

Державний торговельно-економічний університет  
Кафедра міжнародного менеджменту

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Організація імпорту алкогольних напоїв з Бельгії»  
(за матеріалами ТОВ «Сільпо-Фуд», м. Київ)**

Студентки 4 курсу, 4 групи,  
спеціальності 073

«Менеджмент» спеціалізації  
«Менеджмент  
зовнішньоекономічної  
діяльності»

Науковий  
керівник  
к.е.н., доц.

Гарант освітньої  
програми  
«Менеджмент  
зовнішньоекономічної діяльності»  
к.е.н., доц.

\_\_\_\_\_

(підпис студента)

\_\_\_\_\_

(підпис наукового  
керівника)

\_\_\_\_\_

(підпис гаранта)

Макарчук  
Анастасії  
Остапівни

Слоква Марина  
Григорівна

П'янкова Оксана  
Василівна

**Київ 2022**

# Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність менеджмент

Спеціалізація менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

**Затверджую**

Зав. кафедри Т.М. Мельник

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## Завдання

**на випускн кваліфікаційн роботу студентці**

Макарчук Анастасії Остапівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

### **1. Тема випускної кваліфікаційної роботи**

«Організація імпорту алкогольних напоїв з Бельгії» (за матеріалами ТОВ «Сільпо-Фуд», м. Київ)

Затверджена наказом КНТЕУ від «20» грудня 2021 р. № 4205

### **2. Строк здачі студенткою закінченої роботи** \_\_\_\_\_

### **3. Цільова установка та вихідні дані до роботи**

*Мета роботи:* обґрунтування практичних рекомендацій щодо організації імпорту алкогольних напоїв в Україну

*Об'єкт дослідження:* процес організації імпорту алкогольних напоїв в Україну

*Предмет дослідження:* практичні засади організації імпорту алкогольних напоїв в Україну з Бельгії на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд»



#### **4.Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)**

1. Загальна характеристика та аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»
2. Аналіз ефективності імпортової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»
3. Аналіз тенденцій розвитку світового ринку алкогольних напоїв
4. Оцінка перспектив розвитку ринку алкогольних напоїв України
5. Організаційне забезпечення здійснення імпорту алкогольних напоїв з Бельгії
6. Прогнозна оцінка результативності операції імпорту алкогольних напоїв з Бельгії

#### **5. Календарний план виконання роботи**

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1.	Затвердження плану випускних кваліфікаційних робіт у наукових керівників	11.02.2022	11.02.2022
2.	Подача науковому керівнику 1-го розділу	15.04.2022	15.04.2022
3.	Подача науковому керівнику 2-го розділу	01.05.2022	01.05.2022
4.	Подача науковому керівнику 3-го розділу	13.05.2022	13.05.2022
5.	Подача науковому керівнику доопрацьованої роботи	25.05.2022	25.05.2022
6.	Попередній захист	01.06.2022	01.06.2022
7.	Подача роботи завідувачому кафедрою	03.06.2022	03.06.2022

**6. Дата видачі завдання «01» лютого 2022 р.**

#### **7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи**

Слоква М.Г.

*(прізвище, ініціали, підпис)*

#### **8. Гарант освітньої програми**

П'янкова О.В.

*(прізвище, ініціали, підпис)*

#### **9. Завдання прийняла до виконання студентка**

Макарчук А. О.

*(прізвище, ініціали, підпис)*

## 10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студенткою Макарчук А.О. було підготовлено випускну кваліфікаційну роботу на тему «Організація імпорту алкогольних напоїв з Бельгії» (за матеріалами ТОВ «Сільпо-Фуд», м. Київ) на здобуття освітнього ступеня бакалавр. За змістом робота відповідає тематиці. Поставлені у роботі завдання у цілому розв'язано, що дозволило автору роботи досягнути поставленої мети. Роботу підготовлено на фактологічних матеріалах ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2020 роки. У роботі було: виконано ґрунтовний аналіз фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності підприємства, детально досліджено сучасні тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв та оцінено перспективи їх імпорту до України, запропоновано організувати імпорتنу операцію щодо постачання пива з Бельгії на умовах СІР Київ та оцінено ефективність запропонованих рекомендацій. Роботу Макарчук А.О. у цілому підготовлено у відповідності до існуючих вимог щодо написання випускних кваліфікаційних робіт та, відповідно, може бути рекомендовано до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Слоква М. Г.

*(підпис, дата)*

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Макарчук А. О.

*(прізвище, ініціали)*

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

П'янова О. В.

*(підпис, прізвище, ініціали)*

Завідувач кафедри

Мельник Т.М.

*(підпис, прізвище, ініціали)*

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ р.



## АНОТАЦІЯ

**Макарчук А. О. «Організація імпорту алкогольних напоїв з Бельгії» (за матеріалами ТОВ «Сільпо-Фуд», м. Київ)**

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

Випускню кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту алкогольних напоїв з Бельгії, що передбачає: загальну характеристику й аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд», аналіз ефективності імпортних операцій підприємства, аналіз тенденцій розвитку світового й вітчизняного ринку алкогольних напоїв, обґрунтування пропозицій щодо забезпечення здійснення операції імпорту пива «Saison Cazeau» з Бельгії і прогнозу оцінку результативності такої операції.

**Ключові слова:** імпортні операції, алкогольні напої, пиво, ринок алкогольних напоїв, імпорт пива з Бельгії.

## ANNOTATION

**Makarchuk A. "Organization of import of alcoholic beverages from Belgium" (according to "Silpo-Food", Kyiv)**

Graduation thesis in the specialty "Management" specialization "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2022.

The final qualifying work is devoted to practical aspects of the organization of import of alcoholic beverages from Belgium, which includes: general characteristics and analysis of financial and economic performance of LLC "Silpo-Food", analysis of the effectiveness of import operations, analysis of trends in global and domestic alcoholic beverages. to ensure the operation of importing beer "Saison Cazeau" from Belgium and a forecast of the effectiveness of such an operation.

**Key words:** import operations, alcoholic beverages, beer, alcoholic beverages market, beer imports from Belgium.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».....	5
1.1. Загальна характеристика та аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд».....	5
1.2. Аналіз ефективності імпортової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд».....	12
РОЗДІЛ 2. ВИБІР КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».....	19
2.1. Аналіз тенденцій розвитку світового ринку алкогольних напоїв.....	19
2.2. Оцінка перспектив розвитку ринку алкогольних напоїв України.....	27
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ОПЕРАЦІЇ ІМПОРТУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ З БЕЛЬГІЇ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».....	35
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту алкогольних напоїв з Бельгії.....	35
3.2. Прогнозна оцінка результативності операції імпорту алкогольних напоїв з Бельгії.....	39
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	55



## ВСТУП

**Актуальність теми роботи.** Особливістю сучасного етапу розвитку сфери ритейлу в Україні є високий динамізм організаційно-структурних змін і формування нових підходів до управління торговельними об'єктами (у першу чергу, мережевого формату), обумовлені розгортанням в Україні масштабних бойових дій, а також тимчасовою окупацією окремих її частин та територій. За таких умов особливої актуальності набуває проблематика наукового обґрунтування засад товарного забезпечення закладів роздрібної торгівлі, у тому числі шляхом організації імпорту товарів різноманітних категорій.

Характеризуючи особливості розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні, необхідно наголосити, що, за даними голови громадської спілки «Асоціації крафтових дистилляторів України» Катерини Лавренової, найбільш популярними алкогольними напоями серед українців є пиво, сидр, шампанське, вино, пиво, настоянки, а також різні міцні напої (горілка, коньяк, віскі, ром, вермут, джин тощо). При цьому аналіз асортименту, представленого на полицях супермаркетів і спеціалізованих магазинів, дає змогу зробити висновок, що українці здебільшого надають перевагу імпортному алкоголю, а кількість імпорту, представленого в супермаркетах та інших торгових закладах, переважає над кількістю напоїв вітчизняного виробництва у співвідношенні приблизно 70% до 30%.

Підкреслимо, що в даний час більшість підприємств сфери ритейлу не застосовують комплексного системного підходу до управління ефективністю імпоротної діяльності підприємства, який має на меті дослідження всієї системи факторів, що впливають на кінцевий результат проведення імпортних операцій, зокрема, щодо ввезення алкогольних напоїв.

Слід наголосити, що проблематика підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств завжди знаходилися у центрі уваги вчених-економістів, а питання організації імпортних операцій підприємств висвітлювались, зокрема, і у вітчизняній науковій літературі. Так,

розкриттю зазначеної проблематики в Україні приділили увагу В.Білий, В.Губенко, П.Завьялов, А.Кредисов, А. Лозенко, Ф. Павленко, В.Щербак, А.Яковлев, М.Якубовський та ін. Проте не набули належного висвітлення питання організації імпорту операцій щодо ввезення на територію України окремих груп товарів, зокрема, алкогольних напоїв, що і обумовило вибір теми роботи, визначення її мети, завдань і структури.

**Метою** роботи є обґрунтування практичних рекомендацій щодо організації імпорту алкогольних напоїв ТОВ «Сільпо-Фуд» в Україну. Досягнення зазначеної мети зумовило необхідність вирішення таких **завдань**:

- надати загальну характеристику та здійснити аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- здійснити аналіз ефективності імпорту діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- проаналізувати сучасні тенденції розвитку світового ринку алкогольних напоїв;
- оцінити перспективи розвитку ринку алкогольних напоїв України;
- висвітлити організаційне забезпечення здійснення імпорту алкогольних напоїв з Бельгії;
- надати прогнозну оцінку результативності операції імпорту алкогольних напоїв з Бельгії.

**Об'єктом** дослідження є процес організації імпорту алкогольних напоїв в Україну.

**Предметом** дослідження є теоретико-методичні засади організації імпорту алкогольних напоїв в Україну з Бельгії на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд».

**Методи дослідження.** Робота базується на загальнонаукових і спеціальних методах, зокрема, було використано методи логічного та історичного, порівняльного аналізу, статистичного та графічного аналізу, метод експертних оцінок, системного підходу та ін.



## РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

### 1.1. Загальна характеристика та аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»

ТОВ «Сільпо-Фуд» (далі – торговельна мережа «Сільпо»)входить до складу торгово-промислового холдингу Fozzy Group, який також включає гіпермаркети Fozzy, мережу продуктових магазинів «Фора», дискаунтери THRASH!, аптеки «Біла ромашка», магазини мобільного зв'язку Ringoo, ресторани, виробництва, і туристичну агенцію «Сільпо Вояж» [1].

Основними видами діяльності за КВЕД, які здійснює торговельна мережа «Сільпо», є:

- роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами;
- виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання;
- оптова торгівля напоями [2].

Варто наголосити, що торговельна мережа «Сільпо» є однією з найбільших в Україні, і за підсумками 2020 року включала в себе 272 супермаркети «Сільпо» та 4 супермаркети преміум-класу «LeSilpo»(табл. 1.1).

*Таблиця 1.1.*

#### Загальна характеристика ТОВ «Сільпо-Фуд» станом на кінець 2020 року

Показник	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2020/ 2018, %
Кількість супермаркетів «Сільпо»	236	254	272	115%
Загальна площа супермаркетів «Сільпо», м <sup>2</sup>	344431	373059	399510	116%
Середня торговельна площа супермаркету «Сільпо», м <sup>2</sup>	1435	1469	1469	102%
Кількість делікатес-маркетів «LeSilpo»	4	4	4	100%
Загальна площа делікатес-маркетів «LeSilpo», м <sup>2</sup>	7175	7513	7513	105%

Продовження табл. 1.1.

Середня торговельна площа делікатес-маркету «LeSilpo», м <sup>2</sup>	1794	1878	1878	105%
Торговий оборот, млрд. грн.	37,7	44,3	49,7	132%
Сукупний дохід, млрд. грн.	52,5	62,4	64,4	123%

Джерело: побудовано автором на основі даних [3-5]

Як свідчать дані табл. 1.1, впродовж досліджуваного періоду торговельна мережа «Сільпо» активно розвивалася і не лише розширювала торговельні площі власних супермаркетів, але й нарощувала показники сукупного торговельного обороту та доходу. Так, загальна кількість супермаркетів, яка входить до мережі «Сільпо», впродовж 2018-2020 рр. зросла на 15% (з 236 до 272 закладів), а їх загальна площа зросла на 16% (з 344,4 до 399,5 тис. м<sup>2</sup>). При цьому торговий оборот досліджуваної компанії зріс за період 2018-2020 рр. на 32% (з 37,7 до 49,7 млрд. грн.), а сукупний дохід збільшився на 23% (з 52,5 до 64,4 млрд. грн.).

Для аналізу й оцінки фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства розглянемо основні показники його балансу (табл. 1.2-1.3).

Таблиця 1.2.

## Структура активів ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2020 рр., тис. грн.

Показники	2018 рік, тис. грн.	2019 рік		2020 рік	
		тис. грн.	у % до 2018 р.	тис. грн.	у % до 2019 р.
<b>Необоротні активи</b>	<b>9216781</b>	<b>14690205</b>	<b>159%</b>	<b>15409290</b>	<b>105%</b>
Нематеріальні активи	6521684	5314749	81%	4121238	78%
Незавершені капітальні інвестиції	128806	92844	72%	123481	133%
Основні засоби	1831818	8931420	488%	10644721	119%
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	305687	-	-	-	-
Відстрочені податкові активи	51708	72702	141%	116311	160%
Інші необоротні активи	377078	278490	74%	403539	145%
<b>Оборотні активи</b>	<b>11871964</b>	<b>14004306</b>	<b>118%</b>	<b>14826184</b>	<b>106%</b>
Запаси	4023575	5225838	130%	5622338	108%
Векселі одержані	-	576903	-	1270258	220%
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	2855267	3110798	109%	3207687	103%
Дебіторська заборгованість за виданими авансами	488186	457106	94%	498673	109%
Інша поточна дебіторська заборгованість	3078912	1611856	52%	1688382	105%



Продовження табл. 1.2.

Поточні фінансові інвестиції	-	890683	-	1307484	147%
Гроші та їх еквіваленти	1183908	1637364	138%	1091012	67%
Інші оборотні активи	63198	466070	737%	120450	26%
<b>Баланс</b>	<b>21088745</b>	<b>28694511</b>	<b>136%</b>	<b>30235474</b>	<b>105%</b>

Джерело: побудовано автором на основі даних [6-7]

Дані таблиці 1.2 свідчать, що за досліджуваний період в структурі активів підприємства переважала частка основних засобів і запасів, а також нематеріальних активів і дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги. Таким чином, можемо зробити висновок, що в структурі активів торговельної мережі «Сільпо», як і в більшості торговельних підприємств, найбільш суттєвий вплив на зміну валюти його балансу здійснює динаміка вартості основних фондів і товарних запасів. Дані табл. 1.2 також свідчать, що протягом 2018-2020 рр. обсяги необоротних активів зросли більше ніж у 1,6 рази (переважно за рахунок суттєвого щорічного зростання вартості основних засобів аналізованого підприємства), в той час як оборотних активів – на чверть (що відбулось внаслідок збільшення протягом 2018-2020 рр. виробничих запасів, отримання векселів і здійснення фінансових інвестицій).

Що стосується показників структури пасивів балансу, то необхідно зазначити, що найбільш активно за аналізований період зростали обсяги непокритого збитку торговельної мережі «Сільпо», а також довгострокових зобов'язань і окремих видів кредиторської заборгованості (табл. 1.3).

Таблиця 1.3.

### Структура пасивів ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2020 рр.

Показники	2018 рік, тис. грн.	2019 рік		2020 рік	
		тис. грн.	у % до 2018 р.	тис. грн.	у % до 2019 р.
<b>Власний капітал</b>	<b>1153325</b>	<b>1804908</b>	<b>156%</b>	<b>(1107692)</b>	<b>-161%</b>
Зареєстрований (пайовий) капітал	12461465	12846065	103%	13047703	102%
Нерозподілений прибуток	(11308140)	(11041157)	98%	(14155395)	128%
<b>Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>	<b>2093002</b>	<b>9130904</b>	<b>436%</b>	<b>12285686</b>	<b>135%</b>
Довгострокові кредити банків	1890718	739204	39%	2752820	372%
Інші довгострокові зобов'язання	202284	8391700	4148%	9532866	114%
<b>Поточні зобов'язання і забезпечення</b>	<b>17842418</b>	<b>17758699</b>	<b>100%</b>	<b>19057480</b>	<b>107%</b>

Продовження табл. 1.3.

Короткострокові кредити банків	116376	85464	73%	-	-
Векселі видані	81000	3700	5%	1300	35%
Поточна кредиторська заборгованість за:					
довгостроковими зобов'язаннями	5181382	2747845	53%	2506766	91%
товари, роботи, послуги	10741483	13363898	124%	14440624	108%
розрахунками з бюджетом	46944	73309	156%	189189	258%
розрахунками зі страхування	15210	19984	131%	26306	132%
розрахунками з оплати праці	53536	70722	132%	89223	126%
одержаними авансами	318264	410510	129%	558718	136%
Поточні забезпечення	169768	238717	141%	304681	128%
Інші поточні зобов'язання	1118455	744550	67%	940673	126%
<b>Баланс</b>	<b>21088745</b>	<b>28694511</b>	<b>136%</b>	<b>30235474</b>	<b>105%</b>

Джерело: побудовано автором на основі даних [6-7]

Дані табл. 1.3 засвідчують, що протягом 2018-2020 рр. відбулась суттєва зміна структури пасивів торговельної мережі «Сільпо»: вартість поточних зобов'язань і забезпечень складала левову частку пасивів підприємства (в основному за рахунок зростання обсягів поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги), а вартість власного капіталу (за рахунок нарощення обсягів непокритого збитку) значно скоротилась. Також щороку протягом 2018-2020 рр. зростав обсяг всіх інших видів поточної кредиторської заборгованості (за винятком поточної кредиторської заборгованості за довгостроковими зобов'язаннями), а також обсяги інших довгострокових зобов'язань. В цілому ж обсяг довгострокових зобов'язань і забезпечень досліджуваного підприємства за аналізований період зріс майже у 6 разів.

При цьому слід зазначити, що ознакою позитивної динаміки показників діяльності кожного підприємства є зростання валюти балансу станом на кінець звітного періоду порівняно з відповідним значенням на початок періоду. Так, відповідно до даних табл. 1.2-1.3, валюта балансу торговельної мережі «Сільпо» зросла у 1.4 рази протягом 2018-2020 рр., що можна вважати ознакою ефективності фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства.

Розглянемо основні показники звітності про фінансові результати торговельної мережі «Сільпо» за 2018-2020 рр. (табл. 1.4).



Таблиця 1.4.

**Фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2020 рр.**

Показники	2018 рік, тис. грн.	2019 рік		2020 рік	
		тис. грн.	у % до 2018 р.	тис. грн.	у % до 2019 р.
Дохід від реалізації товарів, робіт, послуг	51842493	62446681	120%	64402634	103%
Собівартість реалізованої продукції	(39797896)	(47340607)	119%	(47249897)	100%
<b>Валовий прибуток</b>	<b>12044597</b>	<b>15106074</b>	<b>125%</b>	<b>17152737</b>	<b>114%</b>
Інші операційні доходи	410646	295502	72%	323521	109%
Адміністративні витрати	(738597)	(814406)	110%	(1685089)	207%
Витрати на збут	(10164364)	(12940168)	127%	(15581479)	120%
Інші операційні витрати	(141463)	(8685)	6%	(56162)	647%
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності</b>	<b>1410819</b>	<b>1638317</b>	<b>116%</b>	<b>153528</b>	<b>9%</b>
Інші фінансові доходи	-	122547	-	201154	164%
Інші доходи	215751	1025781	475%	578354	56%
Фінансові витрати	(2115785)	(2105372)	100%	(2225413)	106%
Витрати від участі в капіталі	(303789)	(106091)	35%	(22025)	21%
Інші витрати	(181011)	(306599)	169%	(1843445)	601%
<b>Фінансовий результат до оподаткування</b>	<b>(974015)</b>	<b>268583</b>	<b>128%</b>	<b>(3157847)</b>	<b>1176 %</b>
Витрати з податку на прибуток	30463	20994	69%	43609	208%
<b>Чистий фінансовий результат</b>	<b>(943552)</b>	<b>289577</b>	<b>131%</b>	<b>(3114238)</b>	<b>1075 %</b>

Джерело: побудовано автором на основі даних [6-7]

Як свідчать дані табл. 1.4, попри щорічне зростання обсягів валового прибутку, прибуток від операційної діяльності торговельної мережі «Сільпо» впродовж 2019-2020 рр. суттєво скоротився (майже вдвічі), а обсяги чистого збитку за аналізований період зросли у 3,3 рази. Відповідно до даних табл. 1.4, протягом 2018-2020 рр. адміністративні витрати торговельної мережі «Сільпо» зросли майже у 2,3 рази, витрати на збут – у 1,5 рази, а інші операційні витрати – у 10 разів, що у підсумку і призвело до зростання обсягів чистого збитку впродовж досліджуваного періоду більш як втричі (чистий збиток зріс за період 2018-2020 рр. з 0,9 до 3,1 млрд. грн.).

Перейдемо до оцінки показників платоспроможності ТОВ «Сільпо-Фуд» (табл. 1.5).

Розрахунки, наведені в табл. 1.5, свідчать про наявність проблем платоспроможності досліджуваного підприємства. Так, протягом 2018-2019 рр. коефіцієнт автономії був у 10 разів меншим від нормативного значення, а за підсумками 2020 року взагалі був від'ємним.

**Показники платоспроможності ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2018-2020 рр.**

Показники	Нормативні значення	на 31.12.2018 року	на 31.12.2019 року	на 31.12.2020 року
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	> 0,5	0,05	0,06	-0,03
Коефіцієнт фінансування	-	17,2	14,8	-28,2
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	> 0,1	0,96	0,98	0,97
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,2 - 0,3	9,9	7,6	-13,0

Джерело: побудовано автором на основі даних [7-8]

Це означає, що ТОВ «Сільпо-Фуд» мінімізує частку власного капіталу в пасивах підприємства, покладаючись на зовнішніх кредиторів і своєчасне погашення дебіторської заборгованості.

Що стосується значенням коефіцієнту фінансування, який відображає обсяг залучених коштів із зовнішніх джерел на 1 грн. власного капіталу, то протягом 2018-2019 рр. цей показник дещо знизився, а за підсумками 2020 року мав від'ємне значення, що пов'язано зі значним зниженням обсягів власного капіталу ТОВ «Сільпо-Фуд». Така ситуація засвідчує кризу платоспроможності і збитковість господарської діяльності досліджуваного підприємства у 2020 році.

Значення коефіцієнту забезпечення власними оборотними засобами для ТОВ «Сільпо-Фуд» протягом 2018-2020 рр. Було доволі високим, і знаходилося на рівні 0,96-0,98, тобто оборотні активи підприємства значно перевищують його поточні зобов'язання, що є позитивним маркером фінансово-господарської діяльності підприємства.

Значення коефіцієнту маневреності власного капіталу для ТОВ «Сільпо-Фуд» впродовж аналізованого періоду впродовж 2018-2020 рр. щорічно знижувалося, і за підсумками 2020 року мало від'ємне значення у зв'язку з проблемами підприємства щодо формування власного капіталу.

Оцінка показників ліквідності ТОВ «Сільпо-Фуд» свідчить про наявність певних проблем з ліквідністю, оскільки значення відповідних показників для її оцінки є дещо нижчим від нормативу (табл. 1.6).



**Показники ліквідності ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2018-2020 рр.**

Показники	Нормативні значення	на 31.12.2018 року	на 31.12.2019 року	на 31.12.2020 року
Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	1 – 2	0,66	0,78	0,77
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,5 – 0,8	0,43	0,49	0,48
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,15 – 0,2	0,06	0,14	0,12

Джерело: побудовано автором на основі даних [7-8]

Як свідчать дані табл. 1.6, коефіцієнт загальної ліквідності ТОВ «Сільпо-Фуд» протягом 2018-2020 рр. зріс з 0,66 до 0,77, проте був нижчим за одиницю. Це свідчить про те, що поточні пасиви підприємства не повністю покривались його поточними активами, тобто у випадку необхідності досліджуване підприємство не могло у повній мірі розрахуватися за своїми зобов'язаннями після реалізації своїх оборотних активів.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує, яка частина поточних зобов'язань може бути погашена не тільки за рахунок грошових коштів, але й за рахунок очікуваних фінансових надходжень. Цей показник був трохи нижчим, проте в цілому наближався до нормативу протягом 2018-2020 рр., що свідчило про відсутність серйозних фінансових проблем ТОВ «Сільпо-Фуд».

Коефіцієнт абсолютної ліквідності за період 2018-2020 рр. зріс з 0,06 до 0,12, і в цілому наближався до нижньої межі нормативного значення 0,15, що також свідчить про відсутність серйозних фінансових проблем ТОВ «Сільпо-Фуд».

Аналіз показників рентабельності ТОВ «Сільпо-Фуд» наведено у таблиці 1.7. Із розрахунків, наведених в табл. 1.7, видно, що значення коефіцієнту рентабельності активів ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2019-2020 рр. мало від'ємне значення. Більш оптимістичними були значення показника рентабельності власного капіталу у 2019 році, проте вже за підсумками 2020 року цей коефіцієнт мав від'ємне значення, яке було доволі суттєвим.

**Показники рентабельності ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2018-2020 рр.**

Показники	на 31.12.2018 року	на 31.12.2019 року	на 31.12.2020 року
Коефіцієнт рентабельності активів	-	-0,01	-0,05
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-	0,09	-4,46
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-0,01	0,004	-0,04
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,02	-0,006	0,06

Джерело: побудовано автором на основі даних [7-8]

Певну позитивну динаміку демонструвало значення коефіцієнта рентабельності продукції, яке зросло з -0,006 у 2019 році до 0,06 у 2020 році. Разом з тим, протилежну динаміку демонструвало значення показника рентабельності діяльності, яке знизилось з 0,004 у 2019 році до -0,04 у 2020 році. Це засвідчує необхідність вжиття заходів щодо скорочення собівартості й операційних витрат підприємства в міжнародній комерційній та внутрішній збутовій діяльності.

Таким чином, можемо зробити висновок, що перед топ-менеджментом аналізованого підприємства гостро постало питання розробки комплексу заходів щодо зниження витрат і забезпечення прибутковості діяльності з метою запобігання загрози банкрутства та зупинення господарської діяльності торговельної мережі «Сільпо».

**1.2. Аналіз ефективності імпортової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»**

Торговельна мережа «Сільпо» не лише здійснює продаж продукції вітчизняних виробників, але й активно імпортує різноманітні види товарів – від побутової хімії і кормів для тварин до екзотичних фруктів та елітних рибних делікатесів. Що ж стосується алкогольних напоїв, то варто підкреслити, що географія та товарна номенклатура їх імпорту є доволі широкою (Додаток А). Так, досліджуване підприємство здійснює імпорт самих різноманітних видів



алкогольних напоїв практично з усіх континентів і регіонів світу, окрім мусульманських країн і найменш розвинених країн (табл. 1.8).

Таблиця 1.8.

**Географія імпорту алкогольних напоїв ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2020 рр.,  
тис. грн.**

Регіон/країна	Собівартість імпорту продукції, тис. грн.			
	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2020/ 2018, %
<b>Країни Латинської Америки</b>				
Аргентина	1295,9	994,4	1275,3	98%
Чилі	-	126,2	582,9	-
Мексика	3483,3	29342	20591,4	591%
<b>Всього імпортовано</b>	<b>4779,2</b>	<b>30462,6</b>	<b>22449,6</b>	<b>470%</b>
<b>СНД</b>				
Молдова	63436,1	39289	46164,7	73%
Вірменія	33712,1	12031	16881,1	50%
<b>Всього імпортовано</b>	<b>187369,3</b>	<b>126331,2</b>	<b>129158</b>	<b>69%</b>
<b>ЄС</b>				
Великобританія	1854,7	4771,4	4778,9	258%
Бельгія	14382,2	17969,3	19149,7	133%
Німеччина	50360,1	45054	33103,9	66%
Франція	1686,2	11727,8	18587,7	1102%
Іспанія	4052	5858,3	7592,5	187%
Португалія	4137,3	4879,3	4811,3	116%
Інші країни ЄС сукупно	6479,3	186,5	507,1	8%
<b>Всього імпортовано</b>	<b>82951,8</b>	<b>90446,6</b>	<b>88531,1</b>	<b>107%</b>
<b>США, Японія, Австралія і Океанія та ін.</b>				
США	329,5	11808,8	21847,2	66%
Японія	1497,2	17249,5	3428,3	228%
Грузія	90221,1	75011,2	66112,2	73%
Австралія і Океанія та ін.	-	15592,2	711,4	-
<b>Всього імпортовано</b>	<b>1826,7</b>	<b>44650,5</b>	<b>25986,9</b>	<b>1423%</b>
<b>Сукупний імпорт підприємства</b>	<b>276927</b>	<b>291890,9</b>	<b>266125,6</b>	<b>96%</b>

Джерело: побудовано автором на основі Додатку А та даних про підприємство

Як свідчать дані табл. 1.8, протягом 2018-2020 рр. досліджуване підприємство майже у 6 разів наростило обсяги імпорту з Мексики, більше ніж в 10 разів – з Франції, більше ніж вдвічі – з Японії і Великобританії. Менш суттєво зросли поставки з Іспанії (+87%), Бельгії (+33%), Португалії (+16%). Цікавим, на нашу думку, є той факт, що імпорт торговельної мережі «Сільпо» з країн СНД, які є основними постачальниками алкогольних напоїв досліджуваному

підприємству, скоротився майже на третину, в той час як поставки з країн Латинської Америки, які є найменш вагомими постачальниками алкогольних напоїв в регіональній структурі імпорту торговельної мережі «Сільпо», зріс більше ніж вчетверо.

Що стосується таких країн, як США, Японія, Австралія та ін., то за досліджуваний період характерним було максимальне нарощення обсягів імпорту з цих регіонів – в 14 разів, а з країн ЄС було забезпечено лише 7% приросту обсягів імпортованих поставок, що свідчить, на нашу думку, до прагнення диверсифікувати географічну структуру імпорту торговельної мережі «Сільпо» з країн ЄС і СНД шляхом співпраці з виробниками з інших країн.

В цілому ж сукупний обсяг імпорту алкогольних напоїв досліджуваного підприємства за 2018-2020 рр. скоротився на 4% (що пов'язано, зокрема, з розгортанням та поширенням пандемії коронавірусної інфекції COVID-19 навесні 2020 року), а основними постачальниками цього виду продукції для торговельної мережі «Сільпо» були саме країни СНД і ЄС – їх сукупна частка в окремі роки (2018 рік) сягала 98% (табл. 1.9).

Таблиця 1.9.

**Регіональна структура імпорту алкогольних напоїв ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2020 рр., %**

Регіон	Частка регіону в загальній структурі експорту		
	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Країни Латинської Америки	2%	10%	8%
СНД	68%	43%	49%
ЄС	30%	31%	33%
США, Японія, Австралія і Океанія та ін.	1%	15%	10%

Джерело: побудовано автором на основі Додатку А та даних про підприємство

Оцінюючи дані, наведені в табл. 1.8-1.9, можемо зробити висновок, що за досліджуваний період географічна структура імпорту торговельної мережі «Сільпо» зазнала певних трансформацій. Так, частка країн Латинської Америки в загальній структурі експорту підприємства зросла з 2% у 2018 році до 8% у 2020 році, в той час як частка країн СНД, які є основним зарубіжним



постачальником алкогольної продукції для торговельної мережі «Сільпо», скоротилася з 68% до 49%. В той же час, частка азійських країн не зазнала суттєвого збільшення (+3% впродовж 2018-2020 рр.), а частка США, Японії, Австралії та інших віддалених країн зростає з 1% до 10%, що свідчить про прагнення аналізованого підприємства диверсифікувати географію імпортованих поставок алкогольних напоїв.

Що ж стосується країн-постачальників алкогольної продукції досліджуваного підприємства, то слід зазначити, що основними з них були Молдова, Грузія, Вірменія, Німеччина, Мексика, Бельгія і США (табл. 1.10).

Таблиця 1.10.

**Географічна структура імпорту алкогольних напоїв ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2020 рр., %**

Країна	Частка країни в загальній структурі експорту		
	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Грузія	33%	26%	25%
Німеччина	18%	15%	12%
Молдова	23%	13%	17%
Вірменія	12%	4%	6%
Бельгія	5%	6%	7%
Мексика	1%	10%	8%
США	0%	4%	8%

Джерело: побудовано автором на основі Додатку А та даних про підприємство

Відповідно до даних табл. 1.10, найбільш вагомими постачальниками алкогольної продукції для торговельної мережі «Сільпо» протягом 2018-2020 рр. були Грузія і Молдова, частка яких в загальній структурі експорту скоротилась відповідно на 7% і 10%, а також Німеччина і Вірменія, частка яких зменшилась відповідно на 3% і 8%. Разом з тим, за досліджуваний період аналізованому підприємству вдалося суттєво наростити поставки алкогольних напоїв з Мексики і США (з 0-1% до 8%).

Оцінюючи товарну структуру імпорту досліджуваного підприємства, слід зазначити, що він є низько-диверсифікованим, а основну частку у вартісному вираженні в ній займають міцні алкогольні напої (табл. 1.11).

**Товарна структура імпорту алкогольних напоїв ТОВ «Сільпо-Фуд» за  
2018-2020 рр., млн. грн.**

Товарна група	Собівартість імпорту, млн. грн.			
	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2020/ 2018,%
<b>Собівартість імпорту, млн. грн.</b>				
Пиво	58372,8	50721,6	62466,9	107%
Вина, слабоалкогольні напої, вина ігристі, лікери, вермути, аперитиви, настоянки та бальзами	88437,9	142146,9	84298,9	95%
Міцні алкогольні напої (коньяк, віскі, горілка, ром, текіла та ін.)	130116,3	99022,4	119359,8	92%
Всього імпортовано	276927	291890,9	266125,6	96%
Товарна група	Частка товарної групи в загальному обсязі імпорту, %			
	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2020/2018, абсолютне відхилення
<b>Частка товарної групи в загальному обсязі імпорту, %</b>				
Пиво та слабоалкогольні напої	21%	17%	23%	+2%
Вина, вина ігристі, лікери, вермути, аперитиви, настоянки та бальзами	32%	49%	32%	0%
Міцні алкогольні напої (коньяк, віскі, горілка, ром, текіла та ін.)	47%	34%	45%	-2%
Всього імпортовано	100%	100%	100%	-

Джерело: побудовано автором на основі Додатку А та даних про підприємство

Відповідно до даних табл. 1.11, за 2018-2020 рр. кардинальної зміни товарної структури імпорту торговельної мережі «Сільпо» не відбулось. Так, міцні алкогольні напої, частка яких в загальному обсязі експортних поставок в окремі роки (2018 рік) сягала майже 50%, залишились найбільш вагомою товарною групою, хоча їх частка за 3 роки і скоротилась з 47% до 45%. При цьому частка вин, вин ігристих, лікерів, вермутів, аперитивів, слабоалкогольних напоїв, настоянок та бальзамів за підсумками 2018-2020 рр. залишилася незмінною – 32%, попри той факт, що у окремі роки (2019 рік) на цю товарну групу припадало близько половини імпорту підприємства. Частка ж пива в структурі імпорту торговельної мережі «Сільпо» зросла з 21% до 23%, до того ж ця товарна група була єдиною, яка продемонструвала зростання обсягів імпорту



алкогольної продукції з інших країн (+7%), на фоні зменшення обсягів імпорту вин, вин ігристих, лікерів, вермутів, аперитивів, слабоалкогольних напоїв, настоянок та бальзамів на 5%, а також міцних алкогольних напоїв на 8%, і загального скорочення імпорту на 4%.

Що ж стосується оцінки показників ефективності імпортової діяльності досліджуваного підприємства, то необхідно підкреслити, що методологічні підходи до їх розрахунку представлено у Додатку Б. Наголосимо, що в роботі, на нашу думку, необхідно здійснити оцінку ефективності імпорту пива, оскільки цей алкогольний напій є доволі популярним серед населення України, а значна кількість вітчизняних пивоварних заводів випускає продукцію доволі невисокої якості [54, с. 13; 55, с. 107], що спонукає споживачів віддавати перевагу імпортним аналогам вищої якості. До того ж, починаючи з 2020 року, вітчизняні виробники пива зазнали низки потужних ударів для їх діяльності, обумовлених поширенням пандемії COVID-19 і початком повномасштабної військової агресії Російської Федерації проти України, внаслідок чого відбулося звуження обсягів виробництва та порушення логістичних ланцюгів, обумовлених, зокрема, необхідністю імпорту пивного хмелю.

Оцінюючи ефективність імпортних операцій торговельної мережі «Сільпо» щодо ввезення та продажу на території України пива, варто наголосити, що показник валютної ефективності імпорту розраховуватися не буде, оскільки перелік товарних позицій і видів імпортованого пива є доволі широким, так само як і перелік аналогів вітчизняного виробництва, і такі розрахунки можуть бути досить громіздкими. Підкреслимо також, що при продажі імпортованого пива політика ціноутворення досліджуваного підприємства полягає у встановленні цінової надбавки на рівні 20% до вхідної ціни, тобто до собівартості імпорту.

Враховуючи вищезазначене, здійснимо оцінку ефективності імпортних операцій торговельної мережі «Сільпо» щодо ввезення в Україну та продажу на її території пива за 2018-2020 рр. (табл. 1.12).

**Оцінка ефективності імпорتنних операцій щодо ввезення та продажу пива  
ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2020 рр.**

Показники	Роки			2020 / 2018	
	2018	2019	2020	+, -	%
Чистий дохід від реалізації імпоротної продукції, тис. грн.	70047,4	60865,9	74960,3	4912,92	107%
Повна собівартість імпорту продукції, тис. грн.	58372,8	50721,6	62466,9	4094,1	107%
Економічний ефект імпорту, тис. грн.	11674,6	10144,3	12493,4	818,82	107%
Коефіцієнт ефективності імпоротної операції підприємства, %	120%	120%	120%	0	100%
Рентабельність імпоротної операції, %	20%	20%	20%	0	100%

Джерело: побудовано автором на основі даних про підприємство

Як свідчать дані табл. 1.12, впродовж 2018-2020 рр. повна собівартість імпорту пива, а також чистий дохід від його продажу і економічний ефект від імпорту торговельної мережі «Сільпо» зросли на 7%. Враховуючи той факт, що цінова політика досліджуваного підприємства за цей період не змінювалася і полягала у встановленні торговельної надбавки у розмірі 20% до повної собівартості імпорту, то значення коефіцієнту ефективності імпоротної операції підприємства не змінилося, і дорівнювало 120%. Також незмінним залишилося значення показника рентабельності імпорту пива, яке впродовж досліджуваного періоду складало 20%.

Підсумовуючи результати дослідження, проведеного у цьому розділі роботи, можемо зробити висновок, що в цілому показники фінансово-господарської діяльності торговельної мережі «Сільпо» свідчать про вжиття невідкладних кроків щодо зниження фінансових і адміністративних витрат, а також витрат на збут та інших витрат з метою забезпечення прибутковості діяльності досліджуваного підприємства. Разом з тим, аналіз імпоротної діяльності торговельної мережі «Сільпо» щодо ввезення та продажу алкогольних напоїв свідчить про наявність доволі розгалуженої географії країн-постачальників широкої номенклатури алкогольної продукції з самих різних куточків світу, а аналіз ефективності імпорتنних операцій щодо ввезення і продажу пива засвідчив високу ефективність та результативність таких операцій впродовж досліджуваного періоду.



## РОЗДІЛ 2. ВИБІР КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

### 2.1. Аналіз тенденцій розвитку світового ринку алкогольних напоїв

За даними профільних Інтернет-видань, які здійснюють моніторинг і аналіз світового ринку алкогольних напоїв, поведінка споживачів на цьому ринку продовжує змінюватися та керувати ринковими стратегіями основних гравців[24]. Серед ключових тенденцій, які впливають на ландшафт світового ринку алкогольних напоїв, виділяють наступні:

- поява нетрадиційних категорій напоїв класу люкс: відбувається диверсифікація сегментів і поява нішевих статусних категорій, таких як міцні спиртні напої на основі агави, ірландський, американський та японський віскі. Майбутнє зростання категорії буде підтримуватися збільшенням рівня доходів та новими учасниками ринку, особливо в Азії та США;

- споживання безалкогольних та слабоалкогольних продуктів. Безалкогольні та слабоалкогольні продукти набувають популярності, оскільки вони стають частиною правильного способу життя та соціальною нормою. Кількість каналів продажу, які присвячені виключно безалкогольним напоям, збільшується. На ринок виходять спеціальні сайти електронної комерції, роздрібні продавці та бари;

- вплив електронної комерції на ринок. З розвитком онлайн-продажів алкогольних напоїв збільшується кількість роздрібних продавців, а діапазон бізнес-моделей, які вони використовують, стає все більш різноманітнішим;

- поява і продаж на ринку напоїв ready-to-drink (далі – RTD) преміум-класу. Кількість нових продуктів RTD, які виходять на ринок, свідчать про тенденцію збільшення уваги до преміум-продуктів. Однак наразі переважна більшість категорій RTD знаходиться в межах стандартних і нижчих цінових діапазонів. Причому RTD на основі міцних напоїв вже домінують на більшості ключових ринків за винятком Мексики та США;

- практика сталого розвитку. Екологічні рішення для пакування вже багато років посідають перше місце в програмі корпоративної та соціальної відповідальності в індустрії алкогольних напоїв. Але занепокоєння щодо зміни клімату наростають: споживачі все частіше шукають певні компанії з виробництва напоїв, щоб продемонструвати прихильність до практик сталого розвитку [24].

Характеризуючи сучасні тенденції розвитку світового ринку алкогольних напоїв, вважаємо доцільним погодитися з позицією Н. С. Косар, яка наголошує, що на світовому ринку алкогольних напоїв чи не найбільшим попитом користується пиво – через ефективні маркетингові стратегії його виробників, передусім щодо комплексу маркетингу. Основою цих стратегій є пропозиція на ринку нових цікавих продуктів з незвичайними смаками, фінансова стійкість підприємств і їх активна політика у сфері брендингу, пропозиція на ринку пива у різному упакуванні та різної місткості, активні заходи виробників у сфері традиційних та Інтернет-комунікацій, адаптованих до особливостей різних сегментів ринку [25, с. 99].

Показники географічної структури світового ринку пива (топ-5 країн-імпортерів і топ-5 країн експортерів) наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

**Географічна структура світового ринку пива солодового  
за 2017-2021 рр., млн. дол. США**

Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
<b>Топ-5 країн-імпортерів</b>						
Світовий імпорт	15038,390	16326,992	16582,772	15692,290	17202,172	114%
США	5326,123	5575,433	5843,851	5977,170	6626,085	124%
Франція	833,565	984,692	1017,385	1030,500	1031,230	124%
Великобританія	626,622	727,797	664,254	674,681	690,964	110%
Італія	625,723	675,544	676,146	576,916	660,480	106%
Китай	750,047	904,370	820,006	695,086	649,319	87%
<b>Топ-5 країн-експортерів</b>						
Світовий експорт	14524,470	15794,647	15766,173	15176,815	16574,638	114%
Мексика	3768,009	4491,048	4541,285	4428,018	5015,653	133%
Нідерланди	1902,178	1993,773	2015,905	2111,279	2184,475	115%



*Продовження табл. 2.1.*

Бельгія	1674,772	1834,193	1961,066	1986,616	2010,792	120%
Німеччина	1291,051	1378,517	1350,889	1288,869	1395,649	108%
США	685,533	668,077	572,933	513,327	722,204	105%

Джерело: побудовано автором на основі даних [26-27]

Відповідно до даних, наведених у табл. 2.1, найбільш потужним світовим імпортером пива солодового є США, на які за підсумками 2021 року припадало більше третини сукупного імпорту напою цього виду. При цьому обсяги імпорту пива як в США, так і до Франції – другого найбільшого імпортера пива солодового у світі – за період 2017-2021 рр. зросли майже на чверть: імпорт у США зріс з 5,3 до 6,6 млрд. дол. США, а до Франції – з 0,83 до 1,03 млрд. дол. США. Подібними темпами імпортували пиво Великобританія і Італія, які за досліджуваний період наростили обсяги імпорту на 10% і 6% відповідно, а Китай, який замикає п'ятірку лідерів світового імпорту пива, впродовж 2017-2021 рр. скоротив імпорт пива солодового на 13% (з 0,75 до 0,64 млрд. дол. США). В цілому ж необхідно зауважити, що сукупний світовий імпорт пива за період 2017-2021 рр. зріс на 14% (з 15,0 до 17,2 млрд. дол. США).

Якщо говорити про географічну структуру світового експорту пива солодового, то в даному випадку найбільш потужним світовим експортером цього виду продукції виступає Мексика, на частку якої припадало трохи менше третини сукупного світового експорту. При цьому Мексика наростила обсяги експорту за період 2017-2021 рр. на третину – з 3,7 до 5,0 млрд. дол. США. Подібні обсяги та темпи збільшення експорту за досліджуваний період демонстрували Нідерланди і Бельгія, які займали відповідно друге і третє місце в топ-5 світових експортерів пива солодового. Цікавим, на нашу думку, є той факт, що США входили не лише до п'ятірки найбільш потужних імпортерів, але і експортерів пива солодового, які в структурі світового експорту займали п'яте місце після Німеччини. Необхідно зауважити, що серед топ-5 країн-лідерів за обсягами експорту пива у світі впродовж 2017-2021 рр. жодна країна не скоротила експортні поставки цього виду продукції на світовий ринок, а сукупний експорт пива солодового за досліджуваний період зріс на 14% (з 14,5 до 16,5 млрд. дол. США).

Характеризуючи географічну структуру світового ринку вин, необхідно погодитись з окремими вітчизняними авторами, які зазначають, що до складу основних країн-імпортерів виноробної продукції переважно входять держави з високим рівнем доходу на душу населення, але є також і ті, які самі є провідними світовими виробниками виноградних вин – США, Великобританія, Німеччина та ін. [28, с. 132]. Цю позицію підтверджують дані Міжнародного торгового центру (табл. 2.2).

Що ж стосується експорту виноробної продукції, то в даному випадку основними лідерами прийнято вважати Францію, Італію, Іспанію. Але у зв'язку з виходом на світовий ринок нових виробників, зокрема, країн Південної Америки та Австралії, країнам ЄС значно складніше утримувати лідерські показники експорту вина та виноробної продукції на світовому ринку, адже конкуренція з кожним роком зростає [28, с. 131; 29, с. 35].

Таблиця 2.2.

### Географічна структура світового ринку вин за 2017-2021 рр., млн. дол.

#### США

Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
Топ-5 країн-імпортерів						
Світовий імпорт	35715,791	38066,361	36815,285	35138,837	41231,994	115%
США	6172,502	6441,559	6462,086	5877,939	7375,681	119%
Великобританія	4114,635	4372,944	4423,747	4443,667	4825,729	117%
Німеччина	2918,934	3172,029	2954,950	3015,882	3318,213	114%
Канада	1886,345	1997,011	1949,254	1974,379	2247,983	119%
Японія	1616,047	1690,888	1810,724	1566,018	1707,708	106%
Топ-5 країн-експортерів						
Світовий експорт	35443,985	37633,492	35891,124	34311,657	40749,867	115%
Франція	10283,094	11069,717	10970,813	9974,609	13116,149	128%
Італія	6781,493	7368,016	7200,831	7220,946	8418,481	124%
Іспанія	3270,131	3513,593	3066,796	3059,557	3481,080	106%
Чилі	2018,108	1993,891	1929,016	1826,430	1967,165	97%
Австралія	2046,144	2181,307	2084,813	2125,042	1697,284	83%

Джерело: побудовано автором на основі даних [30-31]

Як свідчать дані табл. 2.2, найбільшим імпортером вин, так само як і пива, є США: на частку цієї країни за підсумками 2021 року припадало близько шостої частини сукупного світового імпорту цього виду продукції. Показовим, на нашу



думку, є той факт, що до топ-5 світових імпортерів вина входять всі країни так званої «Великої сімки», тобто лідери за показниками економічного розвитку та гегемони світової політики – США, Великобританія, Німеччина, Канада і Японія. При цьому всі країни без винятку з числа топ-5 світових імпортерів вина впродовж 2017-2021 рр. наростили обсяги імпорту цього виду продукції, а сукупний світовий імпорт виноробної продукції за досліджуваний період зріс на 15% (з 35,7 до 41,2 млрд. дол. США).

Якщо ж говорити про географічну структуру експорту вина, то необхідно підкреслити, що до топ-3 країн-експортерів входять такі визнані у світі виробники, як Франція, Італія та Іспанія. При цьому на частку Франції за підсумками 2021 року припадала майже третина сукупного світового експорту виноробної продукції, на частку Італії – п'ята частина, на частку Іспанії – майже десята. Зазначимо при цьому, що Франція та Італія за 2017-2021 рр. наростили експорт вина майже на чверть, Іспанія – на 6%, а Чилі і Австралія, які посідають 4 і 5 місце в топ-5, скоротили експорт цього виду продукції на 3% і 17% відповідно. Проте в цілому обсяги світового сукупного експорту вина за період 2017-2021 рр. зросли на 15% (з 35,4 до 40,7 млрд. дол. США).

Характеризуючи сучасну структуру світового ринку алкогольних напоїв, необхідно підкреслити, що в ній ринок вермутів займає доволі незначну частку, оскільки обсяги світової торгівлі цим напоєм впродовж 2017-2021 рр. щороку не перевищували 1 млрд. дол. США (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

**Географічна структура світового ринку вермутів  
за 2017-2021 рр., млн. дол. США**

Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
Топ-5 країн-імпортерів						
Світовий імпорт	555,909	590,558	607,885	674,499	874,683	157%
США	84,413	109,326	120,770	197,490	278,378	330%
Німеччина	41,530	45,774	44,579	54,516	81,850	197%
Іспанія	49,674	53,202	62,119	44,828	65,511	132%
Польща	21,367	27,772	25,480	28,409	48,821	228%
Франція	38,769	46,384	45,237	42,783	45,288	117%

Топ-5 країн-експортерів						
Світовий експорт	493,787	553,491	550,037	576,820	639,735	130%
Італія	183,381	207,951	222,781	225,289	268,761	147%
Франція	50,488	64,547	73,858	88,646	108,235	214%
Іспанія	85,174	96,606	75,390	74,287	90,926	107%
Німеччина	53,559	54,783	49,183	48,947	46,628	87%
США	47,947	44,730	31,848	32,568	28,609	60%

Джерело: побудовано автором на основі даних [32-33]

Відповідно до даних, наведених у табл. 2.3, найбільшим імпортером вермутів є США, на частку яких за підсумками 2021 року припадало трохи менше третини сукупного імпорту. В цілому ж до топ-5 країн-імпортерів вермутів, окрім США, входять найбільш потужні економіки ЄС – Німеччина, Іспанія, Польща і Франція, і жодна з цих країн за період 2017-2021 рр. не скоротила імпорт цього виду алкоголю. В цілому ж за досліджуваний період обсяг світового імпорту вермутів зріс у півтора рази – з 555,9 до 874,6 млн. дол. США.

Цікавим, на нашу думку, є той факт, що впродовж 2017-2021 рр. найбільшими світовими експортерами вермутів були майже всі ті самі країни, що й імпортери, а до складу топ-3 країн входили ті самі країни, що і до топ-3 експортери вин – Італія, Франція, Іспанія. Ці три країни, на відміну від Німеччини і США, нарощували експорт вермутів за 2017-2021 рр., в той час як Німеччина і США скоротили на 13% і 40% відповідно. В цілому ж сукупний світовий експорт вермутів за 2017-2021 рр. зріс на 30% (з 493,7 до 639,7 млн. дол. США).

Ще одним відносно незначним за вартісними обсягами сегментом світового ринку алкогольних напоїв є ринок слабоалкогольних ферментованих напоїв, обсяги світової торгівлі якими за підсумками 2021 року склали близько 2 млрд. дол. США, а основними імпортером, як і у випадку з пивом, винами і вермутами, є знову ж таки США (табл. 2.4).



**Географічна структура світового ринку слабоалкогольних ферментованих напоїв (сидр, перрі, медовуха та інші ферментовані напої) за 2017-2021 рр., млн. дол. США**

Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
<b>Топ-5 країн-імпортерів</b>						
Світовий імпорт	1461,650	1512,751	1524,146	1728,968	1943,529	133%
США	221,030	237,320	288,824	511,811	523,870	237%
Великобританія	212,534	183,491	178,931	173,740	211,777	100%
Китай	29,869	44,461	60,550	73,433	102,210	342%
Гонконг	41,694	49,003	53,694	87,795	101,613	244%
Японія	173,030	131,433	100,746	92,403	84,655	49%
<b>Топ-5 країн-експортерів</b>						
Світовий експорт	1449,705	1534,427	1515,766	1810,416	2075,489	143%
Японія	174,608	209,558	222,849	232,820	377,246	216%
Італія	82,796	112,779	118,846	206,502	263,121	318%
Мексика	0,927	1,102	1,540	214,173	136,473	14722%
Швеція	161,572	133,712	99,480	86,623	128,775	80%
Канада	47,970	58,843	97,032	106,589	125,874	262%

Джерело: побудовано автором на основі даних [34-35]

Як свідчать дані табл. 2.4, за підсумками 2021 року на США припадало більше чверті світового імпорту слабоалкогольних ферментованих напоїв (імпорт на 523,8 млн. дол. США), і за цим показником США випереджала всі інші країни з топ-5 імпортерів (Великобританія, Китай, Гонконг і Японія) разом узятих. При цьому США і Гонконг за період 2017-2021 рр. наростили імпорт цього виду продукції майже у 2,4 рази, Китай – у 3,4 рази, а Японія скоротила імпорт на половину. В цілому ж сукупний світовий імпорт слабоалкогольних ферментованих напоїв за 2017-2021 рр. зріс на третину.

Якщо топ-5 імпортерів слабоалкогольних ферментованих напоїв представлений переважно країнами англосаксонського світу і Азії, які входять до «Великої сімки», то до топ-5 країн експорту входять і країни ЄС, і Латинської Америки. При цьому найбільш потужними експортерами цих напоїв є Японія та Італія, на які сумарно у 2021 році припадало більше чверті світового експорту. Цікавим, на нашу думку, є приклад Мексики, яка за період 2017-2021 рр. наростила обсяг експорту слабоалкогольних ферментованих напоїв на світовий

ринок з 0,9 до 136,4 млн. дол. США. В цілому сукупний світовий експорт цього виду напоїв на світовий ринок зріс за досліджуваний період у 1,4 рази – з 1,4 до 2,0 млрд. дол. США.

Необхідно зауважити, що на світовому ринку алкогольних напоїв доволі високим попитом користуються міцні алкогольні напої, які за обсягами міжнародної торгівлі впродовж досліджуваного періоду поступалися лише винам (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

**Географічна структура світового ринку міцних алкогольних напоїв (спирт етиловий неденатурований з вмістом спирту менше 80%; спиртні напої, лікери та інші спиртні напої (крім складних алкогольних виробів, які використовуються для виробництва напоїв)) за 2017-2021 рр., млн. дол.**

## США

Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
Топ-5 країн-імпортерів						
Світовий імпорт	29859,178	32688,097	33896,903	29929,457	37192,466	125%
США	7985,995	8731,376	9533,871	8894,188	10696,431	134%
Китай	1155,088	1431,111	1627,603	1527,513	2251,276	195%
Сінгапур	1520,477	1735,698	1669,690	1461,750	1801,339	118%
Німеччина	1762,232	1815,225	1649,964	1529,535	1783,383	101%
Франція	1339,241	1431,271	1322,570	1172,252	1430,533	107%
Топ-5 країн-експортерів						
Світовий експорт	30413,634	33499,061	34335,982	29310,843	36098,115	119%
Великобританія	7283,313	7963,256	7878,884	6255,227	7671,700	105%
Франція	5011,858	5341,638	5495,328	4530,366	6085,364	121%
Мексика	1467,021	1723,436	2012,808	2467,795	3282,161	224%
Сінгапур	1949,930	2180,964	2272,945	1741,938	2235,667	115%
США	2074,665	2260,445	2037,705	1916,296	1853,485	89%

Джерело: побудовано автором на основі даних [36-37]

Відповідно до даних, наведених у табл. 2.5, найбільшим світовим імпортером міцних алкогольних напоїв є знову ж таки США: за підсумками 2021 року на частку цієї країни припадало більше чверті сукупного імпорту. Як і у випадку зі слабоалкогольними напоями, за цим показником США випереджає всі інші країни з топ-5 разом узяті (Китай, Сінгапур, Німеччину і Францію). Слід зазначити, що всі без винятку країни з топ-5 імпортерів міцних алкогольних



напоїв за період 2017-2021 рр. наростили імпорт цього виду продукції, а в цілому за досліджуваний період сукупний світовий імпорт зріс на чверть (з 29,8 до 37,1 млрд. дол. США).

Цікавим, на нашу думку, є той факт, що впродовж 2017-2021 рр. до топ-5 експортерів входили три ті ж країни, що і до топ-5 імпортерів: мова йде про Францію, США і Сінгапур. Проте лідерами в даному випадку є Великобританія і Франція, на які за підсумками 2021 року сумарно припадало близько третини сукупного світового експорту. Необхідно підкреслити, що за досліджуваний період всі країни за винятком США нарощували експорт міцних алкогольних напоїв, а в цілому світовий експорт зріс за 2017-2021 рр. на 19% (з 30,4 до 36,0 млрд. дол. США).

Таким чином, можемо зробити висновок, що найбільш вагомими сегментами на світовому ринку алкогольних напоїв є вина, міцні алкогольні напої і пиво, а найбільшими споживачами є США (безумовний лідер за імпортом всіх видів алкоголю), Китай, Японія і найбільш розвинені країни ЄС (Німеччина, Франція, Італія). При цьому найбільш потужними експортерами алкогольної продукції на світовий ринок є ті ж таки США, інші країни «Великої сімки» (Італія, Франція, Канада), а також окремі країни Латинської Америки (Мексика, Чилі).

## **2.2. Оцінка перспектив розвитку ринку алкогольних напоїв України**

Характеризуючи особливості розвитку ринку алкогольних напоїв України, необхідно підкреслити, що, всупереч поширеній думці, офіційні статистичні дані не підтверджують, що українці є нацією, яка регулярно споживає велику кількість алкоголю. Навпаки, серед 39-ти досліджуваних європейських країн Україна займає 35 місце з показником 8,6 літрів чистого алкоголю на одну людину на рік (у Молдові, приміром, цей показник складає 15,2 літра). Проте істотно занижувати ці показники може невраховане споживання, частка якого за оцінкою експертів може становити до третини усього вжитого обсягу. І якщо

офіційним статистичним даним щодо виробництва і споживання алкоголю в країнах Європейського Союзу можна довіряти, адже там вдалося налагодити жорсткий контроль за обігом продукції, то в Україні рівень тіньового алкогольного ринку може сягати від 40% до 50%[38].

За даними консалтингово-дослідницької компанії «Pro-Consulting», найпопулярнішим алкогольним напоєм в Україні є пиво і горілка: на кожен з цих видів алкогольних напоїв припадає близько третини загального споживання чистого алкоголю[39]. Цю інформацію підтверджують офіційні дані Державної служби статистики України (табл. 2.6).

Таблиця 2.6.

**Товарна структура ринку алкогольних напоїв України  
за 2017-2021 рр., млн. грн.**

Вид алкоголю	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/2017, %
Всього продано алкогольних напоїв	37849,0	47127,9	53483,7	59846,0	68360,0	181%
горілка та вироби лікєро-горілочані	12182,5	14698,1	15616,9	16977,0	19524,6	160%
напої слабоалкогольні	1444,6	1963,5	2319,8	2590,2	3039,5	210%
вина	5805,4	7043,0	7877,7	9436,5	10939,3	188%
коньяк	3784,2	4605,3	5273,4	5853,1	6837,7	181%
вина ігристі (шампанське)	2585,2	3458,9	3992,3	4633,0	5636,6	218%
пиво	12047,1	15359,1	18403,6	20356,2	22382,3	186%

Джерело: побудовано автором на основі даних [40]

Як свідчать дані табл. 2.6, найбільш вагомими сегментами вітчизняного ринку алкогольних напоїв у 2021 році були пиво і горілка (рис. 2.1).



**Рис. 2.1. Структура ринку алкогольних напоїв України за 2021 рік, %**

Джерело: побудовано автором на основі даних [40]



Характеризуючи дані, наведені у табл. 2.6, можемо зробити висновок, що в цілому впродовж 2017-2021 рр. ринок алкогольних напоїв в Україні щорічно зростав, і за досліджуваний період збільшився у 1,8 рази – з 37,8 до 68,3 млрд. грн. При цьому щорічно зростали обсяги продажів всіх без винятку товарних груп, зазначених у табл. 2.6, а найбільш суттєво (у 2,1 рази) збільшився продаж шампанського і слабоалкогольних напоїв.

Що ж стосується імпорту в нашу країну алкогольних напоїв, то слід зазначити, що впродовж 2017-2021 рр. Україна найбільш активно імпортувала міцні алкогольні напої і вина, які формували левову частину імпорту алкоголю. При цьому найбільші обсяги імпортованих поставок припадали на міцні алкогольні напої, які наша країна імпортувала переважно з Європейських країн (табл. 2.7).

Таблиця 2.7.

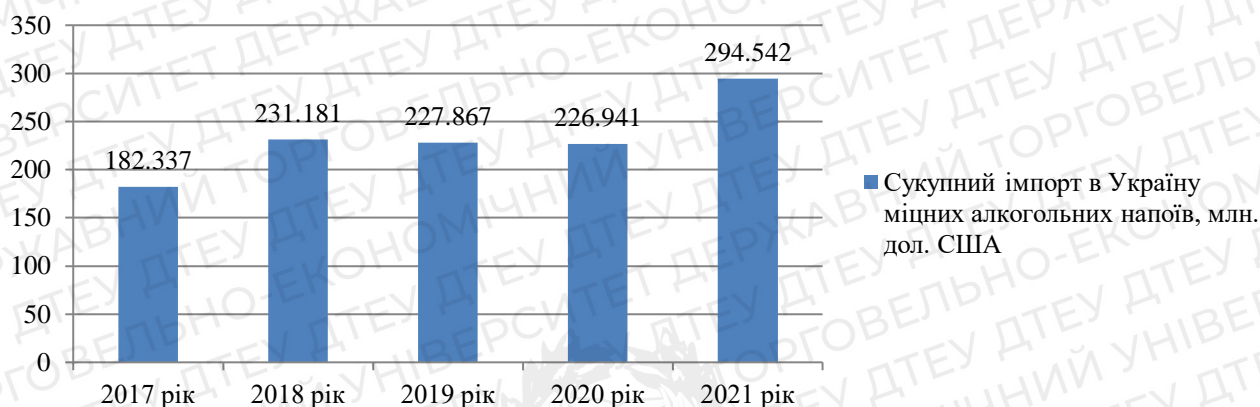
**Географічна структура імпорту міцних алкогольних напоїв (топ-5 країн) в Україну за 2017-2021 рр., млн. дол. США**

Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
Сукупний імпорт	182,337	231,181	227,867	226,941	294,542	162%
Великобританія	29,961	37,021	39,020	48,963	70,181	234%
Грузія	17,041	32,097	31,761	37,628	41,928	246%
Ірландія	8,641	10,410	11,010	16,790	23,541	272%
Німеччина	36,084	34,662	33,401	12,103	20,278	56%
Інші країни	19,466	23,434	23,459	14,912	16,668	86%

Джерело: побудовано автором на основі даних [41]

Як свідчать дані табл. 2.7, за підсумками 2021 року найбільша частка імпорту міцних алкогольних напоїв в Україну припадала на Великобританію (близько чверті сукупного імпорту), яка протягом 2017-2021 рр. наростила обсяги продажів цього виду продукції в нашу країну у 2,3 рази (з 29,9 до 70,1 млн. дол. США). Ще більш суттєво наростили продаж в Україну міцних алкогольних напоїв Грузія і Ірландія – у 2,4 і у 2,7 рази відповідно, в той час як Німеччина скоротила експорт цього виду продукції до нашої держави майже на половину. В цілому ж обсяг імпорту міцних алкогольних напоїв в Україну за період 2017-2021 рр. зріс у 1,6 рази (рис. 2.2).

**Сукупний імпорт в Україну міцних алкогольних напоїв, млн. дол. США**



**Рис. 2.2. Обсяги імпорту в Україну міцних алкогольних напоїв за 2017-2021 рр., млн. дол. США**

Джерело: побудовано автором на основі даних [41]

Варто зауважити, що в роботі не буде розглядатися ані динаміка, ані географічна структура імпорту в Україні слабоалкогольних ферментованих напоїв і вермутів, оскільки обсяги їх імпорту в нашу країну є доволі незначними порівняно з міцними алкогольними напоями, вином і тим же пивом.

Характеризуючи особливості географічної структури імпорту в Україну вин, необхідно підкреслити, що, як і у випадку з міцними алкогольними напоями, основними постачальниками цього виду продукції є країни Європи, зокрема, визнані у світі виробники – Італія, Франція, Іспанія (табл. 2.8).

Таблиця 2.8.

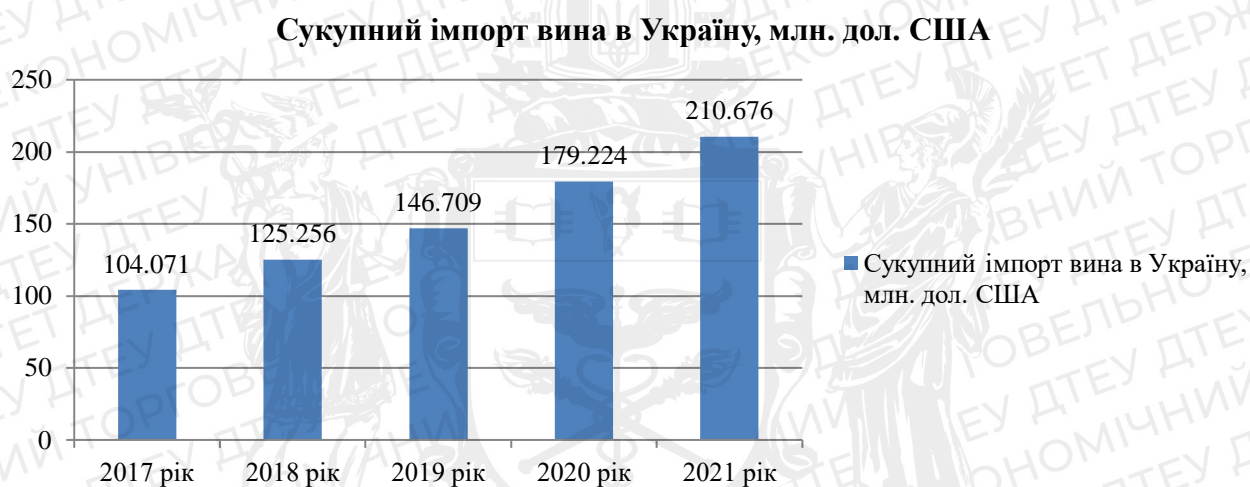
**Географічна структура імпорту вина (топ-5 країн) в Україну за 2017-2021 рр., млн. дол. США**

Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
Сукупний імпорт	104,071	125,256	146,709	179,224	210,676	202%
Італія	30,366	35,445	46,529	58,921	76,419	252%
Франція	13,734	18,816	21,089	27,465	34,546	252%
Грузія	16,848	20,664	23,925	24,618	25,870	154%
Іспанія	8,132	11,085	15,217	20,909	22,184	273%
Німеччина	8,322	8,385	7,341	6,169	7,936	95%

Джерело: побудовано автором на основі даних [42]



Відповідно до даних табл. 2.8, найбільшим постачальником вина в Україну є Італія, на яку за підсумками 2021 року припадало більше третини сукупного імпорту цього виду продукції в нашу країну. Зауважимо також, що Італія у 2021 році експортувала в Україну вина на приблизно таку ж суму, як і решта країн з топ-5, і за період 2017-2021 рр. змогла наростити експорт вина в Україну у 2,5 рази (з 30,3 до 76,4 млн. дол. США). В цілому ж доцільно наголосити, що впродовж досліджуваного періоду обсяги сукупного імпорту вина в Україну збільшилися вдвічі (рис. 2.3).



**Рис. 2.3. Обсяги імпорту в Україну вина за 2017-2021 рр., млн. дол. США**

Джерело: побудовано автором на основі даних [42]

Якщо ж говорити про імпорт пива в Україну, то, на нашу думку, цікавим є той факт, що в даному випадку лідером за обсягами поставок пива солодового в Україну за підсумками 2021 року була Мексика (табл. 2.9).

*Таблиця 2.9.*

**Географічна структура імпорту пива солодового (топ-5 країн) в Україну за 2017-2021 рр., млн. дол. США**

Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
Сукупний імпорт	35,820	51,233	57,156	67,112	70,807	198%
Мексика	7,800	11,341	15,180	20,798	18,575	238%
Бельгія	17,499	23,974	18,628	14,685	13,619	78%

Продовження табл. 2.9.

Німеччина	4,307	6,892	11,623	12,978	12,011	279%
Словаччина	0	0,043	0,305	3,005	5,417	-
Чехія	1,290	1,894	2,695	4,603	5,195	403%

Джерело: побудовано автором на основі даних [43]

Характеризуючи дані, наведені у табл. 2.9, слід підкреслити, що впродовж 2017-2021 рр. географічна структура імпорту пива зазнала певних змін, оскільки на вітчизняний ринок почали активно виходити виробники з Мексики, Словаччини і Чехії, які доволі суттєво збільшили експорт пива до нашої країни за досліджуваний період. В цілому ж необхідно зауважити, що сукупний імпорт пива в Україну протягом 2017-2021 рр. зріс майже вдвічі (рис. 2.4).

Сукупний імпорт пива в Україну, млн. дол. США

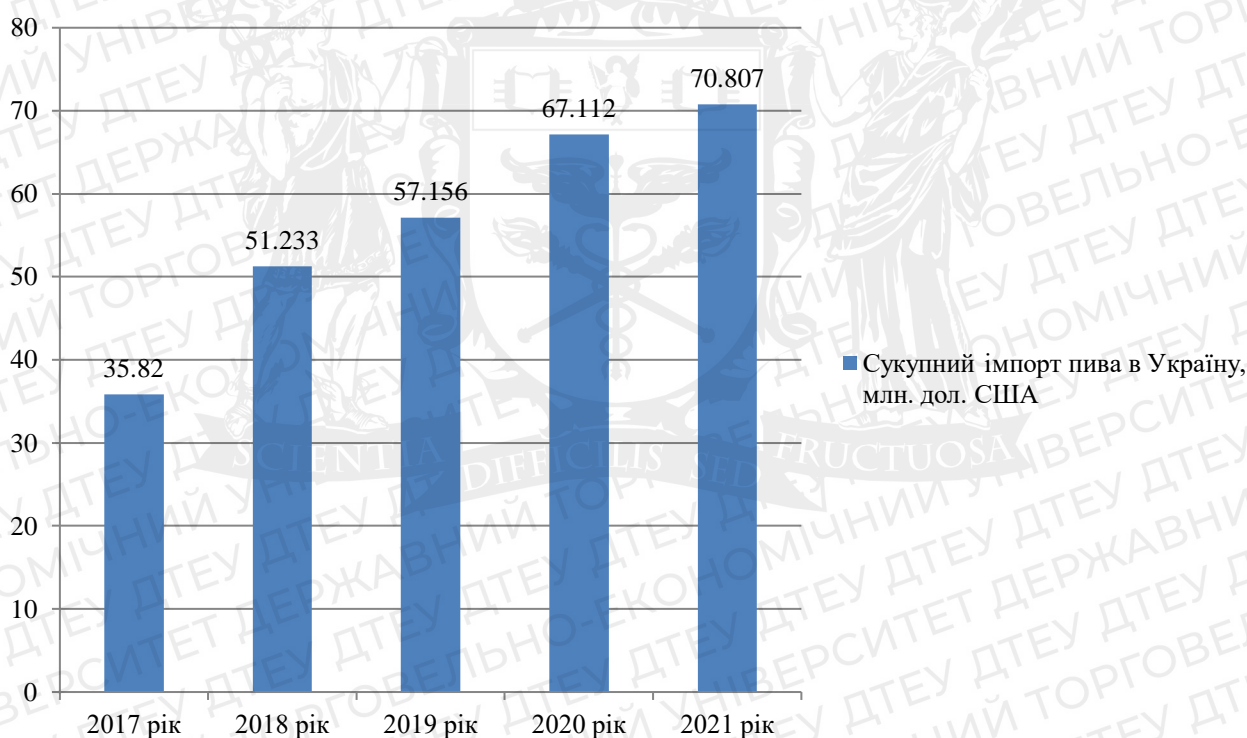


Рис. 2.4. Обсяги імпорту в Україну пива солодового за 2017-2021 рр., млн. дол. США

Джерело: побудовано автором на основі даних [43]

Якщо говорити про тенденції виробництва, споживання та імпорту пива в нашій країні, то необхідно наголосити, що впродовж 2017-2021 рр. частка імпортного пива на ринку України була відносно незначною, і складала близько 8-9% від обсягу споживання цього продукту (табл. 2.10).



**Виробництво, імпорт і споживання пива в Україні за 2017-2021 рр.**

Показник	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2021/ 2017, %
Сукупний імпорт, млн. дол. США	35,8	51,2	57,1	67,1	70,8	198%
Середньорічний курс гривні до долара США	26,59	27,20	25,84	26,96	27,29	103%
Сукупний імпорт, млн. грн.	952,4	1393,5	1476,9	1809,3	1932,3	203%
Виробництво пива в Україні, млн. грн.	17369,5	20546,4	23835,7	24214,0	23366,9	134%
Обсяги споживання пива в Україні, млн. грн.	12047,1	15359,1	18403,6	20356,2	22382,3	186%
Частка імпорту в структурі споживання, %	8%	9%	8%	9%	9%	-

Джерело: побудовано автором на основі даних [40; 56-57]

Підкреслимо також, що, пивоварна та виноробна галузі України – це розвинені галузеві ринки, що відзначаються значним потенціалом розвитку. Разом з тим, під впливом таких негативних факторів, як погіршення соціально-економічної ситуації в країні, зниження купівельної спроможності громадян, всесвітня боротьба з коронавірусною хворобою COVID-19, а також початок повномасштабних бойових дій Російської Федерації проти нашої країни, дані галузі зазнали істотних втрат та характеризуються негативними тенденціями. Окрім того, розвиток даних ринків стримується через зарегульованість процесу отримання ліцензій на виробництво алкогольних напоїв, у тому числі вина, пива та інших ферментованих напоїв; чинну акцизну політику та підвищення акцизної ставки, зокрема для пива; низький рівень державної підтримки та інших преференцій для виробників[44].

У результаті це призводить до збільшення регуляторного та податкового навантаження на виробників пивоварної та виноробної продукції та робить збитковими таку діяльність, що стимулює вітчизняні підприємства імпортувати зазначені види продукції, внаслідок чого обсяги імпорту суттєво зростають, що підтверджується даними табл. 2.8-2.9.

Якщо ж говорити про перспективи розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні, то в цьому ключі варто наголосити, що сьогодні у нашої держави є

значний потенціал для розвитку внутрішнього виробництва навіть попри активні бойові дії: вітчизняні виробники можуть бути представлені практично в усіх популярних сегментах алкогольних напоїв. Підтвердженням тому є національні та міжнародні відзнаки деяких українських вин і міцного алкоголю, які вони отримують у рамках престижних професійних конкурсів.

За спостереженнями Асоціації крафтових дистиляторів України, українці останніми роками стали більше цікавитися локальними напоями. Це говорить про початок формування культури споживання. Так само місцеві напої запитують у магазинах і барах іноземні гості, адже їм набагато цікавіше привезти як сувенір продукцію українського виробництва, зокрема й алкоголь. Вітчизняні крафтові дистилятори роблять багато напоїв із різними смаками, з натуральних інгредієнтів і високої якості. Деякі, особливо фруктові та виноградні дистиляти, здатні конкурувати з імпортними торговими марками[45].

Але, щоб стати на полиці в магазинах і почати співпрацювати з барами, кафе, ресторанами, нашим малим виробникам дистиляту не вистачає змін у законодавстві, вони просто не в змозі легально працювати за наявних умов. Так, виробництво алкоголю наразі регулює Закон України №481, де плодови, зернові дистиляти й алкогольні напої на їхній основі чітко не відображені[46]. Плодовий і зерновий дистилят, згідно із законодавчими актами та стандартами, згаданий здебільшого як допоміжна чи другорядна сировина, а не як високоякісний продукт, яким його вважають у розвинених країнах світу.

Така ситуація значно ускладнює оформлення й отримання всіх необхідних дозвільних документів. Сама процедура отримання ліцензії на виробництво алкогольних напоїв дуже складна та непідйомна для малих виробників, а обов'язкове отримання оптової ліцензії на продаж – це взагалі нереально для крафтовиків. Щоб українці почали частіше віддавати перевагу алкогольним напоям вітчизняного виробництва, наразі вітчизняним виробникам потрібна допомога держави. І така увага повернеться їй у вигляді податків, нових робочих місць і зниженні обсягів імпорту, що дозволить знизити тиск на курсову стабільність гривні.



### РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ОПЕРАЦІЇ ІМПОРТУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ З БЕЛЬГІЇ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

#### 3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту алкогольних напоїв з Бельгії

Хоча Бельгія забезпечує лише 1% світового виробництва пива, вона виробляє удесятеро більше цього продукту на душу населення, ніж у середньому у світі. Виробляючи за рік близько 2 мільярдів літрів пива, Бельгія не є найбільшим пивоваром у Європі (перше місце в даному випадку займає Німеччина), проте вона, безумовно, вирізняється завдяки різноманітності та універсальності своєї пивної культури. За деякими оцінками, у Бельгії налічується понад 400 різних сортів пива. Проте, враховуючи оборот пивоварних заводів, сорти пива, які вони виробляють, і те, наскільки локалізовано поширення невеликих пивоварень, майже неможливо точно знати, скільки існує сортів бельгійського пива.

Таким чином, Бельгія є джерелом багатьох пивних стилів та технологій. Їхній широкий спектр смаків, типів, процесів пивоваріння, використовуваних спецій та інгредієнтів є однією з основних причин, з яких бельгійське пиво залишається популярним серед споживачів та цінителів пива. Бельгійське пиво включає такі сорти пива, як lager, ale (Blond, Dubbel, Tripel, Quadrupel і т.д.), гібридні сорти, пива спонтанного бродіння Gueuze і Lambic, фламандське червоне (Flemish red), непередбачуване сезонне пиво (Saison), освіжаюче пшеничне (Wheat), що також називається білим (WhiteBlanche) пивом, зігріваюче зимове пиво, ігристе пиво Brute, пиво бочкової витримки і т.д.

Однією з особливостей пивоваріння Бельгії є різноманітність пива типу «ель» (Ale), які відрізняються від Lager, особливо поширеного в Чехії, Німеччині. Ale – це пиво верхнього бродіння (top fermented), одна з причин високого градуса – вторинна ферментація, тобто процес бродіння продовжується у пляшках, і це збільшує термін зберігання.

Необхідно підкреслити, що торговельна мережа «Сільпо» здійснює імпорту різноманітних видів і сортів пива 14 торгових марок (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

### Товарний асортимент пива, імпортованого з Бельгії ТОВ «Сільпо-Фуд»

Назва торгової марки	Об'єм упаковки	Тип упаковки
Hoegaarden	0,25 літра; 0,33 літра; 0,75 літра	скло
Leffe	0,33 літра; 0,5 літра	скло (0,33 літра), 0,5 літра (0,5 літра)
Cerna Hora	0,5 літра	скло
Petrus	0,33 літра	скло
Filou	0,25 літра	жерстяна банка
Kasteel	0,25 літра; 0,33 літра	жерстяна банка
Limburgse Witte	0,5 літра	жерстяна банка
Blanche De Namur	0,33 літра; 0,5 літра; 0,75 літра	скло (0,33 і 0,75 літра), жерстяна банка (0,5 літра)
Cornelissen	0,33 літра	жерстяна банка
Corsendonk	0,33 літра	скло
Chimay	0,33 літра	скло
Trappistes Rochefort	0,33 літра	скло
La Redoutable	0,33 літра	скло
Westmalle	0,33 літра	скло

Джерело: побудовано автором на основі даних [47]

Аналіз ринку виробників пива в Бельгії дозволив виявити доволі цікаву цінову пропозицію від компанії «Brasserie de Cazeau», яка пропонує пиво «Saison Cazeau» за акційною ціною 1,65 євро за скляну пляшку об'ємом 0,33 літра [48-49]. Припустимо в роботі, що досліджуване підприємство почне здійснювати імпорту операцію щодо ввезення пива «Saison Cazeau» виробника «Brasserie de Cazeau» з 01.07.2022 року. Зауважимо при цьому, що алгоритм організації зовнішньоторговельної операції при імпорту торговельною мережею «Сільпо» пива з Бельгії включає певні етапи, зокрема:

I етап: ТОВ «Сільпо-Фуд» надсилає запит до «Brasserie de Cazeau» про бажання придбати пиво (01.07.2022 р.).

II етап: «Brasserie de Cazeau» надсилає оферту (02.07.2022 р.).

III етап: ТОВ «Сільпо-Фуд» акцептує оферту (03.07.2022 р.).

IV етап: ТОВ «Сільпо-Фуд» укладає попередній договір на умовах СІР з формою платежу банківський переказ проти поставки товару і відсилає в



«Brasserie de Cazeau» один примірник (04.07.2022 р.). Особливості механізму здійснення платежу за контрактом наведено у Додатку В.

V етап: «Brasserie de Cazeau» акцептує та повертає підписаний проект контракту без змін чи доповнень (05.07.2022 р.).

VI етап: «Brasserie de Cazeau» передає в «ING Belgium» товаророзпорядчі документи (06.07.2022 р.).

VII етап: «ING Belgium» надсилає товаророзпорядчі документи ПАТ «Банк Восток», який перевіряє їх на відповідність (07.07.2022 р.).

VIII етап: ПАТ «Банк Восток» відправляє товаророзпорядчі документи ТОВ «Сільпо-Фуд» (08.07.2022 р.).

IX етап: ТОВ «Сільпо-Фуд» перевіряє документи на відповідність і акцептує (09.07.2022 р.).

X етап: Здійснення авансового платежу від ТОВ «Сільпо-Фуд» (10.07.2022 р.).

XI етап: ТОВ «Сільпо-Фуд» повідомляє «Brasserie de Cazeau» про готовність прийняти товар (11.07.2022 р.).

XII етап: «Brasserie de Cazeau» повідомляє ТОВ «Сільпо-Фуд» про готовність відвантажувати товар відповідно до базисних умов поставки СІР (12.07.2022 р.).

XIII етап: Переказ коштів через банківську установу від ТОВ «Сільпо-Фуд» на рахунок «Brasserie de Cazeau» (13.07.2022 р.).

XIV етап: «Brasserie de Cazeau» укладає договір з транспортно-експедиторською компанією «Grand Logistics Company» про доставку товару на свій склад, відповідно до якого «Grand Logistics Company» повинна здійснити усі розрахунки, які виникнуть у процесі транспортування (14.07.2022 р.).

XV етап: «Grand Logistics Company» направляє лист у страхову компанію, з якою укладено генеральний поліс щодо страхування вантажів, із проханням застрахувати обладнання на період його транспортування, а страховий поліс виписати на ТОВ «Сільпо-Фуд» (15.07.2022 р.).

XVI етап: «Grand Logistics Company» здійснює перевезення до території України, митне очищення товарів на території України та сплачує ПДВ (16.07.2022-22.07.2022 р.).

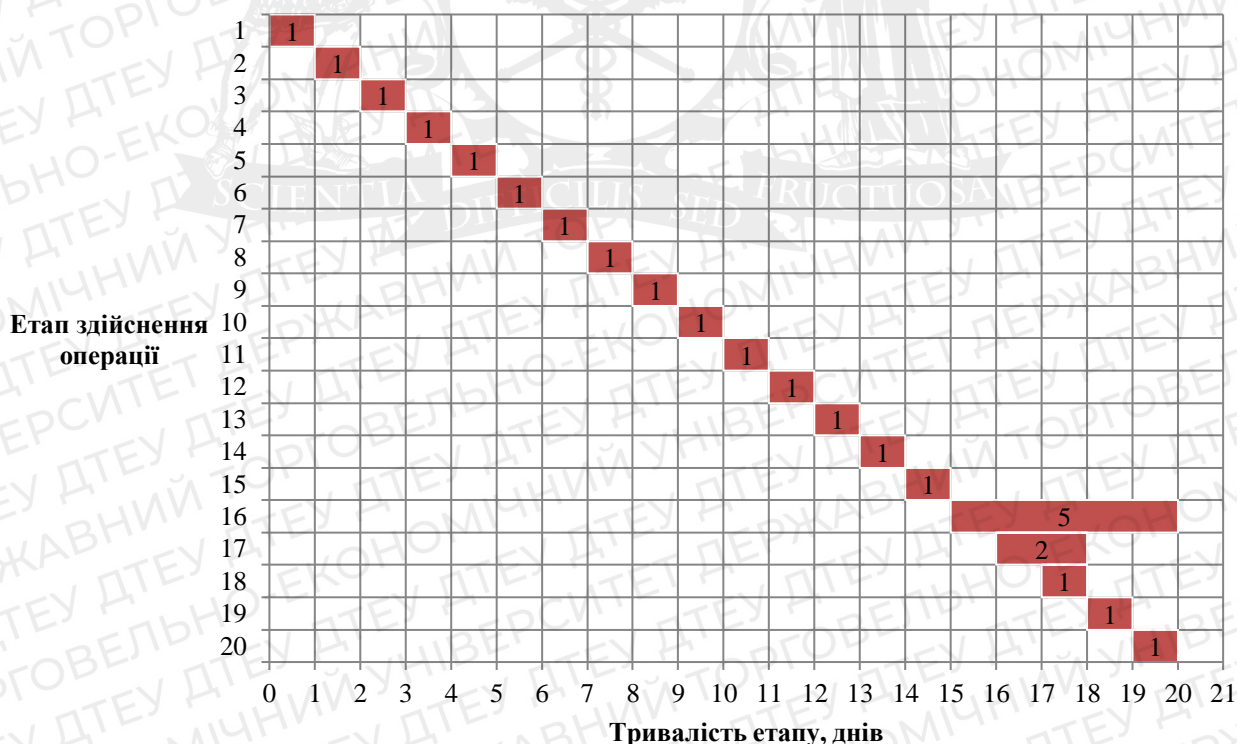
XVII етап: Транспортування продовжується на території України на склад ТОВ «Сільпо-Фуд» (23.07.2022-24.07.2022 р.).

XVIII етап: ТОВ «Сільпо-Фуд» дає доручення своєму банку здійснити переказ грошей за поставлений товар в банк експортера (25.07.2022 р.).

XIX етап: ПАТ «Банк Восток» здійснює переказ коштів до «ING Belgium» (26.07.2022 р.).

XX етап: «ING Belgium» інформує «Brasserie de Cazeau» про одержання коштів (27.07.2022 р.).

Відобразимо етапи здійснення операцій щодо імпорту пива торговельною мережею «Сільпо» графічно у вигляді діаграми Ганта (рис. 3.1).



**Рис. 3.1. Етапи здійснення імпортової операції щодо ввезення в Україну пива ТОВ «Сільпо-Фуд»**

Джерело: побудовано автором



Таким чином, можемо зробити висновок, що алгоритм організації зовнішньоторговельної операції при імпорті торговельною мережею «Сільпо» пива з Бельгії включає 20 послідовних етапів, а сама операція триває майже місяць (27 днів).

### **3.2. Прогнозна оцінка результативності операції імпорту алкогольних напоїв з Бельгії**

Характеризуючи методи здійснення імпорту пива, наголосимо, що, на нашу думку, торговельній мережі «Сільпо» доцільно у співпраці з «Brasserie de Cazeau» застосовувати прямий метод імпорту, оскільки в такому випадку досліджуване підприємство отримає можливість знизити вартість імпорту через відсутність комісії посередникам, зменшує можливі ризики від посередництва, може більш ретельно контролювати торгові операції. До того ж, прямі зв'язки надають низку інших переваг, зокрема, більш тісні контакти з виробником, краще знання кон'юнктури ринку тощо.

Що стосується базисних умов поставки майбутньої угоди, то, на нашу думку, найбільш доцільним варіантом вбачається використання умов СІР, оскільки, відповідно до цих умов продавець зобов'язаний оплатити витрати перевезення товару до названого місця призначення. Це означає, що покупець приймає на себе всі ризики та будь-які додаткові витрати, що можуть виникнути після здійснення поставки у вищезазначений спосіб. Однак за умовами терміна СІР на продавця покладається також обов'язок забезпечення страхування на користь покупця проти ризику втрати чи пошкодження товару під час перевезення. На нашу думку, такі умови є доволі цікавими для торговельної мережі «Сільпо», оскільки пиво постачається у скляній тарі, і існує доволі високий ризик її пошкодження під час транспортування. Таким чином, умови СІР є доволі прийнятними для торговельної мережі «Сільпо», оскільки досліджуване підприємство не несе жодної відповідальності за навантаження, транспортування і вивантаження пива.

Умовами СІР передбачено забезпечення продавцем надання покупцю певного переліку документів, зокрема, комерційного рахунку-фактури, договору перевезення, договору страхування, повідомлення про здійснення поставки товару. Крім того, передбачено також надання покупцю за власний рахунок, якщо так прийнято, звичайного(-их) транспортного(-их) документу(-ів) відповідного транспорту, щодо якого укладено договір перевезення.

Крім вищезазначених, товаросупровідними документами при здійсненні імпорتنих операцій щодо ввезення в Україну пива також є:

- копія контракту;
- митна накладна – є підставою для відшкодування експортного ПДВ або нарахування податкового кредиту при імпорті;
- пакувальний лист;
- сертифікат якості;
- сертифікат походження.

Основні дані щодо класифікації товару відповідно до УКТЗЕД та умов імпорту пива торговельною мережею «Сільпо» з Бельгії наведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2.

### Умови імпорту пива з Бельгії для ТОВ «Сільпо-Фуд»

Назва товару згідно УКТЗЕД	Пиво з солоду (солодове): - у посудинах місткістю 10 л або менше: - - в пляшках
Одиниця виміру основна	кілограм
Одиниця виміру додаткова	літр
Код товару згідно УКТЗЕД	2203 00 01 00
Ставка ввізного мита	0%
Акцизний податок	59,82 гривні за 1 літр 100-відсоткового спирту
Ставка єдиного збору (за автомобіль вантажопідйомністю 40 тон)	20 євро
Ставка єдиного збору (за проїзд автомобільними дорогами (за кожен кілометр проїзду))	0,4 євро
Ставка ПДВ	20%
Забезпечення сплати митних платежів (ПД)	Код документу: "1801" - ПД

Джерело: побудовано автором за даними [49-52] та Додатку К



Крім умов, зазначених у табл. 3.2, обов'язковою підставою для митного оформлення ввезення на територію України пива з Бельгії є наявність сертифікату походження товару "0954" - форми EUR.1.

Сертифікат вимагається для визначення необхідності застосування спеціальних заходів щодо імпорту цього товару або сплати антидемпінгового мита.

Варто наголосити, що при імпорті пива з Бельгії торговельна мережа «Сільпо» компанія «Brasserie de Cazeau» повинна забезпечити їх маркування, яке б містило інформацію для споживача, яка надає йому можливість здійснити вибір харчового продукту відповідно до власних потреб. Маркування харчового продукту виконується державною мовою. За рішенням досліджуваного підприємства поруч з текстом, викладеним державною мовою, може розміщуватися його переклад іншими мовами. У маркуванні можуть бути зазначені певні речовини та їх кількість без зазначення властивостей, які харчовий продукт має завдяки цим речовинам. У разі наявності у харчовому продукті генетично модифікованих організмів (далі – ГМО), якщо їх частка у харчовому продукті перевищує 0,9% в будь-якому інгредієнті харчового продукту, що містить, складається або вироблений з ГМО, маркування харчового продукту повинно включати позначку "з ГМО".

Здійснюючи прогностичну оцінку результативності операцій з імпорту пива для торговельної мережі «Сільпо» будемо виходити з умов, що досліджуване підприємство здійснює купівлю партії продукції у компанії «Brasserie de Cazeau» у обсязі 33 тони на умовах CIF, що передбачає доставку вантажу «під ключ» вантажним автомобілем компанією «Grand Logistics Company» з Тамльова у Бельгії, де розташовано пивне виробництво, до складу (розподільчого центру) торговельної мережі «Сільпо» у м. Київ. Підкреслимо, що автомобіль вантажопідйомністю 40 тон здатен за один раз транспортувати 100000 пляшок пива ємністю 0,33 літра, які розміщуються на ПЕТ-кейсах.

Здійснимо розрахунок вартості імпорту в Україну пива з Бельгії для торговельної мережі «Сільпо» за умов, що досліджуване підприємство

імпортуватиме 100000 пляшок пива «Saison Cazeau» за ціною 1,65 євро за скляну пляшку об'ємом 0,33 літра на умовах СІР з використанням послуг «під ключ» транспортно-логістичної компанії «Grand Logistics Company» [53]. При цьому зауважимо, що всі операції розраховуються у євро за курсом ПАТ «Банк Восток», який обслуговує торговельну мережу «Сільпо» [58]. Результати розрахунків наведемо у табл. 3.3.

Таблиця 3.3.

### Розрахунок вартості імпорту в Україну пива з Бельгії для ТОВ «Сільпо-Фуд»

Постачальник	«Brasserie de Cazeau»
Країна походження	Бельгія
Вміст спирту у 1 літрі напою	5%
Об'єм партії	33000 літрів
Вартість 1 літру пива	4,95 євро
Вартість партії	163350 євро
Умови поставки	СІР Київ
Мито	0 євро
Акциз за літр (в гривні)	2,99 грн./літр
Курс гривні до євро	30,56 грн./євро
Акциз за всю партію (в євро)	3228,7 євро
Вартість партії з урахуванням сплати акцизу	166578,7 євро
ПДВ	33315,74 євро
Вартість імпорту з ПДВ	199894,44 євро
Вартість брокерських послуг	100 євро
Сукупні витрати на імпорт	199994,44 євро

Джерело: побудовано автором

Показники, необхідні для здійснення прогнозної оцінки ефективності імпорту пива з Бельгії для торговельної мережі «Сільпо» за вище перелічених умов наведено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4.

### Оцінка ефективності імпорту в Україну пива з Бельгії для ТОВ «Сільпо-Фуд»

Показник	Значення
Ціна виробника	1,65 євро за пляшку 0,33 літра
Кількість імпортованих пляшок	100000
Собівартість імпорту одної пляшки	1,99 євро
Торговельна надбавка ТОВ «Сільпо-Фуд»	20%
Ціна продажу 1 пляшки імпортованого пива на ринку України	2,38 євро



Продовження табл. 3.4.

Вартість продажу 100000 пляшок пива на ринку України	238800 євро
Сума вкладених коштів у закупівлю партії пива	199994,44 євро
Ефект від імпорту	38805,56 євро

Джерело: побудовано автором

Прогнозні розрахунки економічної ефективності імпорту пива для торговельної мережі «Сільпо» наведено у табл. 3.5 (при здійсненні розрахунків припускаємо, що досліджуване підприємство кожного місяця імпортуватиме 100000 пляшок пива за незмінних умов і курс гривні до євро не змінюватиметься впродовж найближчих років, та складатиме 30,56 грн./євро).

Таблиця 3.5.

**Прогнозні показники ефективності імпорту з Бельгії пива ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2022-2024 рр., грн.**

Показник, грн.	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Дохід від реалізації імпортової продукції підприємства за місяць	7297728	7297728	7297728
Дохід від реалізації імпортової продукції підприємства за рік	87572736	87572736	87572736
Повна собівартість імпортової операції підприємства на місяць	6111830	6111830	6111830
Повна собівартість імпортової операції підприємства на рік	73341961	73341961	73341961
Валовий дохід від імпортової операції (ефект від імпорту) на місяць	1185897,9	1185897,9	1185897,9
Валовий дохід від імпортової операції (ефект від імпорту) на рік	14230775	14230775	14230775
Витрати на збут, адміністративні та інші витрати на рік	32841,6	29436,1	31756,4
Прибуток від імпортової операції до оподаткування	14197933,40	14201338,90	14199018,60
Сплата податку на прибуток	2555628,01	2556241,00	2555823,35
Чистий прибуток від імпортової операції	11642305,39	11645097,90	11643195,25
Коефіцієнт ефективності імпортової операції підприємства	1,19	1,19	1,19
Рентабельність імпортової операції підприємства	0,19	0,19	0,19

Джерело: побудовано автором

Розрахунки, наведені у табл. 3.5, свідчать про те, що за умов, наведених вище, вже у 2022 році торговельна мережа «Сільпо» зможе отримати чистий

прибуток від імпорту пива з Бельгії у розмірі понад 11,6 млн. грн. При цьому коефіцієнт ефективності імпортних операції підприємства складатиме 1,19, а значення показника рентабельності імпоротної операції складе 0,19, що, на нашу думку, є високим показником.





## ВИСНОВКИ

ТОВ «Сільпо-Фуд» (далі – торговельна мережа «Сільпо») входить до складу торгово-промислового холдингу Fozzy Group, який також включає гіпермаркети Fozzy, мережу продуктових магазинів «Фора», дискаунтери THRASH!, аптеки «Біла ромашка», магазини мобільного зв'язку Ringoo, ресторани, виробництва, і туристичну агенцію «Сільпо Вояж».

Основними видами діяльності за КВЕД, які здійснює торговельна мережа «Сільпо», є: роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання; оптова торгівля напоями.

Впродовж 2018-2020 рр. торговельна мережа «Сільпо» активно розвивалася і не лише розширювала торговельні площі власних супермаркетів, але й нарощувала показники сукупного торговельного обороту та доходу. Так, загальна кількість супермаркетів, яка входить до мережі «Сільпо», впродовж 2018-2020 рр. зросла на 15% (з 236 до 272 закладів), а їх загальна площа зросла на 16% (з 344,4 до 399,5 тис. м<sup>2</sup>). При цьому торговий оборот досліджуваної компанії зріс за період 2018-2020 рр. на 32% (з 37,7 до 49,7 млрд. грн.), а сукупний дохід збільшився на 23% (з 52,5 до 64,4 млрд. грн.).

Торговельна мережа «Сільпо» не лише здійснює продаж продукції вітчизняних виробників, але й активно імпортує різноманітні види товарів – від побутової хімії і кормів для тварин до екзотичних фруктів та елітних рибних делікатесів. Що ж стосується алкогольних напоїв, то варто підкреслити, що географія та товарна номенклатура їх імпорту є доволі широкою. За досліджуваний період географічна структура імпорту торговельної мережі «Сільпо» зазнала певних трансформацій. Так, частка країн Латинської Америки в загальній структурі експорту підприємства зросла з 2% у 2018 році до 8% у 2020 році, в той час як частка країн СНД, які є основним зарубіжним постачальником алкогольної продукції для торговельної мережі «Сільпо»,

скоротилася з 68% до 49%. В той же час, частка азійських країн не зазнала суттєвого збільшення (+3% впродовж 2018-2020 рр.), а частка США, Японії, Австралії та інших віддалених країн зростає з 1% до 10%, що свідчить про прагнення аналізованого підприємства диверсифікувати географію імпортованих поставок алкогольних напоїв.

Найбільш вагомими постачальниками алкогольної продукції для торговельної мережі «Сільпо» протягом 2018-2020 рр. були Грузія і Молдова, частка яких в загальній структурі експорту скоротилась відповідно на 7% і 10%, а також Німеччина і Вірменія, частка яких зменшилась відповідно на 3% і 8%. Разом з тим, за досліджуваний період аналізованому підприємству вдалося суттєво наростити поставки алкогольних напоїв з Мексики і США (з 0-1% до 8%).

Характеризуючи тенденції розвитку світового ринку алкогольних напоїв, було виявлено, що найбільш вагомими сегментами на ньому є вина, міцні алкогольні напої і пиво, а найбільшими споживачами є США (безумовний лідер за імпортом всіх видів алкоголю), Китай, Японія і найбільш розвинені країни ЄС (Німеччина, Франція, Італія). При цьому найбільш потужними експортерами алкогольної продукції на світовий ринок є ті ж таки США, інші країни «Великої сімки» (Італія, Франція, Канада), а також окремі країни Латинської Америки (Мексика, Чилі).

Впродовж 2017-2021 рр. ринок алкогольних напоїв в Україні щорічно зростає, і за досліджуваний період збільшився у 1,8 рази – з 37,8 до 68,3 млрд. грн. При цьому щорічно зростали обсяги продажів всіх без винятку товарних груп, зазначених у табл. 2.6, а найбільш суттєво (у 2,1 рази) збільшився продаж шампанського і слабоалкогольних напоїв.

Що ж стосується імпорту в нашу країну алкогольних напоїв, то слід зазначити, що впродовж 2017-2021 рр. Україна найбільш активно імпортувала міцні алкогольні напої і вина, які формували лівову частину імпорту алкоголю. При цьому найбільші обсяги імпортованих поставок припадали на міцні алкогольні напої, які наша країна імпортувала переважно з Європейських країн



У роботі було здійснено розрахунок вартості імпорту в Україну пива з Бельгії для торговельної мережі «Сільпо» за умов, що досліджуване підприємство імпортуватиме 100000 пляшок пива «Saison Cazeau» за ціною 1,65 євро за скляну пляшку об'ємом 0,33 літра на умовах СІР з використанням послуг «під ключ» транспортно-логістичної компанії «Grand Logistics Company». Розрахунки свідчать про те, що за умов, наведених вище, досліджуване підприємство отримає дохід від реалізації 100000 пляшок пива у розмірі 1185897,9 грн. При цьому прогностичні оцінки свідчать, що вже у 2022 році торговельна мережа «Сільпо» зможе отримати чистий прибуток від імпорту пива з Бельгії у розмірі понад 11,6 млн. грн. При цьому коефіцієнт ефективності імпортих операцій підприємства складатиме 1,19, а значення показника рентабельності імпортих операцій складе 0,19, що, на нашу думку, є високим показником.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Запитання та відповіді. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо»*. URL: <https://silpo.ua/faq?categoryId=4>(дата звернення: 18.04.2022)
2. Товариство з обмеженою відповідальністю "СІЛЬПО-ФУД". URL:<http://silpo-fud.emitents.net.ua/ua/>(дата звернення: 18.04.2022)
3. Звіт про управління за 2018 рік. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо»*. URL:[https://content.silpo.ua/uploads/2020/12/14/5fd75172d4736.PDF?\\_ga=2.6438261.631173012.1650215455-1825141790.1649967902](https://content.silpo.ua/uploads/2020/12/14/5fd75172d4736.PDF?_ga=2.6438261.631173012.1650215455-1825141790.1649967902)(дата звернення: 18.04.2022)
4. Звіт про управління за 2019 рік. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо»*. URL:[https://content.silpo.ua/uploads/2020/12/28/5fe9a3f979cse.pdf?\\_ga=2.47862240.631173012.1650215455-1825141790.1649967902](https://content.silpo.ua/uploads/2020/12/28/5fe9a3f979cse.pdf?_ga=2.47862240.631173012.1650215455-1825141790.1649967902)(дата звернення: 18.04.2022)
5. Звіт про управління за 2020 рік. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо»*. URL:[https://content.silpo.ua/uploads/2021/04/30/608bebf3bc36.pdf?\\_ga=2.25404628.7.631173012.1650215455-1825141790.1649967902](https://content.silpo.ua/uploads/2021/04/30/608bebf3bc36.pdf?_ga=2.25404628.7.631173012.1650215455-1825141790.1649967902)(дата звернення: 18.04.2022)
6. Фінансова звітність за 2019 рік. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо»*. URL:[https://content.silpo.ua/uploads/2020/12/14/5fd77f91ab747.pdf?\\_ga=2.24872249.6.631173012.1650215455-1825141790.1649967902](https://content.silpo.ua/uploads/2020/12/14/5fd77f91ab747.pdf?_ga=2.24872249.6.631173012.1650215455-1825141790.1649967902)
7. Фінансова звітність за 2020 рік. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо»*. URL:[https://content.silpo.ua/uploads/2021/04/30/608bd581266e4.pdf?\\_ga=2.2456425.63.631173012.1650215455-1825141790.1649967902](https://content.silpo.ua/uploads/2021/04/30/608bd581266e4.pdf?_ga=2.2456425.63.631173012.1650215455-1825141790.1649967902)
8. Алкоголь. Пиво. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо»*. URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(38\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(38))
9. Алкоголь. Вино. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо»*. URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(37\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(37))



10. Алкоголь. Віскі. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(28\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(28))
11. Алкоголь. Вина ігристі. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(35\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(35))
12. Алкоголь. Бренді, коньяк. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(23\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(23))
13. Алкоголь. Горілка. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(27\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(27))
14. Алкоголь. Слабоалкогольні напої. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(36\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(36))
15. Алкоголь. Ром. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(32\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(32))
16. Алкоголь. Лікер. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(30\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(30))
17. Алкоголь. Джин. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(29\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(29))
18. Алкоголь. Вермут, аперитив. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(26\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(26))
19. Алкоголь. Настоянки та бальзами. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(31\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(31))
20. Алкоголь. Текіла. *Офіційний сайт торговельної мережі «Сільпо».*  
URL:[https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort\\_side=price-asc&filter\\_SUB=\(33\)](https://shop.silpo.ua/category/alkogol-22?sort_side=price-asc&filter_SUB=(33))
21. Мазаракі А. А. Структурна переорієнтація зовнішньої торгівлі у системі факторів економічного зростання: монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 651 с.

22. Вівич О. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Львів: Афіна, 2014. 140 с.
23. Шереметинська О. В. Оцінка ефективності імпорتنих операцій підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 24. С. 97-100.
24. Алкогольні напої у 2022 – тренди, тенденції. *Офіційний сайт Інтернет-видання «Drinks»*. URL: <https://drinks.ua/news/alkogolni-napoї-u-2022-trendi-tendencii/>
25. Косар Н.С., Савченко Ю.Т., Кузьо Н.Є. Підвищення іміджу виробників пива в системі управління їх маркетинговою діяльністю. *Економіка та держава*. 2021. № 1. С. 98-103.
26. List of importers for the selected product. Product: 2203 Beer made from malt. *ITC Trade Map*. URL: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2203%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2203%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
27. List of exporters for the selected product. Product: 2203 Beer made from malt. *ITC Trade Map*. URL: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2203%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2203%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
28. Бабій О. М., Тимченко К. С. Тенденції розвитку світового та українського ринку продукції виноробства в сучасних умовах // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць; за ред. : М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2018. № 4 (68). С. 128-136.
29. Каламан О. Б. Формування конкурентоспроможної стратегії розвитку виноробних підприємств на світовому та вітчизняному ринках. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 50(2). С. 34-39.
30. List of importers for the selected product. Product: 2204 Wine of fresh grapes, incl. fortified wines; grape must, partly fermented and of an actual. *ITC Trade Map*.



URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

31. List of exporters for the selected product. Product: 2204 Wine of fresh grapes, incl. fortified wines; grape must, partly fermented and of an actual. *ITC Trade Map*.

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

32. List of importers for the selected product. Product: 2205 Vermouth and other wine of fresh grapes, flavoured with plants or aromatic substances. *ITC Trade Map*.

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2205%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2205%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

33. List of exporters for the selected product. Product: 2205 Vermouth and other wine of fresh grapes, flavoured with plants or aromatic substances. *ITC Trade Map*.

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2205%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2205%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

34. List of exporters for the selected product. Product: 2206 Cider, perry, mead and other fermented beverages and mixtures of fermented beverages and non-alcoholic. *ITC Trade Map*.

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2206%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2206%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

35. List of importers for the selected product. Product: 2206 Cider, perry, mead and other fermented beverages and mixtures of fermented beverages and non-alcoholic. *ITC Trade Map*.

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2206%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2206%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

36. List of importers for the selected product. Product: 2208 Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength of < 80%; spirits, liqueurs and other spirituous beverages (excluding compound alcoholic preparations of a kind used for the

manufacture of beverages). *ITC Trade Map.*

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

37. List of exporters for the selected product. Product: 2208 Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength of < 80%; spirits, liqueurs and other spirituous beverages (excluding compound alcoholic preparations of a kind used for the manufacture of beverages). *ITC Trade Map.*

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

38. Ринок алкогольної продукції. *Офіційний сайт Інтернет-видання «Рейтинг».* URL: <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/>

39. Аналіз ринку горілки України. 2021 рік. *Офіційний сайт консалтингово-дослідницької компанії «Pro-Consulting».* URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-vodki-ukrainy-2021-god>

40. Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами. *Офіційний сайт Державної служби статистики України.* URL:<http://www.ukrstat.gov.ua/>

41. List of supplying markets for a product imported by UkraineMetadata. Product: 2208 Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength of < 80%; spirits, liqueurs and other spirituous. *ITC Trade Map.*

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

42. List of supplying markets for a product imported by UkraineMetadata. Product: 2204 Wine of fresh grapes, incl. fortified wines; grape must, partly fermented and of an actual alcoholic strength of > 0,5% vol or grape must with added alcohol of an actual alcoholic strength of > 0,5% vol. *ITC Trade Map.*

URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c%7c2204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c%7c2204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)



43. List of supplying markets for a product imported by UkraineMetadata.  
Product: 2203 Beer made from malt. *ITC Trade Map*.  
URL:[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c2203%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c2203%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
44. Ринок ферментованих алкогольних напоїв. *Офіційний сайт Платформи ефективного регулювання*.  
URL:<https://regulation.gov.ua/dialogue/kontrol-i-nahlyad/73-rinok-fermentovanih-alkogolnih-napoiv>
45. Підтримати своїх: як розвивати український ринок крафтового алкоголю. *Офіційний сайт Інтернет-видання «Mind.ua»*.  
URL:<https://mind.ua/openmind/20235549-pidtrimati-svoyih-yak-rozvivati-ukrayinskij-rinok-kraftovogo-alkogolyu>
46. Закон України від 19.12.1995 № 481/95-ВР «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в в електронних сигаретах, та пального». *Офіційний сайт Верховної Ради України*.  
URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80#Text>
47. Saison Cazeau. *Офіційний сайт компанії The Belgian Beer Company*.  
URL: <https://www.thebelgianbeercompany.com/p/belgian-beers/saison-cazeau/>
48. Saison Cazeau. *Офіційний сайт компанії «Brasserie de Cazeau»*. URL:<https://brasserie-decazeau.be/en/saison-cazeau/>
49. Закон України № 674-IX від 04.06.2020 «Про Митний тариф України». *Офіційний сайт Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674-20#Text>
50. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. *Офіційний сайт Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
51. Закон України від 04.11.1999 № 1212-XIV «Про єдиний збір, який справляється у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон

України». *Офіційний сайт Верховної Ради України.* URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1212-14#Text>

52. Постанова КМУ № 461 від 21.05.2012 «Про затвердження переліку товарів, ввезення яких на митну територію та/або переміщення територією України транзитом здійснюється за умови обов'язкового надання митним органам забезпечення сплати платежів». *Офіційний сайт Верховної Ради України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/461-2012-%D0%BF#Text>

53. Доставка грузов из Бельгии в Украину и обратно. *Офіційний сайт «GrandLogisticsCompany».* URL: <https://glc.in.ua/nashi-uslugi/mezhdunarodnye-gruzoperevozki/evropa-mezhdunarodnye-gruzovye-perev/belgiya-ukraina-belgiya/>

54. Вітренко Н. С. Проблеми та перспективи розвитку ринку пива України. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука".* 2018. № 1(2). С. 11-17.

55. Петришин Н.З. Шляхи та способи покращання якості пива. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету.* 2017. Вип. 18. С.104-107.

56. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. *Офіційний сайт Національного банку України.* URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart?cn%5B%5D=USD>

57. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності. *Офіційний сайт Державної служби статистики України.* URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

58. Інформація щодо роботи Банку Восток. *Офіційний сайт ПАТ «Банк Восток».* URL: <https://bankvostok.com.ua/#/>



**ДОДАТКИ**



## ДОДАТОК А

Товарна та географічна структура імпорту алкогольних напоїв  
торговельної мережі «Сільпо»

Вид напою	Країна імпорту	Кількість імпортованих товарних позицій
Пиво	Італія	2
	Великобританія	33
	Іспанія	4
	Німеччина	56
	Бельгія	69
	США	10
	Ірландія	7
	Чехія	11
	Мексика	2
	Нідерланди	3
	Австрія	6
	Данія	8
	Литва	6
	Польща	4
Вино	Італія	106
	Великобританія	1
	Франція	110
	Іспанія	75
	Німеччина	18
	Грузія	46
	США	6
	Молдова	25
	Чилі	27
	Португалія	26
	Південна Африка	17
	Австралія	10
	Австрія	3
	Аргентина	8
	Греція	1
	Нова Зеландія	5
Словенія	3	
Хорватія	3	
Віскі	Італія	3
	Великобританія	97
	Іспанія	2
	США	35
	Ірландія	26
	Нідерланди	1
	Японія	4
	Канада	4
Вина ігристі	Італія	61
	Франція	17



	Іспанія	14
	Німеччина	3
	Грузія	7
	Молдова	10
Бренді, коньяк	Франція	18
	Іспанія	3
	Грузія	24
	Молдова	1
	Чехія	2
	Вірменія	12
	Греція	4
	Великобританія	3
Горілка	Німеччина	6
	Фінляндія	11
	Латвія	6
	Швеція	9
	Великобританія	18
Слабо- алкогольні напої	Франція	12
	США	1
	Ірландія	3
	Фінляндія	4
	Італія	10
Ром	Великобританія	5
	Франція	3
	Іспанія	4
	Німеччина	4
	Ямайка	8
	Куба	7
	Домініканська Республіка	6
	Коста-Ріка	3
	Нідерландські Антильські острови	2
	Сент-Люсія	2
	Філіппіни	1
	Сейшельські острови	1
	Лікер	Італія
Великобританія		3
Франція		1
Іспанія		11
Німеччина		1
Бельгія		1
США		9
Ірландія		7
Нідерланди		2
Естонія		1
Барбадос	1	
Джин	Італія	1
	Великобританія	17
	Іспанія	7
	Німеччина	2
	Нідерланди	3

Вермут, аперитив	Італія	15
	Великобританія	17
	Іспанія	7
	Німеччина	2
	Нідерланди	3
Настоянки та бальзами	Німеччина	5
	Чехія	6
	Латвія	3
Текіла	Мексика	13

Джерело: побудовано автором на основі даних [8-20]





## ДОДАТОК Б

### Методологічні підходи до розрахунку показників ефективності імпорتنних операцій підприємства

Назва показника	Формула	Коментар
Коефіцієнт ефективності імпорتنної операції підприємства	$K_{efi/o} = \frac{B_{imp}}{C_{imp}},$ де $B_{imp}$ – дохід від реалізації імпорتنної продукції підприємства; $C_{imp}$ – повна собівартість імпорتنної операції підприємства	Визначає рівень прибутковості для підприємства окремих імпорتنних операцій
Валютна ефективність імпорту	$E_{v.i} = \frac{\sum_{i=1}^n ЦРВи * Kii}{\sum_{i=1}^n Ци * Kii}$ де $E_{v.i}$ – валютна ефективність імпорту; $ЦРВи$ – ціна і-го товару на внутрішньому ринку; $Kii$ – обсяг імпорту і-го товару; $Ци$ – валютна ціна і-го товару	Базою порівняння слугує валютний курс, хоча й виконується порівняння зі значенням курсу за прямим котируванням
Економічний ефект імпорту	$E_{ei} = B_{imp} - C_{imp}$ де $E_{ei}$ – економічний ефект імпорту; $B_{imp}$ – дохід від реалізації імпорتنної продукції підприємства; $C_{imp}$ – повна собівартість імпорتنної операції підприємства	Вважається, що чим більше значення показника, тим більше підприємство отримує прибутку, а імпорتنну діяльність можна вважати ефективною
Рентабельність імпорту	$Pi = \frac{E_{ei}}{C_{imp}}$ де $Pi$ – рентабельність імпорту; $E_{ei}$ – економічний ефект імпорту; $C_{imp}$ – повна собівартість імпорتنної операції підприємства	Показує розмір прибутку від реалізації імпорту на 1 грн. витрат щодо його придбання

Джерело: побудовано автором на основі [21, с. 73-76; 22, с. 82; 23, с. 99]

## ДОДАТОК В

**Етапи реалізації платежу під час здійснення зовнішньоторговельної операції щодо імпорту пива з Бельгії торговельною мережею «Сільпо»**

Джерело: побудовано автором



**ДОДАТОК Д**  
**ДОГОВІР**  
**МІЖНАРОДНОЇ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ТОВАРІВ**

м. Київ

" 01" липня 2022 р.

«Brasserie de Cazeau»

(вказати найменування сторони)

що є юридичною особою за законодавством

Королівства Бельгія

(вказати державу)

(надалі іменується "Продавець"), в особі директора Гійома ДеНасра,

(вказати посаду, прізвище, ім'я, по батькові)

що діє на підставі статуту

(вказати: статуту, довіреності, положення тощо)

з однієї сторони, та

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "СІЛЬПО-ФУД",

(вказати найменування сторони)

що є юридичною особою за законодавством України (надалі іменується "Покупець"),  
в особі

директора Леська Ю. А.,

(вказати посаду, прізвище, ім'я, по батькові)

що діє на підставі статуту

(вказати: статуту, довіреності, положення тощо)

з іншої сторони, (в подальшому разом іменуються "Сторони", а кожна окремо –  
"Сторона") уклали цей Договір міжнародної купівлі-  
продажу товарів (надалі іменується "Договір") про таке.

### **1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ**

1.1. Впорядку та на умовах, визначених цим Договором, Продавець зобов'язується передати у власність Покупцеві, а Покупець зобов'язується прийняти у власність від Продавця на умовах СІР (згідно з Правилами ІНКОТЕРМС редакції 2020 р.) товари (надалі іменуються "товари") відповідно до специфікацій (надалі іменуються "специфікації"), які є додатками до цього Договору.

1.2. Кожна із Сторін гарантує, що на момент укладання цього Договору вона не є жодним чином обмеженою законом, іншим нормативним чи правозастосовчим актом, судовим рішенням або іншим, передбаченим відповідним чинним законодавством, способом в своєму праві укласти цей Договір та виконувати усі умови, визначені у ньому.

1.3. Продавець та Покупець відповідно підтверджують, що укладання цього Договору та виконання передбачених ним умов для Продавця і Покупця не суперечить нормам чинного в Україні законодавства, а для Продавця також – нормам законодавства країни місця знаходження останнього, у відповідності до яких здійснюється господарська або інша діяльність Сторін, а також відповідно підтверджують, що укладання цього Договору та виконання передбачених ним умов не суперечить цілям діяльності Сторін, положенням їх установчих документів чи інших локальних актів Сторін.

1.4. Місцем передання товарів Продавцем відповідному перевізнику:

м. Тамльов, Бельгія.

1.5. Місцем отримання товарів Покупцем від перевізника:

м. Київ, Україна.

1.6. Строк вчинення передбачених пп. 1.5 та 1.6 цього Договору дій передбачені відповідно

х специфікаціях.

1.7. Вид транспорту, що застосовується для перевезення товарів від Продавця Покупцеві:

автомобільний.

1.8. Про виконання передбаченої п. 1.5 дії Продавець має повідомити Покупця в строк 3 дні шляхом повідомлення.

## 2. ЦІНА ТОВАРІВ ТА ЗАГАЛЬНА СУМА ДОГОВОРУ

2.1. Цінина товарів визначаються євро (EUR) із урахуванням умов СІР.

2.2. Загальна сума Договору встановлюється відповідно до специфікацій і становить 1797 (одна тисяча сімсот дев'яносто сім) євро.

## 3. СТРОКИ І ДАТА ПОСТАВКИ

3.1. Товари повинні передаватися Покупцеві у строки, вказані у специфікаціях. Датою відвантаження вважається дата штемпелю транспортній накладній. Датою поставки товару є дата прибуття товару на адресу Покупця. Товари поставляються завчасно погодженими партіями.

## 4. ЯКІСТЬ ТОВАРІВ

4.1. Якість товарів повинна відповідати вимогам, зазначеним у специфікаціях, та узгодженим Покупцем і Продавцем стандартам технічних умов та підтверджуватися сертифікатами якості, виданими компетентними органами із заводу-виготовлювачем.

## 5. УПАКУВАННЯ ТА МАРКУВАННЯ

5.1. Упакування, в якому відвантажуються товари, повинно забезпечувати, за умови належного поводження, цілісність товарів при транспортуванні. На кожне місце Продавцем наноситься таке маркування: найменування Продавця, номер Договору, номер місця, вага бруто та нетто, номер серії та інші реквізити, завчасно повідомлені Покупцем Продавцеві.

## 6. УМОВИ ОПЛАТИ

6.1. Платежі за товари, мають бути здійснені євро безвідкличного документарного акредитива, відкритого за дорученням Покупця на користь Продавця банком - кореспондентом Уповноваженого банку і авізованого через Уповноважений банк.

6.1.1. Уповноваженим банком є ПАТ «Банк Восток».

6.2. Якщо акредитив буде відкритий банком, який не є кореспондентом Уповноваженого банку, Покупець зобов'язується забезпечити підтвердження акредитива банком-кореспондентом Уповноваженого банку.

6.3. Акредитив, що відкривається відповідно до цього Договору, підпорядковується Уніфікованим правилам і звичаям для документарних акредитивів у редакції 1993 року, опублікованим Міжнародною торговельною палатою за N500.

6.4. Акредитив має бути відкритий протягом/непізніше 5 днів від дати повідомлення Продавцем про те, що товар підготовлено до відвантаження, строком дії до 7, на загальну суму Договору.

6.5. Документи повинні бути подані Продавцем до Уповноваженого банку непізніше/протягом

5 днів від дати відвантаження товару.

6.6. Усі витрати, пов'язані з відкриттям, авізуванням, підтвердженням, продовженням строку, зміною умов та виконанням акредитиву, сплачує Покупець.

6.7. Якщо умови відкритого акредитива не відповідатимуть умовам цього Договору, Покупець за свій рахунок за дорученням Продавця має забезпечити внесення необхідних змін до умов акредитива в строк 3.



## 7. ПЕРЕДАННЯ ТА ПРИЙМАННЯ ТОВАРІВ

7.1. Порядок, строки та умови приймання та передання товарів за цим Договором передбачені в додатку N 1 до цього Договору.

## 8. ПРЕТЕНЗІЇ

8.1. Претензії можуть бути заявлені щодо якості - у разі невідповідності якості товарів передбаченим цим Договором вимогам, щодо кількості - у випадку невідповідності кількості товарів транспортним документам за вагою та кількістю місць. Покупець має право заявити Продавцеві претензію протягом 60 днів від дати отримання \_\_\_\_\_, яку Продавець розглядає протягом 30 днів та дає відповідь шляхом повідомлення в строк 2 дні \_\_\_\_\_ Документом, який підтверджує невідповідність якості товару передбаченим цим Договором вимогам або кількості товару документам про відвантаження, Сторони визнають акт, складений за участю торгово-промислової палати.

## 9. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН ЗА ПОРУШЕННЯ ДОГОВОРУ

9.1. У випадку порушення зобов'язання, що виникає з цього Договору (надалі іменується "порушення Договору"), Сторони несуть відповідальність, визначену цим Договором та (або) чинним в Україні законодавством.

9.1.1. Порушенням Договору є його невиконання або неналежне виконання, тобто виконання з порушенням умов, визначених змістом цього Договору.

9.1.2. Сторона не несе відповідальності за порушення Договору, якщо воно сталося не з її вини (умислу чи необережності).

9.1.3. Сторона вважається невинуватою і не несе відповідальності за порушення Договору, якщо вона доведе, що вжила всіх залежних від неї заходів щодо належного виконання цього Договору.

## 10. ДОДАТКОВІ УМОВИ

10.1. \_\_\_\_\_

## 11. АРБІТРАЖ

11.1. Усі спори, що пов'язані із цим Договором, вирішуються шляхом переговорів між представниками Сторін. Якщо спір неможливо вирішити шляхом переговорів, він вирішується в Міжнародному комерційному Арбітражі при Торговельно-промисловій палаті України. Мова арбітражу - українська. При цьому матеріальним правом для вирішення спорів за цим Договором є матеріальне право України.

## 12. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ

12.1. Сторона звільняється від визначеної цим Договором та (або) чинним в Україні законодавством відповідальності за повне чи часткове порушення Договору, якщо вона доведе, що таке порушення сталося внаслідок дії форс-мажорних обставин, визначених у цьому Договорі, за умови, що їх настання було засвідчено у визначеному цим Договором порядку.

12.1.1. Під форс-мажорними обставинами у цьому Договорі розуміються випадок, непереборна сила, атака жусів і інші обставини, які визначені у пп. 12.1.5 цього Договору як підстава для звільнення від відповідальності за порушення Договору.

12.1.2. Під непереборною силою у цьому Договорі розуміються будь-які надзвичайні події зовнішнього щодо Сторін характеру, які виникають без вини Сторін, поза їх волею або в супереччю до бажання Сторін, і які не можна за умови вжиття звичайних для цього заходів передбачити та

не можна при всій турботливості та обачності відвернути (уникнути), включаючи (але необмежуючись)

стихійні явища природного характеру (землетруси, повені, урагани, руйнування в результаті блискавки тощо), лиха біологічного, техногенного та антропогенного походження (вибухи, пожежі, вихід з ладу машин й обладнання, масові епідемії, епізоотії, епіфітотії тощо), обставини суспільного життя (війна, воєнні дії, блокади, громадські хвилювання, прояви тероризму, масові страйки та локаути, бойкоти тощо), а також видання заборонних або обмежуючих нормативних актів органів державної влади чи місцевого самоврядування, інші законні або незаконні заборонні чи обмежуючі заходи названих органів, які унеможливають виконання Сторонами цього Договору або тимчасово перешкоджають такому виконанню.

12.13. Під випадком у цьому Договорі розуміються будь-які обставини, які не вважаються

непереборною силою за цим Договором і які безпосередньо не обумовлені діями Сторін та не пов'язані із ними причинним зв'язком, які виникають без вини Сторін, поза їх волю або всупереч волі чи

бажанню Сторін, і які не можна за умов життя звичайних для цього заходів передбачити та не можна при всій турботливості та обачності відвернути (уникнути).

12.14. Не вважаються випадком недодержання своїх обов'язків контрагентом тієї Сторони, що порушила цей Договір, відсутність на ринку товарів, потрібних для виконання цього Договору, відсутність у Сторони, що порушила Договір, необхідних коштів.

12.2. Настання непереборної сили має бути засвідчено компетентним органом, що визначений чинним в Україні законодавством.

12.3. Сторона, що має намір послатися на форс-мажорні обставини, зобов'язана невідкладно із урахуванням можливостей технічних засобів миттєвого зв'язку та характеру існуючих перешкод повідомити іншу Сторону про наявність форс-мажорних обставин та їх вплив на виконання цього Договору.

12.4. Якщо форс-мажорні обставини та (або) їх наслідки тимчасово перешкоджають виконанню цього Договору, то виконання цього Договору зупиняється на строк, протягом якого воно є неможливим.

12.5. Якщо у зв'язку із форс-мажорними обставинами та (або) їх наслідками, за які жодна із Сторін не відповідає, виконання цього Договору є остаточно неможливим, то цей Договір вважається припиненим з моменту виникнення неможливості виконання цього Договору, однак Сторони не звільняються від обов'язку, визначеного у п. 12.4 цього Договору.

12.6. Якщо у зв'язку із форс-мажорними обставинами та (або) їх наслідками виконання цього Договору є тимчасово неможливим і така неможливість триває протягом 30 днів і не виявляє ознак припинення, то цей Договір може бути розірваний в односторонньому порядку будь-якою Стороною шляхом направлення за допомогою поштового зв'язку письмової заяви про це іншій Стороні.

12.7. Наслідки припинення цього Договору, в тому числі його одностороннього розірвання, на підставі пунктів 12.6 та 12.7 цього Договору визначаються у відповідності до чинного в Україні законодавства.

12.8. Своєю домовленістю Сторони можуть відступити від положень пунктів 12.6 та 12.7 цього Договору та визначити умови додаткової угоди до цього Договору своїм наступним діям щодо зміни умов цього Договору.

### 13. ДІЯ ДОГОВОРУ

13.1. Цей Договір вважається укладеним набиранням чинності з моменту його підписання Сторонами та його скріплення печатками Сторін.

13.2. Строк цього Договору починає свій перебіг у момент, визначений у п. 13.1 цього Договору та закінчується через 90 днів.

13.3. Закінчення строку цього Договору не звільняє Сторони від відповідальності за його



порушення, яке мало місце під час дії цього Договору.

13.4. Якщо інше прямо не передбачено цим Договором або чинним в Україні законодавством, зміни у цей Договір можуть бути внесені тільки за домовленістю Сторін, яка оформлюється додатковою угодою до цього Договору.

13.5. Зміни у цей Договір набирають чинності з моменту належного оформлення Сторонами відповідної додаткової угоди до цього Договору, якщо інше не встановлено у самій додатковій угоді, цьому Договорі або у чинному в Україні законодавстві.

13.6. Якщо інше прямо не передбачено цим Договором або чинним в Україні законодавством, цей Договір може бути розірваний тільки за домовленістю Сторін, яка оформлюється додатковою угодою до цього Договору.

13.7. Цей Договір вважається розірваним з моменту належного оформлення Сторонами відповідної додаткової угоди до цього Договору, якщо інше не встановлено у самій додатковій угоді, цьому Договорі або у чинному в Україні законодавстві.

#### 14. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

14.1. Усі правовідносини, що пов'язані із визначенням прав та обов'язків Сторін за цим Договором, дійсністю, виконанням та припиненням цього Договору, тлумаченням його умов, визначенням наслідків недійсності або порушення Договору, відступленням права вимоги та переведенням боргу узв'язку із цим Договором, регламентуються цим Договором та матеріальним правом, що є чинним в Україні, а також застосовними до таких правовідносин звичаями ділового обороту на підставі принципів добросовісності, розумності та справедливості.

14.2. Усі інші правовідносини, що виникають з цього Договору або пов'язані із ним, але не визначені у п. 14.1 цього Договору, регулюються у відповідності до п. 14.1 цього Договору, якщо інше

прямо не передбачене застосовними до цього Договору імперативними правовими нормами.

14.3. Сторони виключають застосування цього Договору Конвенції Організації Об'єднаних Націй про договір міжнародної купівлі-продажу товарів від 1 квітня 1980 року у повному обсязі.

14.4. Після підписання цього Договору всі попередні переговори за ним, листування, попередні договори, протоколи про наміри та будь-які інші усні або письмові домовленості Сторін з питань, що так чи інакше стосуються цього Договору, втрачають юридичну силу, але можуть братися до уваги при тлумаченні умов цього Договору.

14.5. Сторони несуть повну відповідальність за правильність вказаних ними у цьому Договорі реквізитів та зобов'язуються своєчасно у письмовій формі повідомляти іншу Сторону про їх зміну, а у разі неповідомлення несуть ризик настання пов'язаних із ним несприятливих наслідків.

14.6. Відступлення права вимоги та (або) переведення боргу за цим Договором однією із Сторін до третіх осіб допускається виключно за умови письмового погодження цього із іншою Стороною.

14.7. Додаткові угоди та додатки до цього Договору є його невід'ємними частинами і мають юридичну силу у разі, якщо вони викладені у письмовій формі, підписані Сторонами та скріплені їх печатками.

14.8. Всі виправлення за текстом цього Договору мають силу та можуть братися до уваги виключно за умови, що вони у кожному окремому випадку датовані, засвідчені підписами Сторін та скріплені їх печатками.

14.9. Цей Договір складений при повному розумінні Сторонами його умов та термінології українською мовою у двох автентичних примірниках, які мають однакову юридичну силу, – по одному для кожної із Сторін.

14.10. Цей Договір має переклад англійською мовою у двох примірниках – по одному для кожної із Сторін. У разі розбіжностей між українським та англійським текстами цього Договору, перевага відається україномовному варіантові.

## ДОДАТОК Ж

## Фінансова звітність ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2019-2020 рр.

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2020 року

Форма № 1

Код заДКУД

Актив	Код рядка	Примітк а	31 грудня 2020	31 грудня 2019
1	2	2а	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000	6	4 121 238	5 314 749
первісна вартість	1001		6 783 325	6 660 993
накопичена амортизація	1002		(2 662 087)	(1 346 244)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	123 481	92 844
Основні засоби	1010	7	10 644 721	8 931 420
первісна вартість	1011		15 577 186	11 646 233
знос	1012		(4 932 465)	(2 714 813)
Відстрочені податкові активи	1045	33	116311	72 702
Інші необоротні активи	1090	9	403 539	278 490
Усього за розділом I	1095		15 409 290	14 690 205
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	10	5 622 338	5 225 838
Векселі одержані	1120	11	1 270 258	576 903
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	12	3 207 687	3 110 798
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		498 673	457 106
з бюджетом	1135	13	19 900	27 657
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	6 775
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		-	31
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12	1 688 382	1 611 856
Поточні фінансові інвестиції	1160	14	1 307 484	890 683
Гроші та їх еквіваленти	1165	15	1 091 012	1 637 364
Інші оборотні активи	1190	16	120 450	466 070
Усього за розділом II	1195		14 826 184	14 004 306
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		-	-
Баланс	1300		30 235 474	28 694 511



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД» БАЛАНС  
(ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН) (ПРОДОВЖЕННЯ)

СТАНОМ НА 31 ГРУДНЯ 2020 РОКУ

(є тисячах українських гривень, якщо не вказано інаше)

Пасив	Код рядка	Примітка	31 грудня 2020	31 грудня 2019
1	2	а 2а	3	3
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	17	13 047 703	12 846 065
Капітал у дооцінках	1405			
Додатковий капітал	1410			
Резервний капітал	1415			
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420		(14 155 395)	(11 041 157)
Неоплачений капітал	1425			
Вилучений капітал	1430			
Усього за розділом I	1495		(1 107 692)	1 804 908
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>				
Довгострокові кредити банків	1510	18	2 752 820	739 204
Інші довгострокові зобов'язання	1515	18	9 532 866	8 391 700
Усього за розділом II	1595		12 285 686	9 130 904
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	18	-	85 464
Векселі видані	1605		1 300	3 700
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	18	2 506 766	2 747 845
товари, роботи, послуги	1615		14 440 624	13 363 898
розрахунками з бюджетом	1620		189 189	73 309
розрахунками зі страхування	1625		26 306	19 984
розрахунками з оплати праці	1630		89 223	70 722
за одержаними авансами	1635	20	558 718	410 510
Поточні забезпечення	1660	21	304 681	238 717
Інші поточні зобов'язання	1690	22	940 673	744 550
Усього за розділом III	1695		19 057 480	17 758 699
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>				
Баланс	1900		30 235 474	28 694 511

Директор  
ТОВ «Сільпо-Фуд»

Лесько Ю.А.

Головний бухгалтер ТОВ «Сільпо-Фуд»

Терещенко Т.І.

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

Форма № 2 Код за ДКУД I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	23	64 402 634	62 446 681
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	24	(47 249 897)	(47 340 607)
Валовий прибуток	2090		17 152 737	15 106 074
збиток	2095		-	-
Інші операційні доходи	2120	25	323 521	295 502
Адміністративні витрати	2130	26	(1 685 089)	(814 406)
Витрати на збут	2150	27	(15 581 479)	(12 940 168)
Інші операційні витрати	2180	28	(56 162)	(8 685)
Фінансовим результатом від операційної діяльності: прибуток	2190		153 528	1 638 317
збиток	2195		-	-
Дохід від участі в капіталі	2200		-	-
Інші фінансові доходи	2220	29	201 154	122 547
Інші доходи	2240	30	578 354	1 025 781
Фінансові витрати	2250	31	(2 225 413)	(2 105 372)
Втрати від участі в капіталі	2255	8	(22 025)	(106 091)
Інші витрати	2270	32	(1 843 445)	(306 599)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290			268 583
збиток	2295		(3 157 847)	
Витрати з податку на прибуток	2300	33	43 609	20 994
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305			
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350			289 577
збиток	2355		(3 114 238)	

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400			-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405			-
Накопичені курсові різниці	2410			-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415			-
Інший сукупний дохід	2445			-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450			-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455			-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460			-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		(3 114 238)	289 577



## ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)  
(ПРОДОВЖЕННЯ) ЗА РІК, ЯКИЙ ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2020 РОКУ

(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Матеріальні затрати	2500	24, 26, 27, 28	966 221	927 801
Витрати на оплату праці	2505	26, 27	6321 110	4 795 380
Відрахування на соціальні заходи	2510	26, 27	1 386 776	1 054 414
Амортизація	2515	26, 27	3 852 363	3 219 864
Інші операційні витрати	2520	26, 27, 28	4 796 260	3 836 959
Разом	2550		17 322 730	13 834 418

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600			
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605			
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610			
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615			
Дивіденди на одну просту акцію	2650			

Директор  
ТОВ «Сільпо-Фуд»

Головний бухгалтер ТОВ «Сільпо-Фуд»

Лесько Ю.А

Терещенко Т.І

## Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2019 року

Актив	Код рядка	Примітка	Форма № 1 Код за ДКУД		1801001
			31 грудня 2019	31 грудня 2018	1 січня 2018
I	2	2a	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>					
Нематеріальні активи	1000	6	5 314 749	6 521 684	77 682
первісна вартість	1001		6 660 993	6 551 512	87213
накопичена амортизація	1002		(1 346 244)	(29 828)	(9 531)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	92 844	128 806	51 065
Основні засоби	1010	7	8 935 275	1 831 818	1 373 541
первісна вартість	1011		11 646 233	2 788 097	1 909 238
знос	1012		(2 710 958)	(956 279)	(535 697)
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	8		305 687	609 600
Відстрочені податкові активи	1045	34	72 702	51 708	21 245
Інші необоротні активи	1090	9	278 490	377 078	131 915
Усього за розділом I	1095		14 694 060	9 216 781	2 265 048
<b>II. Оборотні активи</b>					
Запаси	1100	10	5 225 826	4 023 575	3 635 542
Векселі одержані	1120	11	576 903		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	12	3 110 799	2 855 267	1 884 846
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		457 128	488 186	355 876
з бюджетом	1135	13	27 699	178 897	127 783
у тому числі з податку на прибуток	1136		6 775	6 775	7 065
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		31	21	33
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12	1 611 860	3 078 912	118510
Поточні фінансові інвестиції	1160	14	890 683		
Гроші та їх еквіваленти	1165	15	1 637 364	1 183 908	1 028 557
Інші оборотні активи	1190	16	466 070	63 198	56 521
Усього за розділом II	1195		14 004 363	11 871 964	7 207 668
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>					
Баланс	1300	17	28 698 423	21 088 745	11 607 226



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»  
 БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН) (ПРОДОВЖЕННЯ)  
 СТАНОМ НА 31 ГРУДНЯ 2019 РОКУ  
 (в тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

Пасив	Код рядка	Примітка	31 грудня 2019	31 грудня 2018	1 січня 2018
1	2	2а	3	4	5
<b>I. Власний капітал</b>					
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	18	12 846 065	12 461 465	10
Капітал у дооцінках	1405				
Додатковий капітал	1410				
Резервний капітал	1415				
Нерозподілений прибуток (непокритий втратами)	1420		(11 018 563)	(11 308 140)	(10 327 571)
Неоплачений капітал	1425				
Вилучений капітал	1430				
Усього за розділом I	1495		1 827 502	1 153 325	(10 327 561)
<b>II. Довгострокові зобов'язання і</b>					
Довгострокові кредити банків	1510	19	739 204	1 890 718	2 428 195
Інші довгострокові зобов'язання	1515	19	8 391 700	202 284	4 542 778
Усього за розділом II	1595		9 130 904	2 093 002	6 970 973
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>					
Короткострокові кредити банків	1600	19	85 464	116 376	192 548
Векселі видані	1605		3 700	81 000	121 000
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	19	2 747 845	5 181 382	3 137 624
товари, роботи, послуги	1615		13 351 879	10 741 483	9 024 606
розрахунками з бюджетом	1620		73 231	46 944	37 073
розрахунками зі страхування	1625		19 984	15 210	12 421
розрахунками з оплати праці	1630		70 722	53 536	43 215
за одержаними авансами	1635	21	410 510	318 264	206 824
Поточні забезпечення	1660	22	238 717	169 768	107 943
Інші поточні зобов'язання	1690	23	737 965	1 118 455	2 080 560
Усього за розділом III	1695		17 740 017	17 842 418	14 963 814
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>					
	1700		-	-	-
Баланс	1900		№ 698 423	21 088 745	11 607 226

Директор

ТОВ «Сільпо-Фуд»

Головний бухгалтер ТОВ «Сільпо-Фуд»

Лесько Ю.А.

Терещенко Т.І.

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД» ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД) ЗА РІК, ЯКИЙ ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2019 РОКУ  
(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

Підприємство ТОВ «СІЛЬПО-ФУЛ»

Дата (рік, місяць, число)  
заСДРІОУ

КОДИ  
2020 1 01  
-ш40720198

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

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього
1	2	2а	3	4
Чистий лохіл від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	24	62 446 681	51 842 493
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	25	(47 340 607)	(39 797 896)
Валовий:	2090		15 106 074	12 044 597
прибуток				
збиток	2095			
Інші операційні доходи	2120	26	476 469	410 646
Адміністративні витрати	2130	27	(814 404)	(738 597)
Витрати на збут	2150	28	(12 940 168)	(10 164 364)
Інші операційні витрати	2180	29	(79 846)	(141 463)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190		1 748 125	1410 819
збиток	2195			
Дохід від участі в капіталі	2200			
Інші фінансові доходи	2220	30	122 547	
Інші доходи	2240	31	844 809	215 751
Фінансові витрати	2250	32	(2 105 372)	(2 115 785)
Втрати від участі в капіталі	2255	8	(106 091)	(303 789)
Інші витрати	2270		(235 435)	(181 011)
Фінансовий результат до оподаткування:	2290		268 583	
прибуток				
збиток	2295			(974 015)
Витрати з податку на прибуток	2300	34	20 994	30 463
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305			
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		289 577	
збиток	2355			(943 552)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД



Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього
1	2	2а	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		-	-
Накопичені курсові різниці	2410		-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		-	-
Інший сукупний дохід	2445		-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		289 577	(943 552)



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»  
ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)  
(ПРОДОВЖЕННЯ) ЗА РІК, ЯКИЙ ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2019 РОКУ  
(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інаше)

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Матеріальні затрати	2500	27, 28, 29	927 802	838 573
Витрати на оплату праці	2505	27,28	4 795 380	3 419 819
Відрахування на соціальні заходи	2510	27,28	1 054 414	754 841
Амортизація	2515	27,28	3 219 861	475 807
Інші операційні витрати	2520	27,28, 29	3 836 958	5 573 384
Разом	2550		13 834 418	11 044 424

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього
1	2	2а	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600			
Скоригована середньорічна кількість	2605			
Чистий прибуток (збиток) на одну просту	2610			
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615			
Дивіденди на одну просту акцію	2650			

Директор

ТОВ «Сільпо-Фуд»

Головний бухгалтер

ТОВ «Сільпо-Фуд»

Лесько Ю.А.

Терещенко Т.І.



## ДОДАТОК К

## Довідка по товару УКТЗЕД «Пиво з солоду (солодове)»

Назва товару відповідно до УКТЗЕД	Пиво з солоду (солодове): - у посудинах місткістю 10 л або менше: - - в пляшках
Код товару відповідно до УКТЗЕД	2203 00 01 00
Основна одиниця виміру	кг (код 166)
Додаткова одиниця виміру	л (код 112)
Ввізне мито (пільгова ставка )	0.05 EUR за л
Ввізне мито (повна ставка)	0.05 EUR за л
Зменшена ставка ввізного мита для країн ЄС	0 %
Ставка акцизного податку	59.82 грн. за літр 100% спирту
Ставка ПДВ	20%

Джерело: побудовано автором