної якості на Товар, що відповідає умовам даного Договору, гарантійний строк на нього починає спливати з моменту заміни.

4.5. Покупець має право пред'явити письмову претензію Постачальнику у зв'язку з виявленими недоліками Товару протягом гарантійного строку на Товар.

5. Відповідальність Сторін

5.1. У випадку порушення Сторонами своїх зобов'язань за даним Договором, Сторони несуть відповідальність, що визначається даним Договором та чинним законодавством України.

5.2. За прострочення Постачальником строку поставки або недоставки Товару, Постачальник сплачує Покупцю штраф у доларах США в розмірі 169,32 дол за одиницю (100 %) від суми непоставленого або недоставленого Товару за кожний день прострочення поставки або недоставки Товару, включаючи день оплати, на підставі письмової претензії Покупця, а також відшкодовує Покупцю понесені Покупцем документально підтвердженні збитки згідно вимог п. 5.6. даного Договору, на підставі письмової претензії Покупця.

5.3. За прострочення Покупцем строку оплати Товару, Покупець сплачує Постачальнику штраф у доларах США в розмірі (2) % від суми боргу за кожний день прострочення оплати Товару, включаючи день оплати, на підставі письмової претензії Постачальника.

5.4. Постачальник несе відповідальність за якість поставленого ним Товару. Якщо якість Товару не відповідатиме встановленим стандартам якості або в процесі його гарантійного строку будуть виявлені недоліки або приховані дефекти, Постачальник зобов'язаний провести заміну неякісного Товару.

Заміну неякісного Товару на Товар належної якості Постачальник повинен провести в 10 (десяти) денний строк з моменту отримання відповідного письмового повідомлення Покупця про це. Всі витрати, викликані заміною неякісного Товару на Товар належної якості, або допоставкою недоставленого Товару, включаючи транспортні та митні витрати, несе Постачальник. При відсутності можливості провести таку заміну Товару Постачальник повертає Покупцю грошові кошти в розмірі суми неякісного Товару та сплачує Покупцю штраф у доларах США в розмірі 20 (двадцять) % від суми неякісного Товару, на підставі письмової претензії Покупця.

5.5. Покупець має право в односторонньому порядку відмовитися від виконання даного Договору у випадку поставки Товару неналежної якості, з письмовим повідомленням про це Постачальника. У цьому випадку Постачальник зобов'язаний відшкодувати Покупцеві понесені Покупцем документально підтвердженні збитки,

пов'язані з достроковим припиненням строку дії даного Договору, на підставі письмової претензії Покупця.

5.6. Незалежно від сплати штрафу в доларах США, Сторона, що порушила умови даного Договору, відшкодовує іншій Стороні фактично нанесені (тобто реально обліковані) в результаті цього документально підтверджені збитки в частині, не покритій штрафом у доларах США, на підставі письмової претензії відповідної Сторони.

5.7. Сплата Стороною штрафу в доларах США та/або відшкодування документально підтверджених збитків, завданих порушенням умов даного Договору, іншій Стороні, не звільняє її від обов'язку виконати даний Договір в натурі, якщо інше прямо не передбачено чинним в Україні законодавством.

6. Порядок вирішення спорів

6.1. При виникненні спорів та/або розбіжностей по даному Договору або у зв'язку з ним, Сторони будуть здійснювати всі необхідні заходи для досягнення згоди шляхом переговорів та/або шляхом письмового листування (надіслання письмових претензій), з відповідними письмовими відповідями на письмовий лист (письмову претензію) не пізніше 14 (чотирнадцяти) календарних днів з моменту отримання, а у разі неотримання (з будь-яких підстав) 14 (чотирнадцяти) календарних днів з моменту надсилання такого письмового листа (письмової претензії) зацікавленою Стороною.

6.2. Якщо Сторони не досягли згоди шляхом переговорів та/або шляхом письмового листування (надіслання письмових претензій), спори та/або розбіжності по даному Договору або у зв'язку з ним, вирішуються в Господарському суді міста Києва, м. Київ, Україна, відповідно до чинного законодавства України. Мова господарського судочинства – українська мова.

7. Форс-мажорні обставини

7.1. У випадку настання форс-мажорних обставин (загроза війни, збройний конфлікт або серйозна погроза такого конфлікту, включаючи але не обмежуючись ворожими атаками, блокадами, військовим ембарго, дії іноземного ворога, загальна військова мобілізація, військові дії, оголошена та неоголошена війна, дії суспільного ворога, збурення, акти тероризму, диверсії, піратства, безладу, вторгнення, блокада, революція, заколот, повстання, масові заворушення, введення комендантської години, експропріація, примусове вилучення, захоплення підприємств, реквізиція, громадська демонстрація, блокада, страйк, аварія, протиправні дії третіх осіб, пожежа, вибух, тривалі перерви в роботі транспорту, регламентовані умовами відповідних рішень та актами державних органів влади, закриття морських проток, ембарго, заборона (обмеження) експорту/імпорту тощо, а також викликані винятковими погодними умовами і стихійним лихом, а саме: епідемія, сильний шторм, циклон, ураган, торнадо, буревій, повінь, нагромадження снігу, ожеледь, град, заморозки, замерзання моря, проток, портів, перевалів, землетрус, блискавка, пожежа, посуха, просідання і зсув ґрунту, інші стихійні лиха тощо), за умови, що постраждала Сторона повідомляє протягом 10 (десяти) робочих днів іншу Сторону в письмовому вигляді про настання таких форс-мажорних обставин (надавши при цьому докази їх існування, підтверджені Торгово-промисловою палатою країни Постачальника або Покупця або уповноваженими нею регіональними торгово-промисловими палатами країни Постачальника або Покупця), і за умови, що такі форс-мажорні обставини продовжуються не більше 14 (чотирнадцяти) календарних днів, інша Сторона погоджується з тим, що строк виконання зобов'язань постраждалою Стороною буде продовжений на строк, що дорівнює строку цієї затримки.

У випадку, якщо форс-мажорні обставини тривають довше зазначеного строку, даний Договір втрачає чинність (що оформлюється шляхом підписання Сторонами додаткової угоди до даного Договору), якщо тільки інша Сторона не погодиться в письмовій формі продовжити його. При цьому штрафні санкції будь-якою із Сторін до іншої Сторони не застосовуються.

8. Конфіденційність

8.1. Сторони погодилися, що текст даного Договору, будь-які матеріали, інформація та відомості, які стосуються даного Договору, є конфіденційними і не можуть передаватися третім особам без попередньої письмової згоди іншої Сторони, крім випадків, коли таке передавання пов'язане з одержанням офіційних дозволів, документів для виконання даного Договору або сплати податків, інших обов'язкових платежів, а також у випадках, передбачених чинним законодавством країни Постачальника або Покупця.

8.2. Зобов'язання конфіденційності зберігають свою чинність протягом строку дії даного Договору та 10 (десять) років після закінчення строку дії даного Договору або дострокового припинення строку дії даного Договору.

9. Строк дії Договору та інші умови

9.1. Даний Договір набирає чинності з моменту його підписання Сторонами та діє по 22 вересня 2021 року, але в будь-якому випадку до виконання Сторонами своїх зобов'язань по даному Договору.

9.2. Даний Договір може бути будь-якою із Сторін достроково припинений до закінчення строку дії даного Договору за умови письмового повідомлення Стороною іншої Сторони за 1 (один) календарний місяць про це та належного виконання Сторонами усіх умов даного Договору, та оформлюється шляхом підписання Сторонами додаткової угоди до даного Договору.

9.3. Закінчення строку дії даного Договору або дострокове припинення строку дії даного Договору не звільняє Сторони від повного його виконання та відповідальності за його порушення, яке мало місце під час строку дії даного Договору, а також від гарантійних зобов'язань по даному Договору.

9.4. Зміни та/або доповнення у даний Договір можуть бути внесені тільки за домовленістю Сторін та оформлюються шляхом підписання Сторонами додаткової угоди до даного Договору.

9.5. Додатки та/або додаткові угоди до даного Договору є його невід'ємною частиною і мають юридичну силу, якщо вони викладені у письмовій формі та підписані Сторонами.

9.6. Даний Договір укладений українською та англійською мовами, в 2 (двох) оригінальних примірниках, які мають однакову юридичну силу, по 1 (одному) оригінальному примірнику для Постачальника та Покупця. У разі розбіжності в текстах даного Договору, переважаюче значення має текст українською мовою.

9.7. Даний Договір, додатки до даного Договору, додаткові угоди до даного Договору, а також інші документи, оформленні на виконання даного Договору, підписані та надіслані за допомогою засобів електронної пошти або факсимільного зв'язку, мають однакову юридичну силу з оригіналом при умові наступного обміну оригіналами.

9.8. Сторони в порядку дотримання Закону України «Про захист персональних даних», надають одна одній дозвіл на отримання, обробку та використання персональних даних з метою належного виконання умов даного Договору.

9.9. Підписуючи даний Договір, Покупець гарантує Постачальнику, що має достатній рівень правоздатності для його підписання, в розумінні статті 44 Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю».

У разі, якщо ціна Договору, що в еквіваленті національної валюти України – гривні, відповідно до офіційного курсу національної валюти України – гривні до долара США встановленого Національним банком України, буде більше 50 (п'ятдесят) % чистих активів Покупця станом на кінець попереднього кварталу (значний правочин), то Покупець, у якого виникло таке перевищення, зобов'язаний отримати згоду на вчинення значного правочину від учасників товариства з обмеженою відповідальністю та надати Постачальнику засвідчену копію з перекладом на англійську мову (п. 9.6. даного Договору) такої згоди на вчинення значного правочину. Рішення про надання згоди на вчинення значного правочину приймається виключно загальними зборами учасників товариства з обмеженою відповідальністю.

9.10. Взаємовідносини Сторін, що не врегульовані даним Договором, регулюються чинним законодавством України.

10. РЕКВІЗИТИ ТА ПІДПИСИ СТОРІН

ПОСТАЧАЛЬНИК

ТОВ «МС КАРГО»

м. Київ, Дарницький бульвар 8-в

Тел.: +380950057606

Факс: +380950057606

ПОКУПЕЦЬ

«Estate Winery»

Bornwiese 4,

D-54470 Bernkastel-Kues

Тел.: +49 (0)6531 55 0

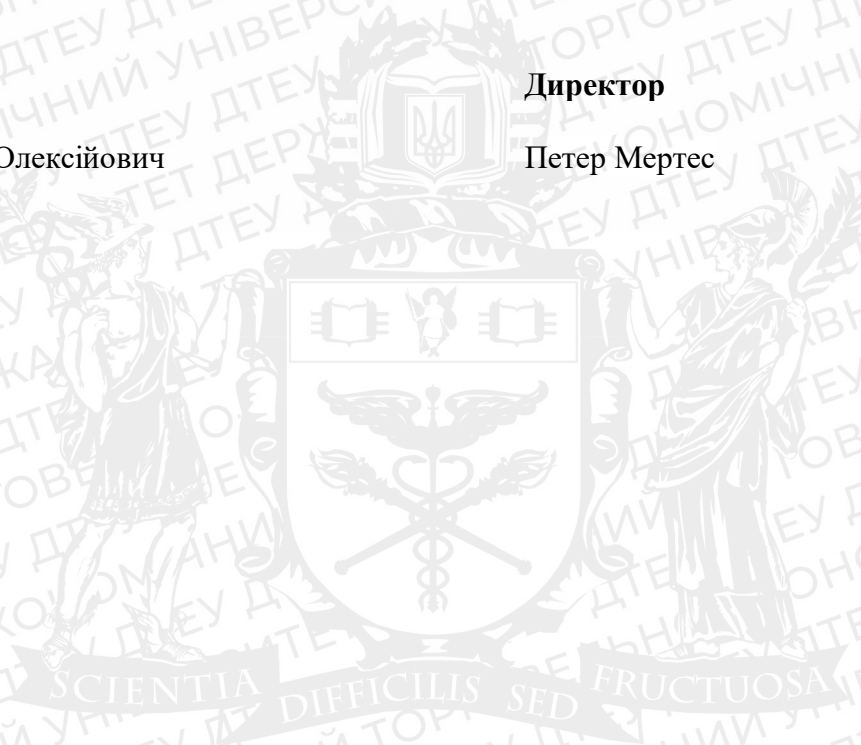
Факс: ++49 (0)6531 55 0

Директор

Лісовий Ілля Олексійович

Директор

Петер Мертес



SUPPLY CONTRACT № 77

**Kyiv, Ukraine,
June 22, 2021**

MS CARGO Limited Liability Company, Kyiv, vul. Kyiv, Darnytskyi Boulevard 8-B, represented by the Forest Director Ilya Oleksiyovych, acting on the basis of a contract (hereinafter referred to as the Supplier), on behalf of, and Estate Winery, Bornvis, D-54470 Bernkastel-Kues, Germany, represented Director Peter Mertes, acting on the basis of the Articles of Association (hereinafter referred to as the Buyer), on the other hand, and jointly by the Parties and separately by the Party, have entered into this Supply Agreement № 77 of 22 June 2021 (hereinafter referred to as the Agreement) as follows:

1. Subject of the Agreement

1.1. The Supplier undertakes to deliver and transfer to the ownership of the Buyer the alcohol (hereinafter - the Goods), and the Buyer undertakes to accept and pay for the Goods, in the manner and under the conditions specified in this Agreement.

1.2. Product range, product nomenclature, product code according to UKT FEA, unit of goods, quantity of goods, price of goods, and other data required for the organization of deliveries of goods are determined in the specifications signed by the Parties for each delivery of goods and are integral parts Agreement.

2. Terms and conditions of delivery of the Goods

2.1. Term of delivery by the Supplier of the Goods - within 1-14 calendar days from the moment of signing by the Parties of the specification to the given Contract.

2.2. Delivery by the Supplier of the Goods is carried out on the terms of **FOB- Kyiv** (Incoterms 2020)

2.3. The goods are delivered by the Supplier in export containers (packaging), which must meet the standards or technical conditions and ensure its safety in proper condition during transportation and storage. The goods must be accompanied by a packing list.

2.4. The Supplier shall be liable to the Buyer, in US dollars, for any damage to the Goods caused by improper packaging, corrosion, additional transportation and storage costs caused by shipment of the Goods to the wrong address due to improper labeling.

2.5. Markings shall be clearly affixed in English to each cargo space.

2.6. For each delivery of the Goods, the Supplier shall provide the Buyer with the following documents: invoice; CMR (consignment note); packing list; certificate of origin; quality certificate.

3. Price of the Goods, the price of the Agreement, the procedure and term of settlements

3.1. The price of the Goods is determined in the specifications signed by the Parties for each delivery of the Goods and are an integral part of this Agreement.

3.2. The price of the Goods includes the cost of export containers (packaging), marking and customs duties in the country of the Supplier.

3.3. The price of the Agreement is 169,32 US dollars. per unit

3.4. The Price of the Agreement is determined by the total amount of the delivered and paid Goods in accordance with the specifications signed by the Parties and the invoices issued by the Supplier to this Agreement during the term of this Agreement.

3.5. Payment by the Buyer for the Goods is made in US dollars, non-cash, by transferring funds by the Buyer to the account of the Supplier, on the basis of the invoice issued by the Supplier to this Agreement.

3.6. All bank charges related to the Supplier's bank shall be borne by the Supplier. All bank charges related to the Buyer's bank shall be borne by the Buyer. All costs of the commission of transit banks correspondents, borne by the Buyer.

3.7. The Buyer's payment for the Goods is as follows: prepayment from the account, which is opened for 60 days in favor of PJSC "Eurocar" within 12 days from the date of receipt of our notice of readiness for shipment with JSCB "Raiffeisen-Aval".

4. Quality of the Goods, completeness of the Goods and warranty on the Goods

4.1. The quality of the delivered goods must meet the quality standards adopted by the manufacturer and be confirmed by the quality certificate of the manufacturer.

4.2. The Supplier is responsible for the quality of the Goods supplied by him and guarantees its quality as a whole, including components and components.

4.3. The Supplier guarantees the quality of the Goods within 36 calendar months from the date of commencement of operation of the Goods.

4.4. In case of replacement of the Goods of improper quality with the Goods that meet the terms of this Agreement, the warranty period for it begins to expire from the moment of replacement.

4.5. The Buyer has the right to submit a written complaint to the Supplier in connection with the identified defects of the Goods during the warranty period for the Goods.

5. Liability of the Parties

5.1. In case of breach by the Parties of their obligations under this Agreement, the Parties shall be liable under this Agreement and the current legislation of Ukraine.

5.2. For delay by the Supplier in delivery or non-delivery of the Goods, the Supplier shall pay the Buyer a penalty in US dollars in the amount of 169,32 dollars per unit (100%) of the amount of undelivered or undelivered Goods for each day of delay in delivery or non-delivery of goods, on the basis of a written claim of the Buyer, as well as compensates the Buyer for the damages incurred by the Buyer in accordance with the requirements of paragraph 5.6. of this Agreement, on the basis of a written claim of the Buyer.

5.3. For late payment by the Buyer of the Goods, the Buyer shall pay the Supplier a penalty in US dollars in the amount of (2)% of the amount of debt for each day of delay in payment for the Goods, including the day of payment, based on the written claim of the Supplier.

5.4. The Supplier is responsible for the quality of the Goods supplied by him. If the quality of the Goods does not meet the established quality standards or defects or hidden defects are found during its warranty period, the Supplier is obliged to replace the defective Goods.

Replacement of substandard Goods with Goods of proper quality must be carried out by the Supplier within 10 (ten) days from the date of receipt of the relevant written notice of the Buyer. All costs caused by the replacement of substandard Goods with Goods of good quality, or delivery of undelivered Goods, including transport and customs costs, shall be borne by the Supplier. In the absence of such replacement of the Goods, the Supplier shall return to the Buyer funds in the amount of defective Goods and pay the Buyer a penalty in US dollars of 20 (twenty)% of the amount of defective Goods, based on a written claim of the Buyer.

5.5. The Buyer has the right to unilaterally refuse to perform this Agreement in the case of delivery of Goods of improper quality, with written notice to the Supplier. In this case, the Supplier is obliged to reimburse the Buyer for the losses incurred by the Buyer in support of the early termination of this Agreement, based on a written claim of the Buyer.

5.6. Notwithstanding the payment of the fine in US dollars, the Party that violates the terms of this Agreement shall reimburse the other Party for the actual (ie actually recorded) consequentially documented damages in the part not covered by the fine in US dollars, upon written claim of the Party concerned.

6. Dispute resolution procedure

6.1. In the event of disputes and / or disagreements under or in connection with this Agreement, the Parties shall take all necessary measures to reach an agreement through negotiations and / or written correspondence (sending written claims), with appropriate written responses to the written letter, claim) no later than 14 (fourteen) calendar days from the date of receipt, and in case of non-receipt (for any reason) 14 (fourteen) calendar days from the date of sending such a written letter (written claim) by the interested Party.

6.2. If the Parties do not reach an agreement through negotiations and / or written correspondence (sending written claims), disputes and / or disagreements under or in connection with this Agreement shall be resolved in the Commercial Court of Kyiv, Kyiv, Ukraine, in

accordance with current legislation of Ukraine. The language of commercial litigation is the Ukrainian language.

7. Force majeure

7.1. In case of force majeure provided that the affected Party notifies the other Party within 10 (ten) working days in writing on the occurrence of such force majeure (providing evidence of their existence, confirmed by the Chamber of Commerce of the country of the Supplier or the Buyer or its authorized regional chambers of commerce of the country of the Supplier or the Buyer), and provided that such force majeure the circumstances continue for no more than 14 (fourteen) calendar days, the other Party agrees that the term of performance of obligations by the injured Party will be extended for a period equal to the term of this delay.

In case of force majeure lasts longer than the specified period, this Agreement shall cease to be valid (executed by the Parties signing an additional agreement to this Agreement), unless the other Party agrees in writing to extend it. In this case, penalties shall not be applied by either Party to the other Party.

8. Confidentiality

8.1. The Parties agree that the text of this Agreement, any materials, information and data relating to this Agreement are confidential and may not be transferred to third parties without the prior written consent of the other Party, except where such transfer is subject to official permission. , documents for performance of this Agreement or payment of taxes, other obligatory payments, and also in the cases provided by the current legislation of the country of the Supplier or the Buyer.

8.2. The obligations of confidentiality remain in force during the term of this Agreement and 10 (ten) years after the expiration of this Agreement or early termination of this Agreement.

9. Term of the Agreement and other conditions

9.1. This Agreement shall enter into force upon signature by the Parties and shall remain in force until September 22, 2021, but in any case until the Parties fulfill their obligations under this Agreement.

9.2. This Agreement may be terminated by either Party prior to the expiration of this Agreement upon written notice by the Party of the other Party within 1 (one) calendar month and proper performance by the Parties of all terms of this Agreement, and executed by signing an additional agreement. of this Agreement.

9.3. The expiration of this Agreement or early termination of this Agreement does not release the Parties from its full implementation and liability for its violation, which occurred during the term of this Agreement, as well as warranty obligations under this Agreement.

9.4. Changes and / or additions to this Agreement may be made only by agreement of the Parties and shall be executed by signing an additional agreement to this Agreement by the Parties.

9.5. Annexes and / or additional agreements to this Agreement are an integral part of it and have legal force if they are set out in writing and signed by the Parties.

9.6. This Agreement is concluded in Ukrainian and English, in 2 (two) original copies, which have the same legal force, 1 (one) original copy for the Supplier and the Buyer. In case of any divergence in the texts of this Agreement, the Ukrainian text shall prevail.

9.7. This Agreement, appendices to this Agreement, additional agreements to this Agreement, as well as other documents executed for the implementation of this Agreement, signed and sent by e-mail or facsimile, have the same legal force with the original subject to subsequent exchange of originals. .

9.8. In compliance with the Law of Ukraine "On Personal Data Protection", the Parties grant each other permission to receive, process and use personal data in order to properly comply with the terms of this Agreement.

9.9. By signing this Agreement, the Buyer guarantees to the Supplier that he has a sufficient level of legal capacity to sign it, within the meaning of Article 44 of the Law of Ukraine "On Limited and Additional Liability Companies".

If the price of the Agreement in the equivalent of the national currency of Ukraine - hryvnia, in accordance with the official exchange rate of the national currency of Ukraine - hryvnia to the US dollar set by the National Bank of Ukraine, will be more than 50 (fifty)% of net assets of the Buyer (significant transaction), the Buyer, who has such an excess, is obliged to obtain consent to perform a significant transaction from the members of the limited liability company and provide the Supplier with a certified copy with English translation (paragraph 9.6. of this Agreement) such consent committing a significant transaction. The decision to consent to a significant transaction is made exclusively by the general meeting of participants of a limited liability company.

9.10. Relationships between the Parties not regulated by this Agreement shall be governed by the current legislation of Ukraine.

10. DETAILS AND SIGNATURES OF THE PARTIES

SUPPLIER

MS CARGO LLC
Kyiv, Darnytskyi Boulevard 8-v
Phone.: +380950057606
Fax: +380950057606

Director

Lisovyy Illya Oleksiyovych

BUYER

«Estate Winery»
Bornwiese 4,
D-54470 Bernkastel-Kues
Тел.: +49 (0)6531 55 0
Факс: ++49 (0)6531 55 0

Director

Peter Mertes

Додаток Б

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрошена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МС КАРГО"

Дата(рік,місяць,число)

Територія Дніпровський район м.Києва
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю
Вид економічної діяльності Вантажний автомобільний транспорт
Середня кількість працівників, осіб 2
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком
Адреса, телефон Дарницький бульвар, буд. 8-В, оф. 177, м. Київ, 02192

за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

Коди		
2021	04	01
40855437		
8036600000		
240		
49.41		

0504136085

1.Баланс на 31 березня 2021 р.

Актив		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
1	2	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	-	-	
первісна вартість	1001	-	-	
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	
Основні засоби :	1010	-	-	
первісна вартість	1011	-	-	
знос	1012	(-)	(-)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	-	-	
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	-	4,1	
у тому числі готова продукція	1103	-	-	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	28,0	6 533,2	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	0,4	0,1	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2,9	16,2	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	40,2	770,1	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
Інші оборотні активи	1190	-	-	
Усього за розділом II	1195	71,5	7 323,7	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття				
Баланс	1300	71,5	7 323,7	

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,0	300,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14,9	43,4
Неоплачений капітал	1425	(270,0)	(270,0)
Усього за розділом I	1495	44,9	73,4
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	22,8	7 241,8
розрахунками з бюджетом	1620	3,8	8,5
у тому числі з податку на прибуток	1621	3,8	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	26,6	7 250,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	71,5	7 323,7

2. Звіт про фінансові результати
за **I Квартал 2021** р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	377,5	12,6
Інші операційні доходи	2120	15,7	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	393,2	12,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(354,3)	(9,8)
Інші операційні витрати	2180	(10,4)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(364,7)	(9,8)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	28,5	2,8
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	28,5	2,8

Керівник

(підпис)

Лісовий Ілля Олексійович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Додаток В

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МС КАРГО"

Територія Дарницький район м. Києва

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності Діяльність вантажного автомобільного транспорту

Середня кількість працівників, осіб

1

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон Дарницький бульвар, буд. 8-В, оф. 177, м. Київ, 02192

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2020	10	01
40855437		
8036600000		
20		
49.41		

6417152

I. Баланс на 30 вересня 2020 р.

Актив		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
1	2	На початок звітного року	3	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	-	-	-
первісна вартість	1001	-	-	-
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	-
Основні засоби :	1010	-	-	-
первісна вартість	1011	-	-	-
знос	1012	(-)	(-)	(-)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-	-
Усього за розділом I	1095	-	-	-
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	-	-	-
у тому числі готова продукція	1103	-	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	-	-	28,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	0,6	-	0,3
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	-	29,3
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	13,6	-	2,4
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-	-
Усього за розділом II	1195	14,2	-	60,0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	-
Баланс	1300	14,2	-	60,0

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,0	300,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(38,3)	29,5
Неоплачений капітал	1425	(270,0)	(270,0)
Усього за розділом I	1495	(8,3)	59,5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	22,5	-
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	0,5
Усього за розділом III	1695	22,5	0,5
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	14,2	60,0

2. Звіт про фінансові результати
за **9 Місяців 2020** р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	99,7	34,7
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	99,7	34,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(29,9)	(-)
Інші операційні витрати	2180	(2,0)	(47,8)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(31,9)	(47,8)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	67,8	(13,1)
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	67,8	(13,1)

Керівник

(підпис)

Головний бухгалтер

(підпис)

САТДНОВ ОЛЕКСАНДР ШЕВКЕТОВИЧ

