

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ ПИВА З ЧЕХІЇ

(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м.Київ)

Студентки V курсу, 1 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Терлеєва Вікторія
Олексіївна

(підпис студента)

Науковий керівник
доцент, кандидат економічних
наук, доцент кафедри
міжнародного менеджменту

П'янкova Оксана
Василівна

(підпис наукового
керівника)

Гарант освітньої
програми
доцент, кандидат економічних
наук, доцент кафедри
міжнародного менеджменту

П'янкova Оксана
Василівна

(підпис гаранта)

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. кафедри _____

«__» _____ 20__ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентки
Терлеєвій Вікторії Олексіївни

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Організація імпорту пива з Чехії» (на матеріалах ТОВ «Епіцентр К»)

Затверджена наказом ректора від «06» грудня 2022 р. № 3276

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 16 січня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до випускної кваліфікаційної роботи:

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає в розробці та обґрунтуванні управлінського рішення щодо організації імпорту пива з Чехії.

Об'єктом дослідження є процес імпорту пива з Чехії.

Предметом дослідження виступає інструментарій реалізації імпортової поставки пива з Чехії.

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

– оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»;

– аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»;

– визначення основних тенденції розвитку світового ринку пива;

– дослідження ринку пива України;

– організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії;

– прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії.

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	До 15 листопада	
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	До 1 грудня	1 грудня
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 10 грудня	10 грудня
4	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 20 грудня	20 грудня
5	Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 3 січня	3 січня
6	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові	До 10 січня	10 січня
7	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	До 16 січня	16 січня
8	Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії	До 1 лютого	1 лютого
9	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	14 лютого	14 лютого

6. Дата видачі завдання « » _____ 2023 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи П'янова О.В.
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програм П'янова О.В.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент _____
(підпис студента)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота на тему «Організація імпорту пива з Чехії» виконана Терлеєвою Вікторією Олексіївною за матеріалами ТОВ «Епіцентр К».

Актуальність теми визначається необхідністю розвитку імпортної діяльності ТОВ «Епіцентр К» як суб'єкта ЗЕД, розробки заходів щодо підвищення ефективності.

Метою випускної кваліфікаційної роботи визначено обґрунтування організації імпорту пива з Чехії.

В процесі підготовки ВКР автором виконано наступні завдання: проведено оцінку фінансового стану суб'єкта ЗЕД; проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Епіцентр К»; досліджено стан та перспективи розвитку світового ринку пива, пивного ринку України; проаналізовано організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії, деталізовано умови контракту, проведено прогностичну оцінку ефективності імпортної операції.

Виконана Терлеєвою Вікторією Олексіївною ВКР за змістом та структурою відповідає вимогам випускової кафедри, рекомендована до захисту, має практичний характер, запропоновані автором заходи можуть бути використані у діяльності ТОВ «Епіцентр К».

За результатами підготовки випускна кваліфікаційна робота Терлеєвої Вікторії Олексіївни заслуговує на позитивну оцінку.

11. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Терлеєвої Вікторії Олексіївни може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

П'янкова О.В.

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

«___» _____ 2023 р.



АНОТАЦІЯ

Терлєєва В.О. «Організація імпорту пива з Чехії (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К»)». Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» ОП «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2023.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту пива з Чехії, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку пива, обґрунтування вибору Чехії як країни-експортера для реалізації імпорту пива ТОВ «Епіцентр К», реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності імпортих поставок пива з Чехії.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, імпорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, пиво, Чехія.

SUMMARY

Terlieieva V.O. «Organization of the import of beer from the Czech Republic (based on the materials of Epicenter K LLC)». Manuscript.

Graduation qualification work in the specialty «Management» educational program «Management of foreign economic activity». State University of Trade and Economics, Kyiv, 2023.

The final qualifying work is devoted to the practical aspects of organizing the import of beer from the Czech Republic, which includes: a study of the functioning of an enterprise-subject of foreign economic activity, an analysis of the global beer market, the rationale for choosing the Czech Republic as an exporting country for the sale of imported beer to Epicenter K LLC, the implementation of a management decision on import through organizational support and predictive assessment of the effectiveness of beer imports from the Czech Republic.

Key words: subject of foreign economic activity, import, management decision, organizational support, beer, Czech Republic.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»	10
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К».....	10
1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»	21
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ПИВА	27
2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку пива	27
2.2. Дослідження ринку пива України	38
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ПИВА З ЧЕХІЇ.....	44
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії.....	44
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії.....	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63
ДОДАТКИ	67

ВСТУП

Актуальність дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність є головним із чинників забезпечення сталого розвитку країни, адже рівень саме цієї діяльності впливає на константу економічних процесів, розвиток потенціалу та забезпечує високий рівень держави в цілому. Ця діяльність є основною складовою регулювання ринку і економічних процесів.

Імпорт – це операція закупівлі продукції, яка необхідна країні для покращення рівня розвитку та насичення внутрішнього ринку потрібними резервами. У 2018 році імпорт в Україні зріс на 15,2% - до 57,2 млрд доларів США. За 2019 рік приріс складав 6,3% - до 60,8 млрд доларів США. Через пандемію COVID-19 показники імпорту у 2020 році знизилися на 10,6% - до 54,3% млрд. доларів.

Основними групами імпорту стали машини і обладнання (11,6 млрд. доларів) та мінеральні продукти (8,6 млрд.доларів). Для України спад імпортової діяльності обумовлює значне зниження економічних потреб підприємства. Головними причинами спаду обсягу імпорту є: зниження на споживчому ринку попиту у зв'язку зі скороченням доходів населення та зростання цін на товари; скорочення поставок матеріалів і сировини виробничого підприємства.

Імпорт є важливим для України, адже це підтримка міжнародних зв'язків та товарообороту різних країн. На цікавість українського споживача впливає багато факторів і в тому числі закордонні товари на внутрішньому ринку, включаючи слабоалкогольні напої та пиво.

Пиво допомагає запобігти хворобам серця, збільшуючи рівень ліпопротеїнів високої щільності (ЛПВЩ), також пиво – це «хороший холестерин». Крім того, вітамін В6 (піридоксин), що міститься в пиві, може допомогти знизити рівень гомоцистеїну, хімічної речовини, яка вважається одним із факторів ризику серцевих захворювань. Тому тема обґрунтування

організації імпорту пива з Чехії є актуальною та потребує подальшого дослідження.

Вагомий внесок у дослідження проблем теорії і практики вдосконалення організації імпорту пива з Чехії віднесено праці таких дослідників як: В. О. Білінчук, А. А. Брояка, Н. С. Вітренко, Г. М. Дроздова, В. В. Козик та інші.

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає в розробці та обґрунтуванні управлінського рішення щодо організації імпорту пива з Чехії.

Реалізація мети дослідження обумовила постановку та вирішення наступних завдань:

- провести оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»;
- проаналізувати імпорту діяльність ТОВ «Епіцентр К»;
- визначити основні тенденції розвитку світового ринку пива;
- провести дослідження ринку пива України;
- дослідити організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії;
- провести прогнозну оцінку результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії.

Об'єктом дослідження є процес імпорту пива з Чехії.

Предметом дослідження виступає інструментарій реалізації імпортової поставки пива з Чехії.

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі та нормативно-методичні документи щодо організації імпорту пива з Чехії, аналітичні матеріали ТОВ «Епіцентр К» та Інтернет-ресурси.

Практичне значення дослідження. Запропоновані у роботі розрахунки та дослідження зовнішнього ринку пива, пошук потенційного партнера може стати у нагоді для торговельної мережі «Епіцентр К» та бути використано у практичній діяльності з організації імпорту пива.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Основний текст роботи становить 53 сторінки, в тому числі 16 таблиць, 18 рисунків. Список використаних джерел містить 35 найменувань, викладених на 4 сторінках. Робота містить 4 додатки на 10 сторінках.



РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

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

ТОВ «Епіцентр К» – абсолютний лідер українського ринку роздрібної торгівлі, один із найбільших гравців на ринку роздрібної торгівлі в цілому, а також один із найбільших агрохолдингів країни [28].

Компанія ТОВ «Епіцентр К» заснована у 2003 році. Головний офіс знаходиться у м. Київ, Україна. Компанія «Епіцентр К», на додаток до мережі «Епіцентр», з 2013 року компанія володіє мережею однойменних гіпермаркетів DIY-формату Нова Лінія на території України [28].

Організаційно-правова форма ТОВ «Епіцентр К» – товариство з обмеженою відповідальністю [28].

Форма власності ТОВ «Епіцентр К» – недержавна власність [28].

Види діяльності ТОВ «Епіцентр К» за КВЕД:

Основний вид діяльності ТОВ «Епіцентр К» за КВЕД: 47.78 Роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах.

Інші види діяльності ТОВ «Епіцентр К» за КВЕД:

10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання.

10.11 Виробництво м'яса.

10.12 Виробництво м'яса свійської птиці.

10.13 Виробництво м'ясних продуктів.

10.20 Перероблення та консервування риби, ракоподібних і молюсків.

10.31 Перероблення та консервування картоплі та ін. [28].

Характеристика форми та напрямів діяльності ТОВ «Епіцентр К» наведена в табл. 1.1 [28].

**Характеристика форми та напрямів діяльності ТОВ «Епіцентр К»
станом на 31.12.2021 р.**

Повна назва компанії	Товариство з обмеженою відповідальністю «Епіцентр К»
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
ЄДРПОУ	32490244
Рік заснування	2003
Керівник	Михайлишин Петро Йосипович
Види діяльності за КВЕД	47.78 Роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах

Джерело: побудовано автором на основі [28]

До основних напрямів діяльності ТОВ «Епіцентр К» належать: оптова та роздрібна торгівля; транспорт та складське господарство; тимчасове розміщування і організація харчування; операції з нерухомим майном; інформація та телекомунікації; діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування; зовнішньоекономічна діяльність.

Аналізуючи процес облікового забезпечення ланцюга поставок на підприємстві ТОВ «Епіцентр К», слід зазначити, що весь управлінський облік ланцюгів постачання проводиться під керівництвом головного бухгалтера підприємства ТОВ «Епіцентр К». Оскільки всі операції з постачання несуть за собою певні фінансові витрати, що, у свою чергу, контролюється обліковою звітністю. До облікового забезпечення процесу постачання на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» відносяться наступні види: витрати на управління процесами матеріальної підготовки виробництва; витрати на придбання матеріалів; витрати на зберігання та відпуск матеріалів (витрати на утримання складів з деталізацією статей, транспортні витрати на доставку матеріалів в цехи, фізичні збитки при зберіганні та переміщенні та переміщенні, втрати від псування матеріалів понад норми фізичних збитків). До облікового забезпечення процесу постачання на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» належить також і документальне оформлення усіх процесів пов'язаних з ланцюжком постачання. Що стосується організації руху документів з обліку на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» надходження

матеріальних цінностей в обліковому процесі, то тут основне завдання – це оптимізація каналів передачі та зв'язку облікових осередків – виконавців. Ці канали на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» проходять від фіксації кожного окремого носія облікової інформації (тобто документа) до узагальненої характеристики потоків інформації (реєстри у вигляді звітів).

У процесі постачання на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» застосовується рахунок-фактури типових форм №868 і №868а, особливістю яких є те, що вони виконували роль товарно-супровідного документа. Важливим документом в процесі облікового забезпечення постачання на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» є ведення облікового журналу, в якому зазначаються усі процес пов'язані з ланцюжком постачання. Оскільки підприємство ТОВ «Епіцентр К» має надзвичайно велику кількість постачальників товарів для всіх магазинів, то ведення журналу обліку, є невід'ємною складовою облікового забезпечення процесів пов'язаних з ланцюжком постачання [28]. Враховуючи слабку відповідність учасників ринку потребам ринку, є можливість завоювати «свою нішу» ринку, збільшити обсяг продажів, усунувши проблемні місця, привівши свою діяльність у відповідність до потреб ринку. Дослідження критеріїв при виборі місця здійснення покупки дало наступні дані про критерію вибору споживачами місця здійснення покупки продукції (рис. 1.1).

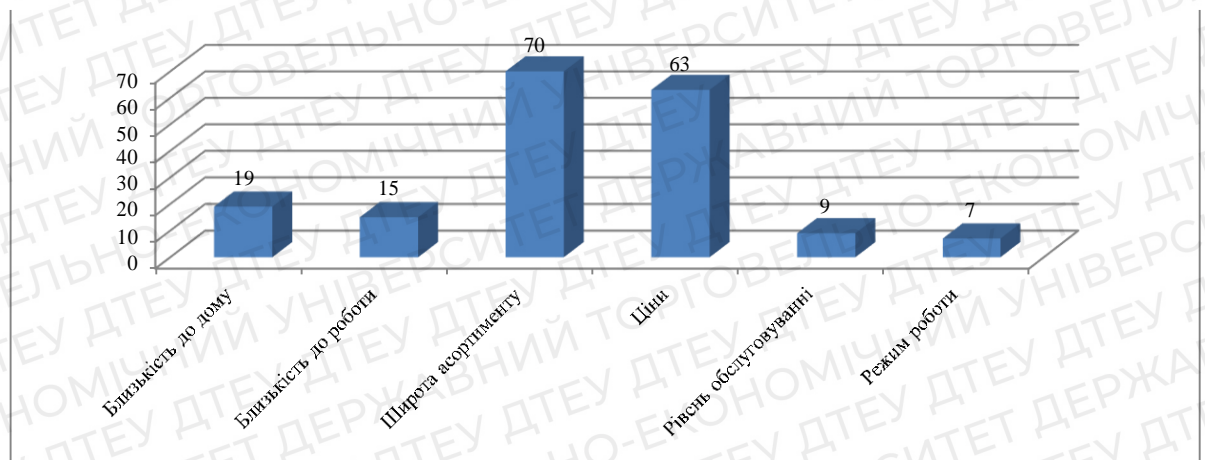


Рисунок 1.1. Найбільш значущі критерії при виборі місця здійснення покупки в ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Виходячи з цього, можна зробити висновок про те, що споживачі продукції в основному вибирають місце для здійснення покупки по двом критеріям: широта асортименту (70% – відповіло респондентів), і рівень цін (63% – відповіло респондентів). В основному покупка включає в себе сильну емоційну складову: 59% респондентів здійснюють покупку продукції спонтанно. Відповідно 41% респондентів планують свою покупку, здійснюючи раціональний вибір.

На підставі аналізу побудуємо загальний портрет споживача продукції (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Портрет споживача продукції в ТОВ «Епіцентр К»

Показник	Характеристика
Гендерна ознака	Більшість покупців – жінки.
Вік	Мінімальний вік покупця продукції становить 18 років, а відповідно максимальний – 62 роки. Середній вік покупця дорівнює 32-33 роки. Ядро покупців продукції становить від 20 років до 37 років.
Матеріальний стан	Більшість споживачів продукції є люди з рівнем доходу нижній MEDIUM, що відповідно, складає приблизно від 2000 грн. до 3000 грн. на члена сім'ї.
Соціальний статус	Службовець з числа фахівців, учень / студент, керівник середньої ланки.
Споживчі переваги	В цілому споживачі бажають купувати функціональну електротехніку та побутову техніку.
Ціль придбання	На продовольчу продукцію рідним, друзям-кичанам; для друзів і знайомих з інших міст
Частота	1) Купівля відбувається з нагоди: коли споживач здійснює покупку на продовольчу продукцію до якого-небудь свята або знаменної події, або коли споживач збирається їхати в гості до своїх друзів і знайомих в інші міста. 2) Купівля здійснюється рідко – 1 раз в два роки і більше. 3) Купівля здійснюється з частотою 2 рази на рік
Середні витрати	Від 300 до 500 грн.
Місця покупки і бажані місця покупки	Найбільш бажані місця здійснення покупки: великий торговий центр та магазин поруч з будинком.
Значущі критерії при виборі місця здійснення покупки	Широта асортименту, рівень цін.
Тип здійснення покупки	Покупка здійснюється як спонтанно, так і заплановано.

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Таким чином, ТОВ «Епіцентр К» має свою купівельну аудиторію, яка формується під впливом різних факторів: доходу споживача, статі, віку та уподобань. Для більшості магазинів характерно те, що основними споживачами є жінки. Дохід при цьому – середній. Певну частку (від 30 до 60%) складають постійні покупці товарів. Інші характеристики покупця залежать від переваг клієнта і асортименту магазину. Місцезнаходження і асортимент визначають основних відвідувачів магазину.

Позитивним моментом в діяльності ТОВ «Епіцентр К» є наявність відділу маркетингу, де розробляють маркетингові стратегії; аналізують положення підприємства на ринку; досліджують існуючі мережі збуту і системи постачання; виявляють ключові внутрішні і зовнішні проблеми підприємства і розробляють оптимальні способи їхнього вирішення, а також організують рекламні заходи і стимулювання збуту.

Отже, проведене дослідження дозволило встановити пріоритети споживачів, які впливають на вибір ними торговельного підприємства та їх відношення до окремих елементів системи маркетингових комунікацій. Розуміння поведінки споживача та його пріоритетів слугуватиме знаряддям прийняття ефективних маркетингових рішень та дасть можливість ТОВ «Епіцентр К» створити дієву систему конкурентних переваг.

Проведемо аналіз динаміки валюти Балансу в ТОВ «Епіцентр К» (рис. 1.2), використовуючи дані Додатків А-Б.



**Рисунок 1.2. Динаміка валюти Балансу в ТОВ «Епіцентр К»
упродовж 2018-2020 рр. (тис. грн.)**

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Упродовж 2018-2020 рр. відбулося збільшення валюти Балансу в ТОВ «Епіцентр К» на 14398869 тис. грн. або на 47,79%, що сталося у зв'язку із зростанням необоротних активів підприємства на 10285715 тис. грн. або на 86,99% та збільшенням оборотних активів на підприємстві на 4110543 тис. грн. або на 22,46%.

Динаміка складових необоротних активів ТОВ «Епіцентр К» представлена на рис. 1.3.

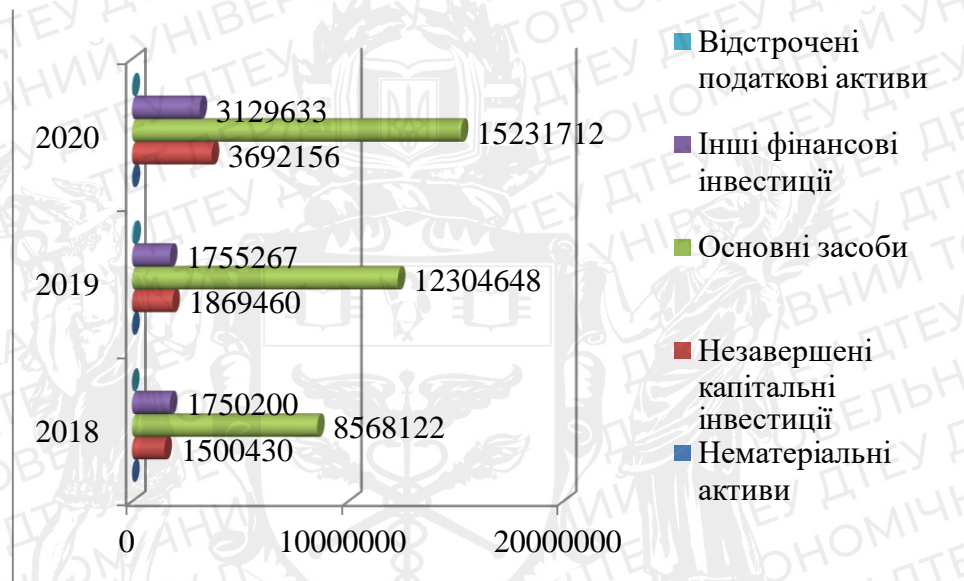
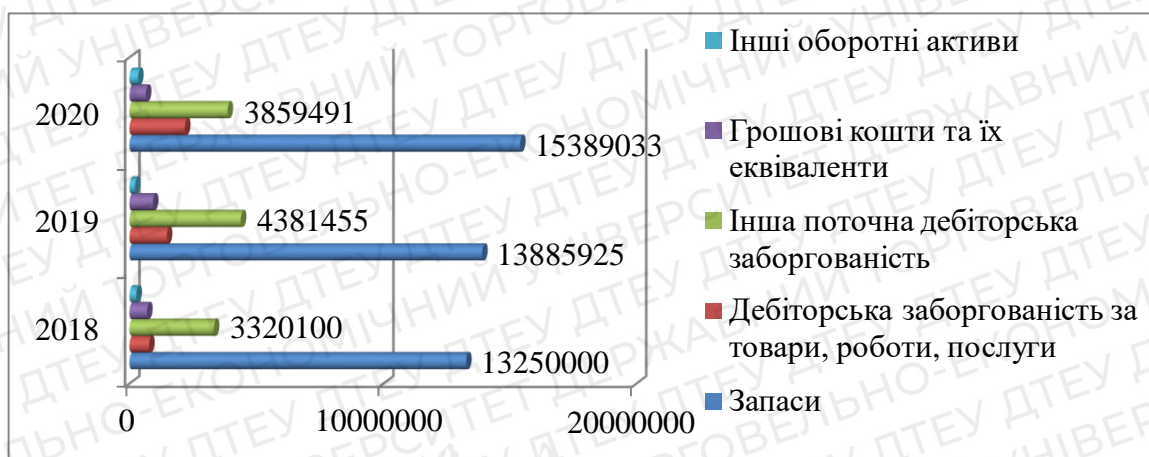


Рисунок 1.3. Динаміка складових необоротних активів ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 рр. (тис.грн)

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Отже, упродовж 2018-2020 рр. спостерігаємо збільшення необоротних активів ТОВ «Епіцентр К» на 10285715 тис. грн. або на 86,99%, що відбулося за рахунок зростання нематеріальних активів на 27850 тис. грн., незавершених капітальних інвестицій на 2191726 тис. грн. та основних засобів на 6663590 тис. грн.

Динаміка складових оборотних активів ТОВ «Епіцентр К» представлена на рис. 1.4.

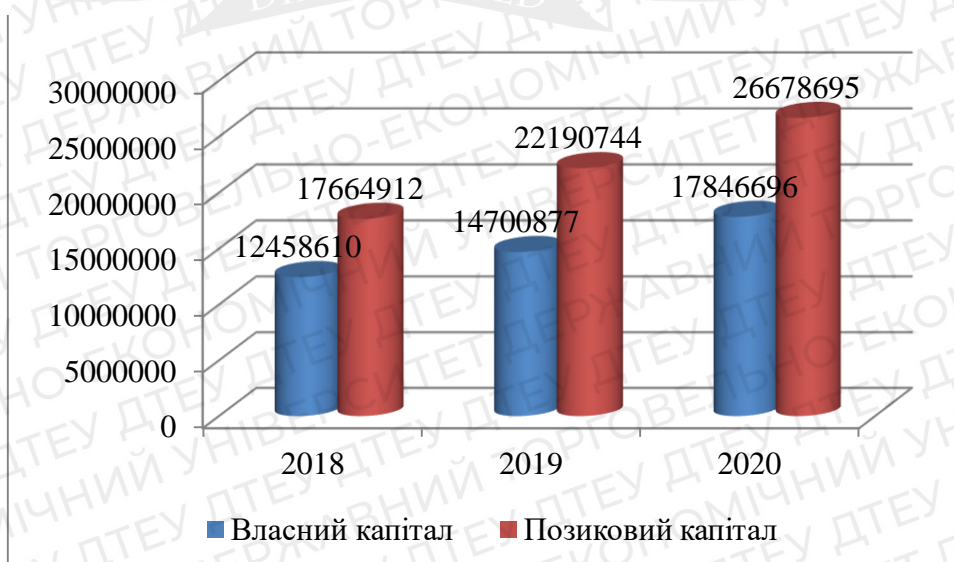


**Рисунок 1.4. Динаміка складових оборотних активів
ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 рр., тис. грн.**

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Упродовж 2018-2020 рр. відбулося зростання таких складових оборотних активів ТОВ «Епіцентр К» як: запасів на 2139033 тис. грн. або на 16,14%; дебіторської заборгованості на 1951871 тис. грн. або на 47,72%; інших оборотних активів на 66837 тис. грн. або на 24,75%.

Аналізуючи пасиви ТОВ «Епіцентр К», варто відзначити, що упродовж 2018-2020 рр. спостерігаємо зростання фінансових ресурсів підприємства на 14398869 тис. грн. або на 47,79% (рис. 1.5).



**Рисунок 1.5. Динаміка складових капіталу ТОВ «Епіцентр К» за
2018-2020 рр., тис. грн.**

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Так, упродовж 2018-2020 рр. збільшення капіталу ТОВ «Епіцентр К» відбулося у зв'язку із зростанням власного капіталу на 5388086 тис. грн. або на 43,25% та позикового капіталу на 9013783 тис. грн. або на 51,03%.

Використовуючи дані офіційної фінансової звітності підприємства (додатки А-Б) проаналізуємо основні показники Звіту про фінансові результати ТОВ «Епіцентр К» (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Динаміка основних показників Звіту про фінансові результати в ТОВ «Епіцентр К» станом на 31.12.2018 – 31.12.2020 рр. (тис. грн.)

Показники	Станом на 31.12.2018	Станом на 31.12.2019	Станом на 31.12.2020	Відхилення 2020 / 2018 рр.	
				Абс. відх., тис. грн.	Відн. відх., %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	41400220	43979194	50382425	8982205	21,70
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	30400580	30814751	35593670	5193090	17,08
Валовий прибуток	10999640	13164443	14788755	3789115	34,45
Інші операційні доходи	260235	530835	737243	477008	183,30
Адміністративні витрати	540040	751814	872759	332719	61,61
Витрати на збут	6623200	7985945	8648047	2024847	30,57
Інші операційні витрати	396373	254271	920408	524035	132,21
Фінансові результати від операційної діяльності	3700262	4703248	5084784	1384522	37,42
Інші фінансові доходи	180000	3851	211555	31555	17,53
Інші доходи	52000	354733	554085	502085	965,55
Фінансові витрати	91550	250094	295646	204096	222,93
Втрати від участі в капіталі	0	24516	0	0	x
Інші витрати	210000	363438	1438592	1228592	585,04
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	3630712	4423784	4116186	485474	13,37
Податок на прибуток від звичайної діяльності	670000	821675	944982	274982	41,04
Чистий прибуток	2960712	3602109	3171204	210492	7,11
Елементи операційних витрат					
Матеріальні затрати	750000	887499	1254935	504935	67,32
Витрати на оплату праці	3950230	4711766	5208532	1258302	31,85
Відрахування на соціальні заходи	805124	952162	1056667	251543	31,24
Амортизація	602365	1096995	1667998	1065633	176,91
Інші операційні витрати	1806236	2581842	3465135	1658899	91,84
Всього операційних витрат	7913955	10230264	12653267	4739312	59,89

Джерело: розраховано автором на фінансовій звітності ТОВ «Епіцентр-К» (Додатки А-Б).

Отже, у 2020 р., порівняно з 2018 р., спостерігаємо зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Епіцентр К» на 8982205 тис. грн. або на 21,70%. Також упродовж 2018-2020 рр. відбулося зростання собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 5193090 тис. грн. або на 17,08% (рис. 1.6).

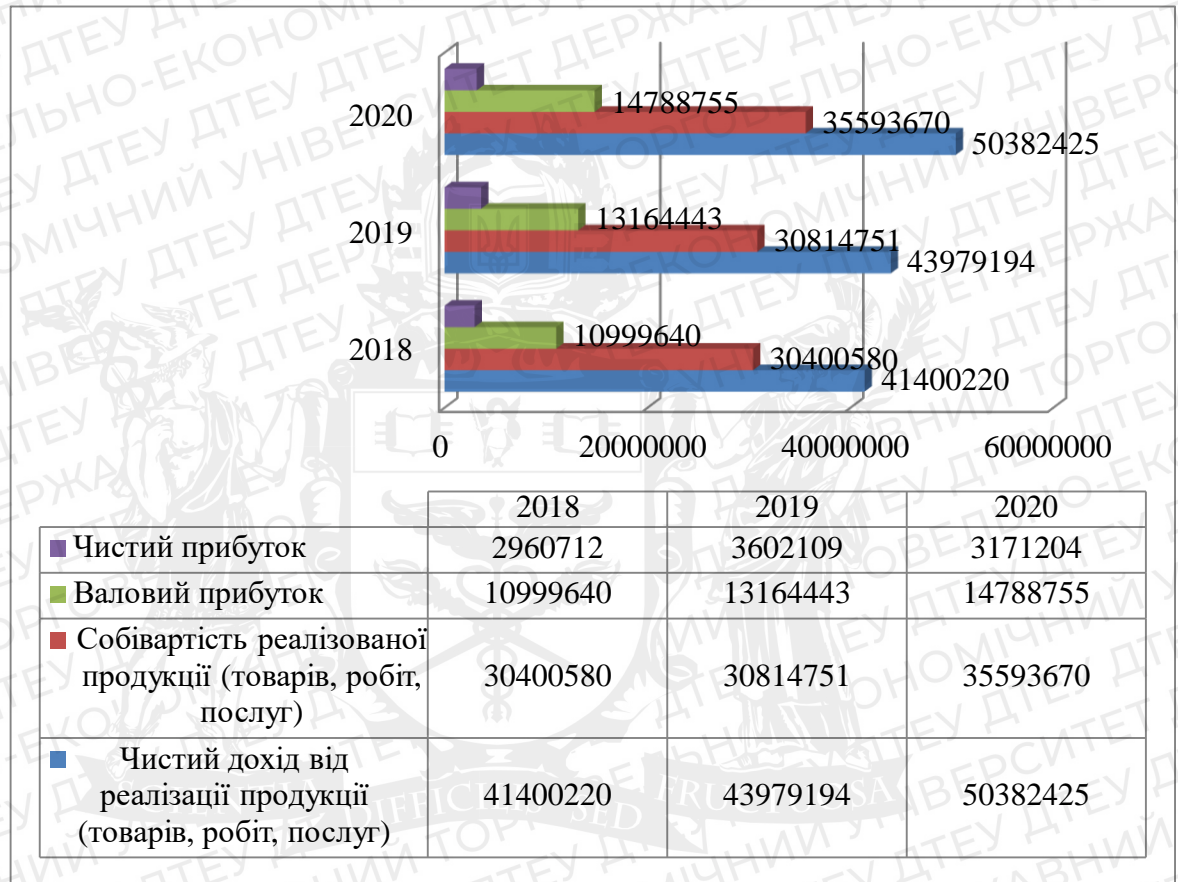


Рисунок 1.6. Динаміка основних показників Звіту про фінансові результати в ТОВ «Епіцентр К» упродовж 2018-2020 рр. (тис. грн.)

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Упродовж 2018-2020 рр. спостерігаємо зростання валового прибутку підприємства на 3789115 тис. грн. або на 34,45%. Варто відзначити, що у 2018-2019 рр. ТОВ «Епіцентр К» вело прибуткову діяльність (чистий прибуток склав 2960712 тис. грн. у 2018 р., 3602109 тис. грн. у 2019 р. та 3171204 тис. грн. у 2020 р.). У 2020 р., порівняно з 2018 р., відбулося поліпшення фінансового стану підприємства (чистий прибуток підприємства збільшився на 210492 тис. грн. або на 7,11%). Протягом 2018-2020 рр.

відбулося збільшення операційних витрат підприємства на 4739312 тис. грн. або на 59,89%. Варто відзначити, що зростання операційних витрат в основному відбулося за рахунок збільшення матеріальних затрат на 504935 тис. грн. або на 67,32%; витрат на оплату праці на 1258302 тис. грн. або на 31,85%; відрахувань на соціальні заходи на 251543 тис. грн. або на 31,24%; амортизації на 1065633 тис. грн. або на 176,91%; інших операційних витрат на 1658899 тис. грн. або на 91,84%.

Проведемо аналіз показників ліквідності підприємства (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Аналіз показників ліквідності в ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 роки

Показники	Роки			Відхилення		
	2018	2019	2020	2019 / 2018	2020 / 2019	2020 / 2018
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,041	0,046	0,029	0,005	-0,017	-0,012
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,301	0,351	0,316	0,05	-0,035	0,015
Коефіцієнт загальної ліквідності (пк і оск і л в н і о р т т я)	1,092	1,048	1,008	-0,044	-0,04	-0,084
Власний оборотний капітал	1545188	948413	187101	-596775	-761312	-1358087

Джерело: розраховано автором на фінансовій звітності ТОВ «Епіцентр К» (Додатки А-Б).

Так, протягом 2018-2020 рр. спостерігаємо скорочення коефіцієнта абсолютної ліквідності на 0,012 та коефіцієнта загальної ліквідності (покриття) на 0,084. Натомість, за 2018-2020 рр. відбулося зростання коефіцієнта проміжної ліквідності на 0,015. Упродовж 2018-2020 рр. власний оборотний капітал ТОВ «Епіцентр К» зменшився на 1358087 тис. грн. Скорочення показників ліквідності підприємства свідчить про відсутність можливості у ТОВ «Епіцентр К» забезпечити свої короткострокові зобов'язання з найбільше легко реалізованої частини активів – оборотних коштів.

Оцінка показників рентабельності для ТОВ «Епіцентр К» представлена в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

**Аналіз показників рентабельності в ТОВ «Епіцентр К» за
2018-2020 рр. (%)**

Показники	Роки			Відхилення		
	2018	2019	2020	2019 / 2018	2020 / 2019	2020 / 2018
Рентабельність активів	9,828	10,75	7,79	0,922	-2,96	-2,038
Рентабельність власного капіталу	23,764	26,526	19,487	2,762	-7,039	-4,277
Рентабельність продажу	8,938	10,694	10,092	1,756	-0,602	1,154
Рентабельність чистих активів	22,147	23,749	16,152	1,602	-7,597	-5,995
Рентабельність оборотних активів	20,22	24,012	23,495	3,792	-0,517	3,275

Джерело: розраховано автором на основі [28].

Отже, протягом 2018-2020 рр. відбулося скорочення рентабельності активів на 2,038%; рентабельності власного капіталу на 4,277%; рентабельності чистих активів на 5,995%. Натомість, за 2018-2020 рр. відбулося зростання рентабельності продажу на 1,154% та рентабельності оборотних активів на 3,275% – це сталося у зв'язку із збільшенням фінансового результату ТОВ «Епіцентр К». Зростання фінансового результату підприємства відбулося у зв'язку із збільшенням торговельних потужностей ТОВ «Епіцентр К» у секторі продажу продукції.

Отже, у 2020 р., порівняно з 2018 р., спостерігаємо зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Епіцентр К» на 8982205 тис. грн. або на 21,70%. Також упродовж 2018-2020 рр. відбулося зростання собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 5193090 тис. грн. або на 17,08%. Упродовж 2018-2020 рр. спостерігаємо зростання валового прибутку підприємства на 3789115 тис. грн. або на 34,45%. Варто відзначити, що у 2018-2019 рр. ТОВ «Епіцентр К» вело прибуткову діяльність (чистий прибуток склав 2960712 тис. грн. у 2018 р., 3602109 тис. грн. у 2019 р. та 3171204 тис. грн. у 2020 р.).

1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»

В організаційній структурі управління в ТОВ «Епіцентр К» наявний відділ збуту, який очолює керівник і якому підпорядковуються менеджери ЗЕД. Саме вони визначають напрямки зовнішньоекономічної діяльності, товарну та географічну структури експортно-імпортних операцій.

Організаційну структуру реалізації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» представимо на рис. 1.7.

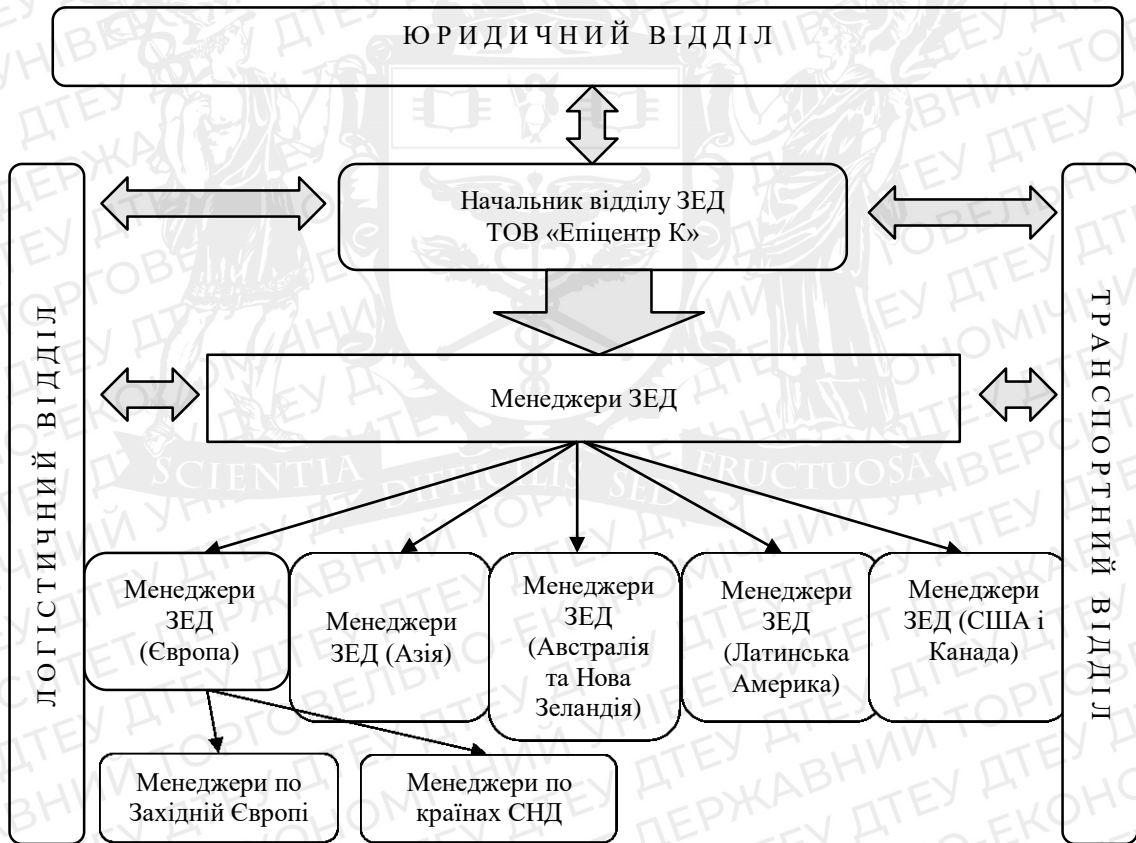


Рисунок 1.7. Організаційна структура реалізації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Отже, в реалізації зовнішньоекономічної діяльності задіяно 113 працівників.

Підрозділ ЗЕД взаємодіє із транспортним відділом (в рамках транспортування продукції в інші країни), логістичним відділом (з питань формування логістичних підходів зберігання та реалізації продукції), юридичним відділом (в контексті формування договірних умов за зовнішньоекономічними контрактами).

Досліджуючи імпорتنний потенціал підприємства, представимо матрицю SWOT-аналізу для ТОВ «Епіцентр К» (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Матриця SWOT-аналізу імпорту продукції для ТОВ «Епіцентр К»

Strengths (Сильні сторони)	Weaknesses (Слабкі сторони)
<p>Диверсифікований товарний портфель. Сильний бренд. Широка географічна структура імпорту. Наявність доходу від експортних операцій у вільноконвертованій валюті.</p>	<p>Наявність додаткових витрат, пов'язаних із обслуговуванням нових споживачів при виході на нові ринки. Невдалі спроби диверсифікації продукції, яка імпортується. Наявність великої кількості конкурентів на ринку продажу пива.</p>
Opportunities (Можливості)	Threats (Загрози)
<p>Подальша товарна та географічна диверсифікація. Зростання кількості відвідувачів торговельної мережі через підвищення попиту на будівельні матеріали в поствоєнний період, здійснення «паралельної» закупівлі інших товарів</p>	<p>Висока залежність від експортерів продукції. Висока собівартість імпорту через девальвацію. Логістична криза. Не вся продукція, яка імпортується в ТОВ «Епіцентр-К» знаходить свого покупця на внутрішньому ринку (швидка зміна попиту, споживчих настроїв).</p>

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Отже, основними конкурентними перевагами ТОВ «Епіцентр К» при імпорті є: сильні ринкові позиції; постійне вивчення та аналіз стану ринку, своєї позиції, позиції конкурентів диференціація виробів; підтримка та розвиток іміджу, потреб споживачів; значні торговельні потужності; фінансова стабільність та можливість зниження витрат; чітко сформовані стратегії розвитку; високий рівень управління ефективні засоби контролю творчий підхід у менеджменті; здатність реалізовувати навички персоналу; високий рівень кваліфікації та підготовки персоналу; значний досвід

діяльності підприємства як суб'єкта ЗЕД. Основними недоліками при організації торговельної діяльності підприємства ТОВ «Епіцентр К» є: постійні атаки з боку ключових конкурентів; інколи просліджується необґрунтована, невдала диверсифікація; проявляється не ефективна система стимулювання праці.

Оскільки ТОВ «Епіцентр К» є імпортером великої кількості груп товарів, подальший аналіз імпоротної діяльності, відповідно до теми, сконцентруємо на імпорті пива. Динаміка обсягів імпорту пива в ТОВ «Епіцентр К» представлена на рис. 1.8.

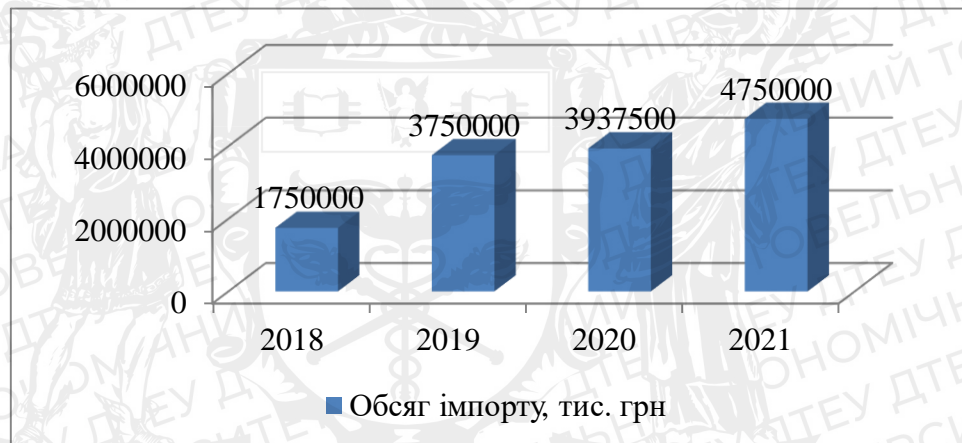


Рисунок 1.8. Динаміка обсягів імпорту пива в ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2021 рр. (тис. грн)

Джерело: розраховано автором на основі [28]

Упродовж 2018-2021 рр. відбулося зростання імпорту пива в ТОВ «Епіцентр К» на 3000000 тис. грн. або на 171,43%.

На рис. 1.9 представлена динаміка кількості контрагентів та імпортних операцій пива ТОВ «Епіцентр К».

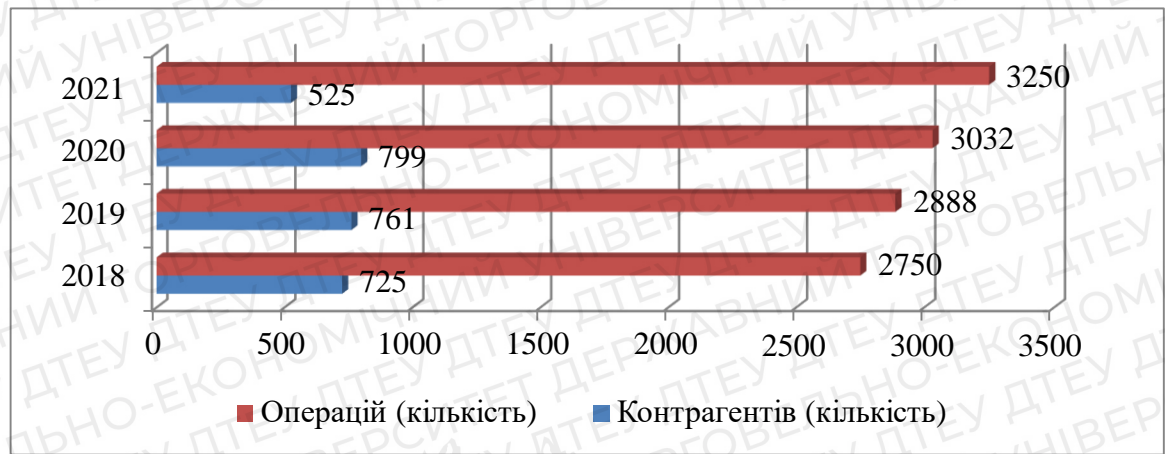


Рисунок 1.9. Динаміка кількості контрагентів та імпортних операцій у ТОВ «Епіцентр К» за імпортом пива у 2018-2021 рр.

Джерело: розраховано автором на основі [28].

Отже, упродовж 2018-2021 рр. відбулося зменшення кількості контрагентів за імпоротною діяльністю підприємства на 200 шт. або на 27,59%. У 2021 р., порівняно з 2018 р., відбулося зростання кількості імпортних операцій у ТОВ «Епіцентр К» за імпортом пива на 18,18%.

Дані щодо асортименту пива, яке імпортувалося до ТОВ «Епіцентр К» представлені в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Товарна структура імпортованого пива до ТОВ «Епіцентр К», 2018-2021 рр. (тис. грн)

Назва товару	Роки				Відхилення 2021 / 2018 рр.	
	2018	2019	2020	2021	Тис. грн	%
Темне пиво	367500	787500	826875	1045000	677500	184,35
Світле пиво	297500	637500	669375	760000	462500	155,46
Живе пиво	262500	562500	590625	665000	402500	153,33
Фільтроване пиво	245000	525000	551250	570000	325000	132,65
Нефільтроване пиво	227500	487500	511875	712500	485000	213,19
Безалкогольне пиво	350000	750000	787500	997500	647500	185,00
Всього чистий дохід від імпорту пива	1750000	3750000	3937500	4750000	3000000	171,43

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Основні товарні позиції пива, імпортованого в ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2021 рр. представлені на рис. 1.10.

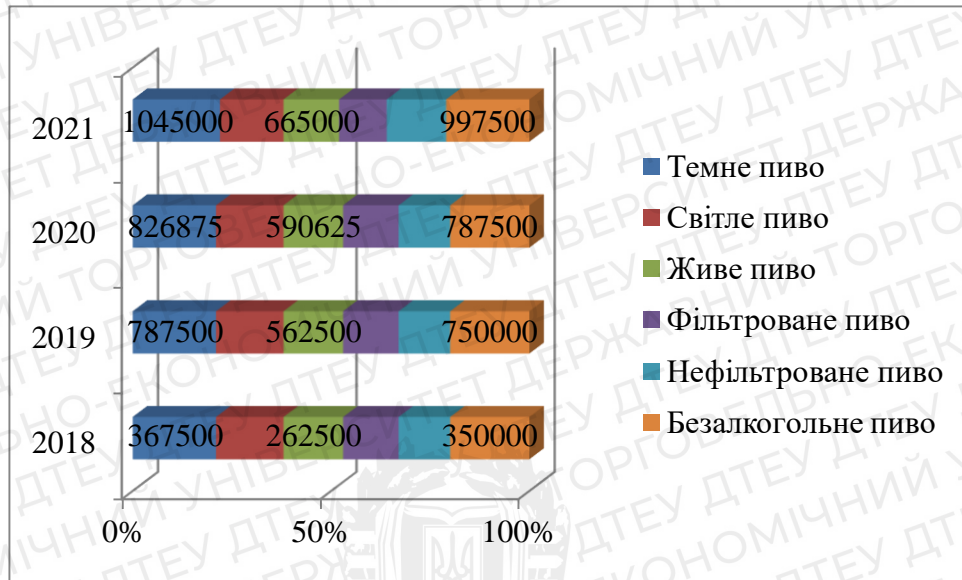


Рисунок 1.10. Основні товарні позиції пива, імпортованого в ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2021 рр. (тис. грн)

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Так, упродовж 2018-2021 рр. найбільше до ТОВ «Епіцентр К» імпортувалися такі види пива: темне пиво, світле пиво, живе пиво, фільтроване пиво, нефільтроване та безалкогольне пиво.

На рис. 1.11 представлена структура імпортованого пива в ТОВ «Епіцентр К» за основними країнами-експортерами.

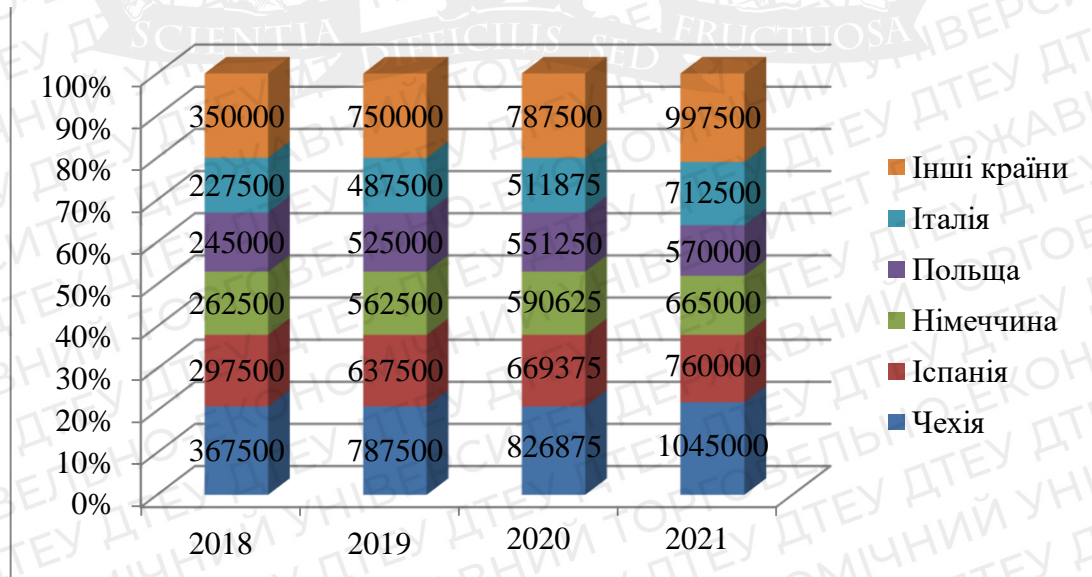
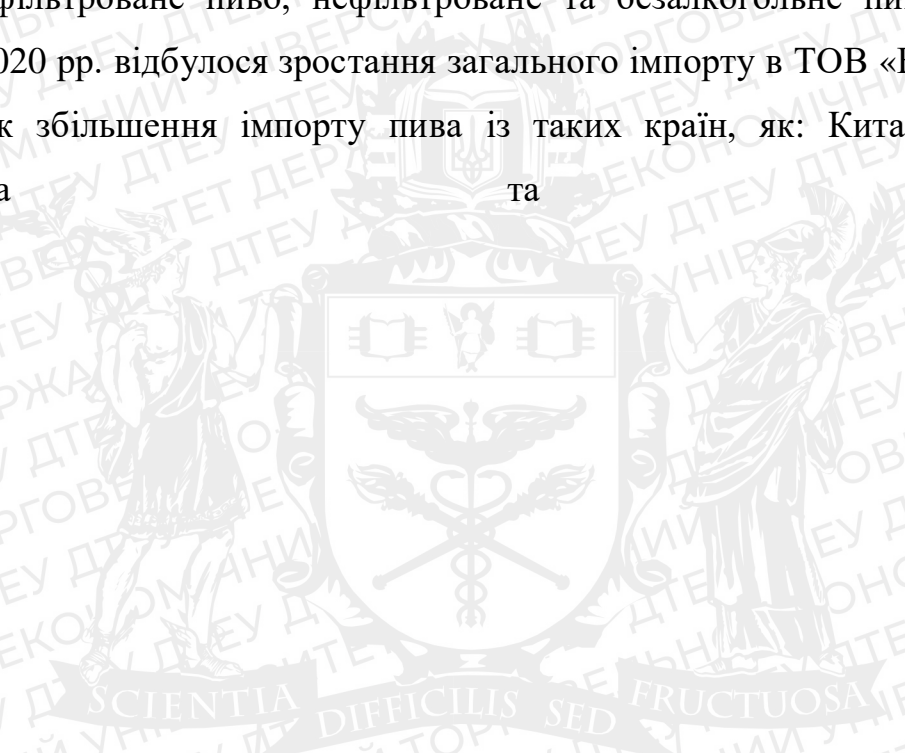


Рисунок 1.11. Структура імпортованого пива в ТОВ «Епіцентр К» за основними країнами-експортерами (тис. грн.)

Джерело: побудовано автором на основі [28].

Так, у географічній структурі імпорту в ТОВ «Епіцентр К» за основними країнами-постачальниками найбільша частка поставок пива припадає на такі країни як: Чехія, Іспанія, Німеччина, Польща та Італія.

Таким чином, за 2018-2021 рр. відбулося зростання імпорту пива ТОВ «Епіцентр К» на 3000000 тис. грн. або на 171,43%. Найбільше до ТОВ «Епіцентр К» імпортувалися такі види пива: темне пиво, світле пиво, живе пиво, фільтроване пиво, нефільтроване та безалкогольне пиво. Упродовж 2018-2020 рр. відбулося зростання загального імпорту в ТОВ «Епіцентр К» за рахунок збільшення імпорту пива із таких країн, як: Китай, Німеччина, Польща та Італія.



РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ПИВА

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку пива

Ринок пива складається з різноманітних сортів пива, елю, солодових лікерів, безалкогольного пива. Компанії промисловості безалкогольних напоїв переробляють сировину в безалкогольні напої, упаковують і розповсюджують їх через різні канали розподілу як індивідуальним клієнтам, так і комерційним установам.

Основними видами пива є ель, лагер, стаут, портер і солод. Визначення ALE – це пиво, виготовлене з використанням швидкодіючих дріжджів (*Saccharomyces cerevisiae*) і швидкого бродіння при порівняно високих температурах. Типи упаковки включають 3 категорії: консервовану, бутильовану та розливну. Серед категорій виокремлюють масову та преміальну. Товар розповсюджується через різні канали, включаючи канали поза торгівлю та канали торгівлі [23].

Звіт про дослідження пива є одним із серії нових звітів від The Business Research Company, які надають статистику пива, включаючи розмір світового ринку пивної галузі, регіональні частки, конкурентів з частками пива, детальні сегменти пива, ринкові тенденції та можливості, а також будь-які інші дані вам може знадобитися процвітати в пивній промисловості. Цей звіт про дослідження пива надає повну перспективу розвитку, з глибоким аналізом поточного та майбутнього сценаріїв галузі.

Світовий ринок пива зріс з 227,62 мільярда доларів у 2021 році до 249,25 мільярда доларів у 2022 році за середньорічного темпу зростання (CAGR) 9,5%. Очікується, що ринок пива зросте до 312,62 мільярда доларів у 2026 році при середньорічному темпі зростання 5,8% [24].

За прогнозами зростання попиту на готові до вживання (RTD) напої стимулюватиме ринок алкогольних напоїв у прогнозований період. RTD – це

одноразовий упакований напій, готовий до вживання одразу після купівлі. Напої RTD набувають популярності серед працюючих дорослих завдяки доступності та функціональності. Можливо впровадження нових смаків в асортименті алкогольних напоїв RTD, зручність транспортування та споживання підвищать попит на алкогольні напої RTD. Прогнозується зростання попиту на напої RTD, включаючи алкогольні напої RTD, що сприятиме розвитку ринку алкогольних та слабоалкогольних напоїв.

У 2020 році спалах COVID-19 значно обмежив ринок виробництва пива (пивоварень), оскільки ланцюжки поставок були порушені через торговельні обмеження, а споживання скоротилося через карантини, запроваджені урядами в усьому світі. COVID-19 – це інфекційне захворювання з грипоподібними симптомами, включаючи лихоманку, кашель і утруднене дихання. Вірус був вперше виявлений у 2019 році в Ухані, провінція Хубей Китайської Народної Республіки, і поширився по всьому світу, включаючи Західну Європу, Північну Америку та Азію. Виробники продуктів харчування та напоїв залежать від постачання сировини вітчизняними та міжнародними постачальниками [25]. Оскільки уряди багатьох країн обмежували рух товарів між країнами та на місцевому рівні, виробникам довелося зупинити виробництво через брак сировини. Також зниженню сприяли обмеження на торгівлю товарами не першої необхідності та побоювання зараження через виробничі потужності. Ймовірно, що спалах продовжуватиме негативно впливати на бізнес протягом наступних років через ймовірність повторюваності хвиль пандемії. Проте не заперечується, що ринок виробництва пива (пивоварні) оговтається від шоку протягом прогнозованого періоду, оскільки це подія «чорного лебедя», а не пов'язані з поточними чи фундаментальними кризами ринку або глобальної економіки.

Подальший розвиток пивного ринку відбувається не тільки через збільшення обсягів виробництва, модернізацію обладнання, удосконалення технології виготовлення продукту. Сьогодні потребує зміни умов продажу, можливості залучення споживача до нової моделі

«самообслуговування». Удосконалення технологій автоматизації та потреба покращити взаємодію з клієнтами в переповнених барах збільшили попит на пивні бари з самообслуговуванням. Пивні бари з самообслуговуванням мають крани, розташовані вздовж стіни з сенсорними екранами та пристроями для зчитування карток. Клієнти можуть обирати з різних опцій за допомогою сенсорного екрану, здійснювати платежі за допомогою пластикових RFID-карт і розливати пиво з кранів у торговому автоматі. Пивні бари самообслуговування допомагають зменшити боротьбу за замовлення напоїв у переповнених барах. Наприклад, система PourMyBeer дозволяє клієнтам обслуговуватися самостійно за допомогою інтерактивних сенсорних екранів і кранів, встановлених на стінах. Станом на лютий 2019 року систему було встановлено в 184 місцях у США та ще в 45 місцях за кордоном. Table Tap — ще одна така компанія, яка пропонує пивні стінки самообслуговування під торговою маркою WallTender [26].

Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на ринку пива у 2021 році. Західна Європа була другим за величиною регіоном на ринку пива. Регіони, охоплені у звіті про ринок пива, включають Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Західну Європу, Східну Європу, Північну Америку, Південну Америку, Близький Схід, Африку [23].

Провідні країни-експортери пива у 2021 році за вартістю торгівлі представлені на рис. 2.1.

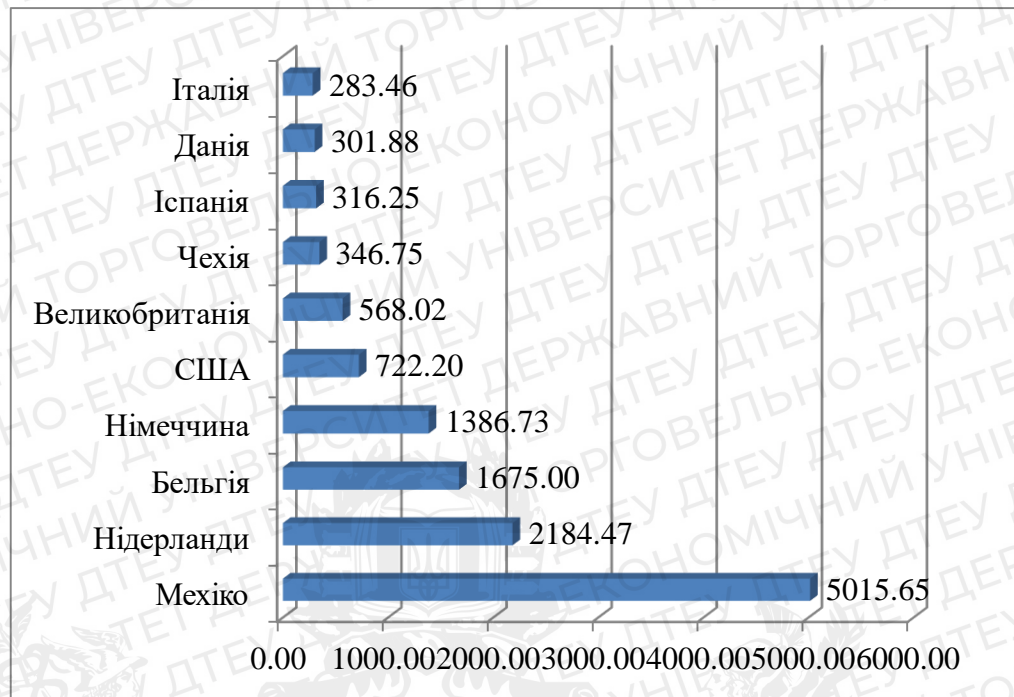


Рисунок 2.1. Провідні країни-експортери пива у 2021 році за вартістю торгівлі (у мільйонах доларів США)

Джерело: побудовано автором на основі [32].

Так, упродовж 2021 р. найбільшими експортерами пива у світі були такі країни як: Мехіко, Нідерланди, Бельгія, Німеччина, США, Великобританія, Чехія, Іспанія, Данія, Італія та інші.

У 2021 році світові закупівлі імпортованого пива склали 17,2 мільярда доларів США. Загалом вартість імпорту пива зросла на 14,4% для всіх країн-імпортерів з 2017 року, коли міжнародні закупівлі пива оцінювалися в 15 мільярдів доларів. За 2021 рік закупівлі імпортованого у всьому світі пива зросли на 9,7% порівняно з 15,7 мільярдами доларів у 2020 році.

У 2021 р. можна виділити п'ять найбільших покупців імпортного пива: Сполучені Штати Америки, Франція, материковий Китай, Велика Британія та Італія. Разом цей провідний квінтет купив 56,5% пива, імпортованого протягом 2021 року. З точки зору континенту, на країни Північної Америки припадає найбільше імпортованого пива в доларах протягом 2021 року з закупівлями на суму 7,04 мільярда доларів, або 41,1% від загального обсягу.

На другому місці були європейські імпортери з 36,1%, а ще 11,5% пива, імпортованого в усьому світі, було доставлено споживачам в Азії.

Розглянемо ситуацію на ринку імпорту пива за 5 років з 2017 по 2021 за допомогою табл.2.1.

Імпортери	Імпортна вартість у 2017	Імпортна вартість у 2018	Імпортна вартість у 2019	Імпортна вартість у 2020	Імпортна вартість у 2021
США	5326123	5575433	5843851	5977170	6626085
Франція	833565	984692	1017385	1030500	1031230
Китай	750047	904370	819927	695023	710495
Великобританія	626622	727797	664254	674681	690955
Італія	625989	675836	676147	577378	660042
Нідерланди	389101	435655	461652	487309	574124
Німеччина	497743	522695	522317	463606	468051

Таблиця 2.1. Головні імпортери світу 2017-2021рр. (у дол..США)

Джерело: Trade Map

Зазначимо, що найбільшим імпортером світу понад 5 років були Сполучені Штати Америки, закупаючи щорічно пива понад 5,3 млн. доларів. Також великими покупцями є Франція і Китай. Загалом за 2021 рік у світі купили пива на 17,2 млн. доларів США.

Провідні країни-імпортери пива у 2021 році представлені на рис. 2.2.

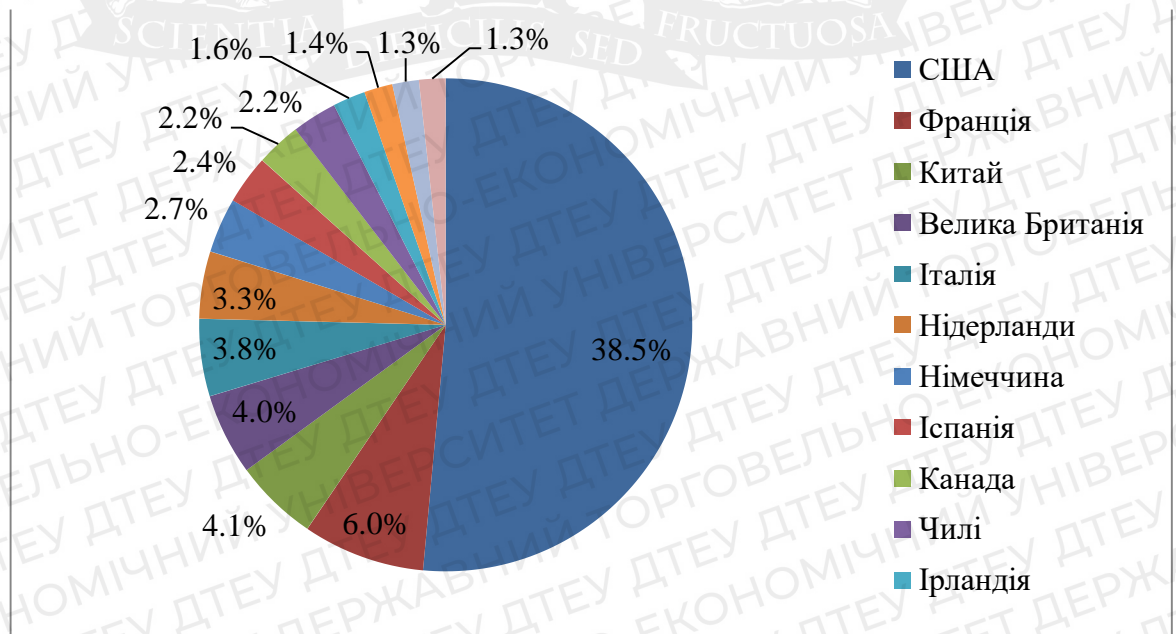


Рисунок 2.2. Провідні країни-імпортери пива у 2021 році за вартістю торгівлі (%)

Джерело: побудовано автором на основі [32].

Так, упродовж 2021 р. найбільшими країнами імпортерами пива у світі були такі країни як: США, Франція, Китай, Велика Британія, Італія, Нідерланди, Німеччина, Іспанія, Канада, Чилі, Ірландія, Австралія, Тайвань та Південна Корея.

Загальний обсяг закупівель імпортованого пива в США у 2021 році склав 6,6 мільярда доларів США. Нижче наведено 15 провідних постачальників, від яких США імпортували пиво з найвищою вартістю в доларах протягом 2021 року. У дужках наведено відсоткову зміну вартості для кожної країни-постачальника з 2020 по 2021 рік. За вартістю перераховані 15 країн поставили 99,1% пива, імпортованого Сполученими Штатами Америки у 2021 році. Серед перерахованих країн найбільш швидко зростаючими постачальниками пива в Сполучені Штати з 2020 по 2021 рік були: Польща (зростання на 300,1%), Австрія (зростання на 125,4%), Південна Корея (зростання на 83,6%) і Японія (зростання на 57,5%). Кілька основних постачальників відчули падіння вартості пива, що поставляється американським імпортерам, а саме Бельгії (зниження на -33,3%) і Нідерланди (зниження на -7,3%). Загалом вартість імпортованого в Америку пива зростає в середньому на 10,9% з усіх країн-постачальників з 2020 по 2021 рік, коли закупівля пива коштувала 6 мільярдів доларів.

Україна імпортує близько 47 млн літрів пива, що формує ринок в 150 млн доларів і дає іноземним постачальникам близько 48,4 млн доларів доходу. Слід також сказати, що ринок імпортного пива налічує близько 150 виробників пива, які представлені не менше 250 брендами. Імпорт пива складається з двох великих і досить різних сегментів. У табл. 2.2 наведені дані щодо експорту та імпорту пива в Україні.

Дані щодо експорту та імпорту пива в Україні (млн. дол. США)

Показники	Роки			Відхилення 2020 / 2018 рр.	
	2018	2019	2020	Абс. відх., млн. дол. США	Відн. відх., %
Експорт пива з України	229,63	210,75	223,60	304,32	74,69
Імпорт пива в Україну	489,58	532,74	587,45	708,25	218,66

Джерело: побудовано автором на основі [33].

Варто відзначити, що упродовж 2018-2021 рр. відбулося збільшення експорту пива з України на 304,32 млн. дол. США або на 74,69% та зростання імпорту пива в Україну на 708,25 млн. дол. США або на 218,66%.

Вартість експорту товарної групи 22 «Пиво» з України у 2021 році склала 304 млн. дол. США. Продажі товарної групи 22 з України зросли на 36% порівняно з 2020 роком: експорт товарної групи 22 «Напої, спирт та оцет» подорожчав на 80 млн. дол. США (сукупний експорт товарної групи 22 з України склав 223 млн. дол. США у 2020 році) [33].

Експорт товарної групи 22 «Пиво» склав 0,462% від загального експорту з України (сукупний товарний експорт з України у 2021 році склав 65 млрд дол США). Частка товарної групи 22 у загальному експорті з України зросла на 0,007 в.п. порівняно з 2020 роком (у 2020 році він становив 0,454%, а кумулятивний експорт з України дорівнював 49 млрд дол США) [33].

В майбутньому світовий ринок пива досягне 989,29 мільярдів доларів США до 2028 року з 768,17 мільярдів доларів у 2021 році, згідно з новим звітом SkyQuest Technology. Також за прогнозами, ринок зросте на 3,68% CAGR з 2021 по 2028 рік. Вестфорд, США, 14 листопада 2022 р. (GLOBE NEWSWIRE). Зростання ринку пива в основному зумовлене зростанням попиту на преміальне та крафтове пиво. Крім того, можливо, що зростання популярності домашнього пивоваріння та міні-пивоварень сприятиме зростанню ринку протягом прогнозованого періоду. Галузь також

характеризується високими постійними витратами, низькими граничними витратами та відносно невеликою кількістю брендів. У результаті новачкам важко закріпитися на ринку [24].

SkyQuest також виявив, що ринок пива чутливий до економічних умов. Коли споживачі почуваються впевнено в економіці, вони, швидше за все, купуватимуть преміальні бренди. Однак, коли економічні умови є невизначеними, споживачі, швидше за все, залишатимуться на недорогих брендах або перейдуть на більш дешеві альтернативи, такі як безалкогольне пиво чи сидр.

Очікується, що Азіатсько-Тихоокеанський регіон стане найбільшим ринком пива, на нього припадатиме понад 40% світового попиту в 2025 році. Станом на 2021 рік на цей регіон припадатиме понад 28% світового ринку пива. Також в регіоні спостерігатимуться найвищі темпи зростання протягом прогнозованого періоду завдяки зростанню наявних доходів і зміні способу життя споживачів у таких країнах, як Китай, Індія та Японія. Є багато причин для такого вражаючого зростання, включаючи зростання середнього класу з більшим наявним доходом, збільшення переваги західного стилю лагерів і зростання кількості жінок, які п'ють. Трьома найбільшими ринками в Азії є Китай, Японія та Південна Корея. Китай є найбільшим, на нього припадає понад 55% споживання пива в Азії. За нею йдуть Японія (15%) і Південна Корея (5%). Фактично, у 2021 році тільки Китай отримав дохід понад 121 мільярд доларів. Станом на жовтень 2022 року середнє споживання пива на людину зросло до 13,84 літра. Прогнозується, що споживання пива на ринку Азіатсько-Тихоокеанського регіону перевищить 70000 мільйонів літрів до 2025 року, враховуючи швидке зростання населення середнього класу та зростаючу схильність молоді до алкогольних напоїв [25].

Зараз в Азії налічується більше 1000 пивоварень, які виробляють широкий асортимент пива. Від легких лагерів до насичених стаутів, на азіатському пивному ринку кожен знайде щось для себе. Оскільки відкривається так багато нових пивоварень, завжди є щось нове, що можна

спробувати. Азійський ринок пива також є домом для деяких з найбільших пивних фестивалів у світі. Щороку тисячі людей приїжджають до таких міст, як Бангкок і Гонконг, щоб отримати можливість скуштувати найкращі сорти пива з усього континенту.

Хоча в Азії представлено багато міжнародних брендів, місцеві бренди все ще домінують на ринку. Трійка провідних брендів у Китаї: Snow Beer, Tsingtao Beer і Yanjing Beer. В Японії трійку лідерів складають Asahi Super Dry, Kirin Ichiban Shibori і Sapporo Black Label. А в Південній Кореї трійкою лідерів є HiteJinro Chamisul Fresh Soju, OB Blue Girl Bock Beer і Cass Light.

Азійська пивна промисловість перебуває в стані зміни. Споживачі в регіоні все більше звертаються до пива преміум-класу та крафтового пива, тоді як продажі масового лагєру не змінюються або знижуються. Пивовари реагують на цю зміну, представляючи нові продукти та експериментуючи з новими стилями. У Китаї, наприклад, пивоварня Tsingtao випустила преміальний лагер, орієнтований на молодих міських споживачів. У Японії Asahi продає ряд крафтового пива під маркою Super Dry.

Популярність місцевого та сезонного пива зростає, і тому є багато причин. По-перше, місцеве та сезонне пиво часто свіжіше та ароматніше, ніж пиво масового виробництва. Крім того, вони зазвичай дешевші та підтримують місцевий бізнес. Цю тенденцію на світовому ринку пива обумовлено кількома факторами. По-перше, бум крафтового пива зробив людей більш відкритими до спробування нових стилів і смаків пива. По-друге, розвиток соціальних медіа полегшив людям зв'язок із місцевими пивоварнями та дізнавався про нові випуски. І по-третє, коли погода стає теплішою, люди природно тяжіють до більш легких, освіжаючих сортів пива, багато з яких найкраще смакують, коли вони свіжі та місцеві [24].

Оскільки любителі алкоголю все більше зацікавлені в спробі нових стилів пива, то вони готові платити трохи більше за щось унікальне. Місцеве та сезонне пиво ідеально підходить для цього. На ринку пива зростає попит на ці сорти пива і пивовари починають помічати це. Популярності місцевого

та сезонного пива сприяла низка факторів. Рух крафтового пива відіграв свою роль, як і тенденція до місцевої їжі та напоїв. Чим більше людей починає цікавитися новими речами, тим більше ймовірно, що вони шукатимуть місцеве та сезонне пиво.

До 2028 року крафтове пиво запропонує дохід у розмірі 191,13 мільярда доларів США. Також вірогідно до 2028 року світовий ринок крафтового пива досягне 191,13 мільярда доларів США, згідно з новим звітом SkyQuest market, Inc. Середньорічний темп зростання ринку становитиме 9,1% протягом року. Прогнозований період з 2021 по 2028 рік. Очікується, що зростаюча перевага споживачів низькокалорійних і здорових алкогольних напоїв сприятиме зростанню ринку протягом прогнозованого періоду.

Зростаючий наявний дохід і зміна способу життя людей є іншими ключовими факторами, які, за прогнозами, сприятимуть зростанню попиту в найближчі кілька років. Крім того, не виключено, що збільшення кількості жінок, які вживають алкоголь, і запуск нових продуктів запропонують значні можливості для зростання для гравців ринку крафтового пива. Однак висока вартість цих продуктів може стримувати зростання ринку протягом прогнозованого періоду. Тим не менш, зростання популярності домашнього пивоваріння в найближчі роки створить прибуткові можливості для малих пивоварів у країнах, що розвиваються.

За прогнозами північноамериканський регіон домінуватиме на світовому ринку крафтового пива у 2028 році та, як очікується, збереже свої лідируючі позиції протягом прогнозованого періоду. Значна присутність ключових гравців у цьому регіоні, таких як Boston Beer Company та Sierra Nevada Brewing Co., у поєднанні зі зростанням споживачів, які віддають перевагу продуктам преміум-класу, стимулює зростання ринку в Північній Америці.

У Європі Німеччина займала значну частку регіонального ринку в 2020 році завдяки зростанню обізнаності споживачів про різні види пива,

доступного в країні. За даними аналітиків, Азіатсько-Тихоокеанський регіон зазнає значного зростання протягом наступних кількох років.

Підприємства-лідери світового ринку пива: Anheuser-Busch InBev (Бельгія), Beijing Enterprises Holdings Limited (Китай), Carlsberg Group (Данія), Dogfish Head Craft Brewery Inc (США), Heineken Holding NV (Нідерланди), Сквотерські паби та крафтове пиво (США), Sierra Nevada Brewing Co (США), Diageo PLC (Великобританія), United Breweries Limited (Індія) та The Boston Beer Company, Inc (Індія) [25].

Отже, пиво – це ферментований алкогольний напій, виготовлений із солодового зерна, води та дріжджів і доданий хмелем для додання гіркого смаку. Його помірне споживання може запропонувати кілька переваг для здоров'я, включаючи покращення здоров'я серця, контроль рівня цукру в крові, підвищення міцності кісток і м'язів і мінімізацію ризику розвитку деменції, раку та серцевого нападу. Оскільки пиво є багатим джерелом антиоксидантів, воно допомагає підтримувати рівень холестерину, покращує пам'ять і запобігає утворенню каменів у нирках. Його широко споживають під час особливих випадків, подій і вечірок і подають у ресторанах, готелях, міні-пивоварнях, пабах, барах і кафе. Зараз виробники покладаються на кеґератори, щоб збільшити термін придатності та зберегти смак, аромат, колір і текстуру пива, що зберігається. У 2021 році світовий ринок пива становив 227,6 мільярда доларів, це був найбільший сегмент на ринку алкогольних напоїв – 44,7%. У перерахунку на споживання на душу населення ринок склав 29,4 доларів США, а в перерахунку на світовий ВВП – 0,23%. Пиво було найбільшим сегментом на ринку алкогольних напоїв, на нього припадало 44,7%, за яким йшли вино та бренді з 29,4% і міцні алкогольні напої з 25,8% відповідно. У 2022 році обсяг світового ринку пива досяг 660,0 мільярдів доларів США. У перспективі IMARC Group очікує, що до 2028 року ринок досягне 747,7 мільярдів доларів США, демонструючи темпи зростання (CAGR) на 1,9% протягом 2023-2028 років. Зростаючі переваги алкогольних напоїв преміум-класу внаслідок нової тенденції

спілкування та вечірок, особливо серед міленіалів, працюючих професіоналів та молоді, є одним із основних факторів, що позитивно впливає на попит на пиво в усьому світі. Крім того, зростання ринку сприяє все більшому використанню пива як інгредієнта для коктейлів на виносних пляшках. Зокрема, нова тенденція дарування пива в індивідуальних пляшках сприяє зростанню ринку. Крім того, ключові гравці впроваджують ароматизоване пиво в нових варіантах, як-от рослинне та фруктове, через канали електронної комерції. У поєднанні зі зростанням купівлі пива через канали розповсюдження в Інтернеті, вони пропонують легку доступність продукту за допомогою величезних каталогів і швидких засобів доставки, створює позитивний поштовх для ринку. Крім того, широка рекламна діяльність і підтримка знаменитостей виробниками продукції в соціальних мережах позитивно вплинуть на продажі пива в найближчі роки.

2.2. Дослідження ринку пива України

У структурі ринку пива в Україні переважає світлий напій, що виготовляється методом низового бродіння, – лагер – його частка становила у 2021 році 93,4%. Темне пиво низового бродіння знаходиться на другому місці за популярністю з часткою 3,9%. Безалкогольне пиво займає менше ніж 2% на ринку пива в Україні (рис. 2.3). Замикає четвірку популярних пінних напоїв ринку пива в Україні темна ялина верхового бродіння – стаут [29].

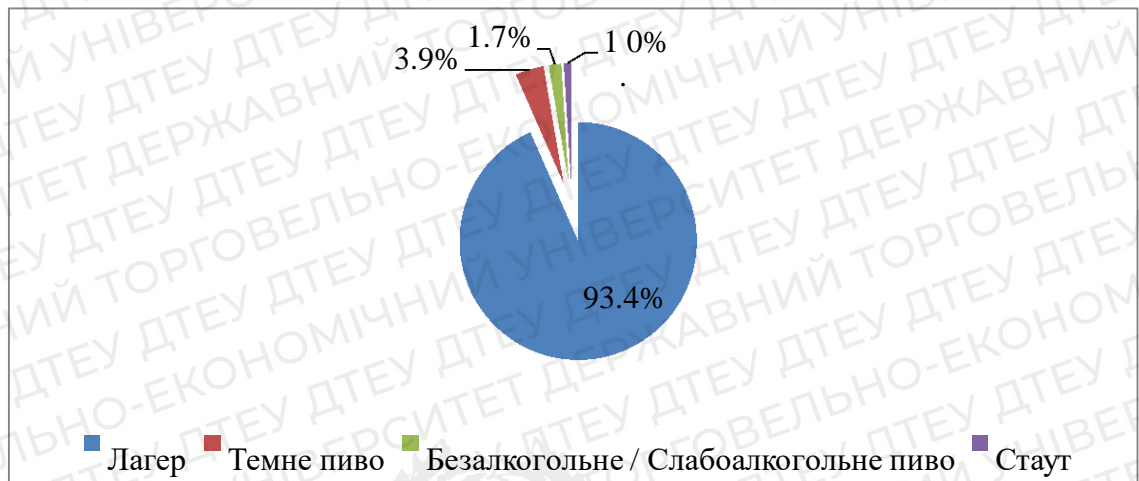


Рисунок 2.3. Структура реалізації пива в Україні у 2021 р.

Джерело: побудовано автором на основі [29].

Виробники продукції ринку пива в Україні умовно поділяються на індустріальні, регіональні та малі. Останні випускають переважно пиво за оригінальними рецептурами, зване крафтовим. Такі напої мають попит у цінителів смакових якостей і любителів різноманітності. Наразі сегмент крафту на ринку пива в Україні займає близько 1%, його розвиток стримується падінням купівельної спроможності споживачів у період війни. Для порівняння, у Сполучених Штатах Америки крафтове пиво складає близько чверті ринку [26].

У сфері державного регулювання ринку пива в Україні розрізняються лише великі, з обсягом виробництва понад 300 тисяч літрів на рік, та малі броварні відповідно. Вартість ліцензії для великих виробників ринку пива в Україні становить 500 тисяч гривень, а для малих – 30 тисяч гривень на рік.

Варто відзначити, що 2021 рік дав пивоварам можливість трішки відпочити. Формально виробництво скорочується, але головне, що ринок перестав відчувати тиск надмірних запасів, а ціни виробників і роздрібні ціни пішли вгору. Зростання ціни було ініційовано АВ InBev Efes, що негативно позначилося на його акції. Основні тренди ринку 2021 року – безпрецедентне зростання виробництва безалкогольного пива, відновлення частки ринку кегового пива, а також стрімке розширення баночного виробництва.

У 2021 році здавалося, що тривалий період стабільності в пивоварній галузі було порушено. Зменшення за 8 місяців на 4,4% за даними Держкомстату було дуже неочікуваним, оскільки динаміка залишалася нейтральною навіть у стресовому 2020 році. Сусідні товарні категорії, такі як квас, безалкогольне пиво, газовані напої, навпаки, показали різну ступінь зростання обсягів виробництва. Крім того, незвично бачити дані дистриб'юторів, які свідчать не про падіння продажів пива в загальній продуктивній категорії, а навпаки про зростання на 3,8% у першому півріччі 2021 року, коли відбувалося основне падіння виробництва. Пару відсотків цього падіння можна пояснити різкими стрибками минулого року, якщо брати до уваги не тільки нерівномірний випуск, але і пиво на складах [27].

Офіційна статистика вимірює алкогольні та безалкогольні напої окремо. Зростання продажів безалкогольного пива є частиною тривалого тренду на здоровий спосіб життя, який активно підтримують пивовари на транснаціональному рівні. Згідно з дослідженнями, проведеними у Східній Європі (RLMS-HSE), коронавірус був потужним тригером, який змусив частину споживачів алкоголю (особливо легких) уникати алкоголю, серед іншого, перейшовши на безалкогольне пиво.

Підвищення цін було очікуваним у 2021 році через їх негативний приріст у 2020 році. Тоді, через сильне зростання конкуренції в супермаркетах та тиск високих запасів пива у високий сезон, виробники активізували рекламну діяльність. Цикл падіння цін у двох транснаціональних лідерів не може тривати довго, оскільки вони знаходяться під сильним впливом акціонерів.

Коронавірус прискорив кардинальні зміни на ринку пива. Ці зміни почалися не вчора і серйозно вплинули на споживачів пива та пивоварні компанії, особливо в 2020-2021 роках. Ключовим драйвером змін є зростання значущості супермаркетів не лише серед форматів роздрібної торгівлі, але й серед усіх каналів продажу пива. Туди звернулися всі раціональні споживачі,

які намагалися скоротити кількість шопінгу та збільшити соціальну дистанцію (через великі простори) або заощадити на покупках [27].

Небажання платити за ліцензію є однією з головних причин, які спонукають деяких власників малих пивоварень працювати нелегально. Найчастіше неліцензійне пиво випускають у пивоварнях при ресторанах, хоча якість напоїв у них зазвичай висока. Загалом тіньовий сектор становить близько 5-8% від загального обсягу ринку пива в Україні.

Український споживач має право обирати між вітчизняними виробниками та іноземними. Україна має понад 95 компаній-партнерів, які експортують солодове пиво на територію нашої країни. Найбільші країни-експортери представлені на графіку (рис.2.4)

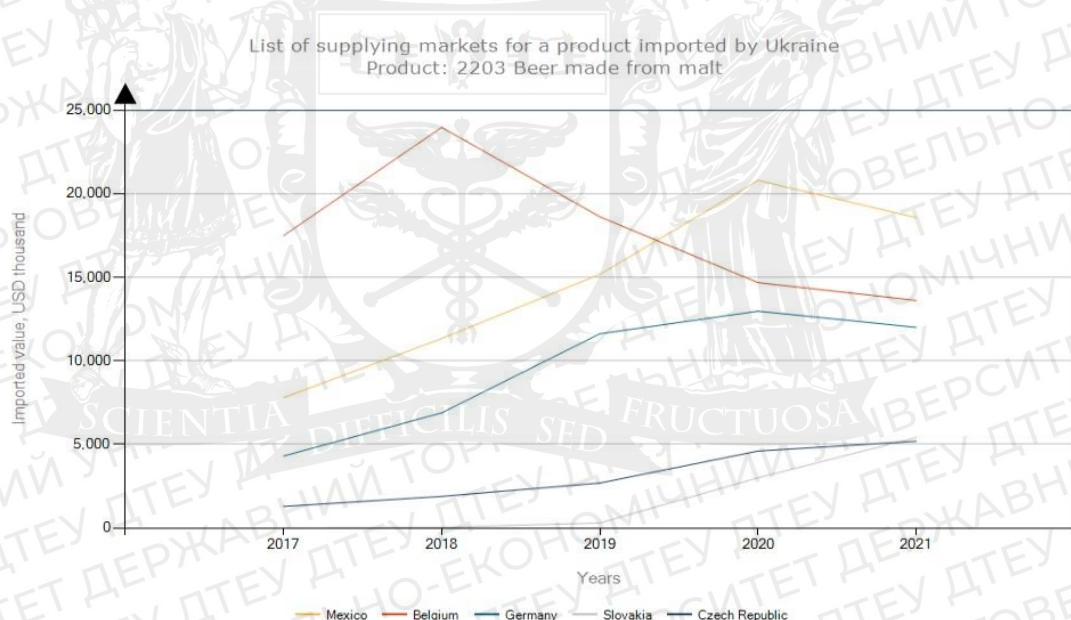


Рисунок 2.4. Найбільші експортери пива в Україну 2017-2020рр.

Джерело: Trade Map

Згідно графіку можемо зазначити, що основними постачальниками пива в Україну були і є такі країни як Мексика, Бельгія, Німеччина, Словачія та Чехія.

Основними виробниками пива в Україні є: «САН ІнБев Україна» («Чернігівське», «Рогань», «Янтар», «Staropramen», «Bud»), «Carlsberg Ukraine» («Львівське», «Балтика»), «Оболонь» («Оболонь», «Nike»,

«BeerMix»), «Anadolu Efes Ukraine» («Сармат», «Жигулівське», «Добрий Шубін») та «Перша приватна броварня» («Stare Misto», «Національне») [29].

Одними з найвідоміших українських сортів пива є Чернігівське, Оболонь, Львівське та ін. Провідні пивоварні компанії: Перша приватна пивоварня (місцеві марки пива: Старе Місто, Чорне, Авторське, Андріївський); Anheuser-Busch InBev (локальні бренди пива: Чернігівське, Рогань, Янтарь, Chezz); Пивзавод «Десна», Чернігів; Пивоварня Рогань, Харків; Пивзавод «Янтар», Миколаїв, ПрАТ «Оболонь» (бренди пива: Оболонь, Десант, Хайк, Зіберт, Магнат), Carlsberg Group Ukraine (місцеві бренди пива: Славутич, Львівське, Арсенал, Хмільне), Київський пивоварний завод, Львівська пивоварня, Запорізька пивоварня, SABMiller (локальні бренди пива: Сармат з Донецька) [29].

За даними Pro-Consulting, у січні-червні 2022 року українці купили пива на 6,8 млрд грн, що на 34% менше порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Продажі горілки впали на 53%, вина – на 58%, коньяку – на 66% [29].

Для продажу пива в Україні, зокрема на розлив, не встановлено обмеження щодо площі приміщення. Торгувати ним можна як у стаціонарних пунктах (магазинах тощо), так і в кіосках, павільйонах. Роздрібну торгівлю пивом здійснюють на підставі ліцензії. Щоб її отримати, необхідно проводити розрахунки через РРО або КОРО. Пиво продають і торговельних мережах України (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Дані щодо збуту імпортного пива у торговельних мережах України
(грн)**

Показники	Роки			Відхилення 2020 / 2018 рр.	
	2018	2019	2020	Абс. відх., грн	Відн. відх., %
Ашан	1837500	3937500	3918750	2081250	113,27
АТБ	1776250	3806250	3820125	2043875	115,07
Сільпо	1806000	3870000	3888750	2082750	115,32
Епіцентр-К	1750000	3750000	3750000	2000000	114,29

Джерело: побудовано автором на основі [33].

Упродовж 2018-2020 рр. в Україні найбільше було продано пива через такі торговельні мережі як: «Ашан», «АТБ», «Сільпо» та «Епіцентр-К».

Отже, велику роль у сегментації ринку пива за упаковками відіграла пандемія. Поведінка споживачів у супермаркетах часто пов'язана з купівлею великих обсягів на майбутнє. Тому більше людей у супермаркетах означає зміщення уваги до легких та великих упаковок. Для адекватного аналізу ми оцінювали як обсяги виробництва, так і роздрібні продажі, оскільки це дозволяє врахувати розливне пиво та реальну ситуацію на ринку. Аналіз ринку пива в Україні свідчить про значні збитки, завдані його розвитку після початку повномасштабного вторгнення Росії, а саме руйнування промислових підприємств та броварень у східній частині країни. Наслідками впливу негативних факторів війни у 2022 році стали: зникнення з ринку пива в Україні обсягів виробництва підприємств, що опинилися на окупованій території чи районах активних бойових дій; скорочення продажів продукції через зниження доходів населення, зменшення споживчої аудиторії, встановлення тимчасових обмежень на реалізацію алкоголю.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ПИВА З ЧЕХІЇ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії

Задля успіху у імпортних операціях ТОВ «Епіцентр К» має власний імпортний апарат, якому підпорядковується налаштування зв'язків і укладення контрактів з різними іноземними підприємствами для імпорту товарів до України. Цей власний апарат має вигляд імпортного відділу, який базується на відділах закупівлі, постачання і логістики. Зважаючи на зовнішньоекономічний досвід підприємства ТОВ «Епіцентр К» і тенденцій розвитку ЗЕД-зв'язків, обраний спосіб організації імпортних операцій є найоптимальніший для компаній, які мають міцні зв'язки з імпортерами, а поставки здійснюються регулярно і у великій кількості. На основі цього підприємство «Епіцентр К» особисто контролює всі етапи і процеси, а також оперативно ними керує. З метою вдосконалення логістики ТОВ «Епіцентр К» розмістив імпортні відділи у містах з добре розвиненою інфраструктурою, що допомагає своєчасно без затримок доставляти товар на полиці магазинів, тому працівники такого відділу знаходяться в Одесі, а ланка управління в Києві.[28]

У майбутньому ТОВ «Епіцентр К» планує встановити закордонні представництва в країнах-партнерах для широкомасштабної діяльності з багаторічною перспективою. Ці представництва будуть знаходитись у виробничих та промислових центрах, де здійснення купівлі місцевих товарів буде проходити без посередників напряму у виробника, що дозволить економити на закупівлі за найнижчими цінами.

Розглянемо більш детально особливості здійснення імпортних операцій та проаналізуємо як мають виконуватися договори, адже це є ваговою частиною відносин у імпортній діяльності. Зовнішньоекономічний договір –

це контракт між ТОВ «Епіцентр К» та його закордонними контрагентами, мета якого встановити, змінити чи припинити взаємні права та обов'язки у ЗЕД. Процедура укладання такого договору має три етапи:

- подання власної позиції та потреби партнеру;
- ознайомлення з умовами партнера;
- пошук взаємовигідних позицій і оформлення їх в тексті угоди. [28]

Отже, наш імпортер ТОВ «Епіцентр К» має намір укласти імпортний контракт на поставку солодового пива і надсилає запит до експортера-компанії, що розташована в Чехії. З цим запитом ТОВ «Епіцентр К» хоче отримати конкретні пропозиції, з яких потім будуть обрані найкращі та залагоджені певні питання. Цей запит має містити в собі точне найменування товару, показники якості, сорту та кількості. Ціна товару визначається на наступних етапах переговорів. Коли компроміси знайдено за загальної згоди двох сторін контракт укладається за всіма міжнародними та національними законами, що діють на територіях сторін цього договору. Важливо зауважити, що обидві сторони є правоздатними суб'єктами ЗЕД і це підтверджено юридичними статусами. В договорі мають бути вказані всі ключові моменти від сорту та ціни товару до особливостей її привезення та моменту передачі права власності на цю продукцію від експортера до імпортера.

Коли зовнішньоекономічний договір укладений, імпортний відділ підприємства ТОВ «Епіцентр К» починає налаштовувати процедуру імпорту товару. За чинним законодавством нашої держави, щоб перемістити товар через митницю має бути імпортна ліцензія: індивідуальна, генеральна або разова. Для її отримання потрібно звернутися у відділ інвестиційної політики та зовнішньої торгівлі зовнішніх відносин (облдержадміністрації). Коли підготовчий етап завершено розпочинається етап документального оформлення. Представник ТОВ «Епіцентр К» проводить всі необхідні дії на митниці на підставі кваліфікаційного свідоцтва без передачі права власності на об'єкт декларування. Між партнерами укладається договір, в якому

вказана плата за послуги декларування. Згідно ст.248 ч.1 Митного кодексу для початку оформлення треба надати митному органу декларантом або повіреній ним особою митної декларації або документа який за законом може її замінити і документів, обов'язкових для митного оформлення. Головним документом на переміщення матеріальних цінностей є митна декларація. В цій декларації зазначається повна інформація про товари, транспортні засоби та мета їх переміщення через митний контроль, а також документація потрібна для митного контролю, оформлення статистики, нарахування митних утримань.

Світова торгівля також використовує усілякі сертифікати, що можуть підтвердити якість ввезених на митну територію України, сертифікати, що забезпечують додержання вимог чинного законодавства та убезпечують в якості товарів, які надалі будуть реалізовуватися підприємством ТОВ «Епіцентр К». Сертифікат походження – це документ-декларація країни-експортера, в якій виготовлений товар. Він може бути виданий Торгово-промисловою палатою або завірений консульством країни-виробника. Коли в рахунку-фактурі зазначається де було виготовлено товар, то задосить лише одного примірника рахунку наприклад «Свідоцтво» або «Сертифікат виготовлення». Коли етап оформлення митних документів завершено та сплачено митні рахунки, продукція перетинає кордон України і стає повноцінною власністю підприємства ТОВ «Епіцентр К», яке має повне право на подальшу реалізацію товару у своїх магазинах. За законом солодове пиво не звільняється від оподаткування, через це всі податки та акцизний збір оплачуються в повному обсязі, згідно митної декларації. Зауважимо, що від темпів узгодження контрактних умов обох сторін залежить те, як швидко поставлений товар реалізується на полицях підприємства.

Чехія є відносно близькою країною за географічним розташуванням, має врегульовану законодавчу базу, відносні невисокі витрати на виробництво, транспортування та логістику, що створює хороші умови для

продажу пива. Чехія також займає 5 місце по здійсненню товарообігу із Україною [28]. Для встановлення контакту із покупцем пива важливим є надсилання оферти, тобто наміру здійснити реалізацію договору купівлі-продажу.

Умови поставки. Здійснюючи обґрунтування умов поставки товарів, необхідно відмітити прийняття умов EXW «Франко завод», що обумовлено зниженням ризиків реалізації імпоротної операції.

Вибір транспортного засобу. При виборі транспортного засобу для імпорту пива необхідно відмітити практику транспортування. В більшості продукція харчової галузі перевозиться залізничним транспортом, адже даний вид транспорту є значно дешевший ніж інші, а також має високу провізну спроможність.

Для перевезення пива будуть використовувати 2 спеціальні вагони-хопери (60 т.).

Зовнішньоекономічний контракт представлено у Додатку В. Досліджуючи складові контракту необхідно відмітити наявність предмету договору, ціни за контрактом, строку та умови платежу, строків та умови поставок, якість, упаковка та маркування товару, умови здачі – приймання товару, санкції та рекламація, арбітраж, форс-мажор та юридичні адреси сторін. Обґрунтовуючи валютно-фінансові умови контракту, необхідно відмітити, що валюта платежу – чеська крона, оплата проводить за рахунок банківського переказу на валютний рахунок банку р/р 2600065643723764/600 в РКО АБ «Укргазбанк». Умови авансового платежу визначені чеською стороною, тому платіж буде здійснюватися в два етапи, авансований платіж у сумі – 1500000 чеських крон, 1060000 чеських крон залишок суми. Реалізація розрахунків здійснюється в наступній послідовності:

1. «Malteurop Czech Sp. z o.o» (продавець) та ТОВ «Епіцентр-К» (покупець) укладають контракт на імпорт пива.

2. Покупець звертається до банку, який його обслуговує (банк імпортера), а саме Bank Czech, з проханням надати йому необхідну банківську гарантію платежу та вислати її у встановлений термін продавцю.

3. Продавець, отримавши банківську гарантію, перевіряє її на відповідність умовам ЗТК.

4. Продавець направляє покупцю платіжні документи та відвантажує товар на адресу покупця.

5. Отримавши документи, покупець вивчає їх на предмет перевірки точної відповідності виконаної поставки умовам контракту.

6. Покупець направляє до свого банку-переказодавця платіжне доручення здійснити переказ зазначеної у ньому суми за контрактом № 55/15/б на користь бенефіціара через банк-отримувач (АБ «Укргазбанк»).

7. Одночасно банк-переказодавець згідно з міжбанківською угодою інформує банк-отримувач, яким чином здійснюється покриття платежу банку-отримувача: дебетуванням коррахунка банку-переказодавця, кредитуванням коррахунка банку-отримувача або іншими способами.

8. Банк-отримувач переказує гроші на рахунок бенефіціара та інформує його, що на його рахунок надійшли кошти.

Аналіз фірм-конкурентів виробників пива. В аспекті порівняння конкурентоспроможності підприємств-продавців, важливо здійснити порівняльну оцінку конкурентів та їх цін (табл. 3.3).

Таблиця 3.1

Порівняння умов імпорту пива

№ з/п	Умови контракту	Фірми конкуренти		
		Malteurop Czech Sp. z o.o	Rostock LtD.	Malteurop Holland S.p.A
1	2	3	4	5
1	Країна-імпортер	Чехія	Німеччина	Нідерланди
2	Ціна в валюті за 1 л	10 7 К (77 76 CZH) ,	2,72€ (80,53 грн)	3,12€ (92,38 грн)
3	Джерело інформації	Комерційна пропозиція	Комерційна пропозиція	Комерційна пропозиція
4	Рік поставки	2023	2023	2023
5	аз сні у и поставки Б и мов	EXW Прага	EXW Росток	EXW Амстердам
6	Форма розрахунку	Банківський переказ	Банківський переказ	Банківський переказ
7		Б к в		201000
8	Кількість (л)	240000	212000	4,5
9	Термін імпорту, днів	2	4	-

Додаткові витрати - +5% суми договору
Джерело: побудовано на основі Додатку В.

За даними табл. 3.1 необхідно відмітити найбільш вигідніші умови поставки запропоновані чеською компанією Malteurop Czech Sp. z o.o, цінова позиція становила 10,7 чеських крон за 1 л, за ідентичні умови імпорту Rostock LtD. хоче отримати 2,72€, Malteurop Holland S.p.A- 3,12€.

Для реалізації розрахунків необхідним є одержання додаткової інформації для розрахунків.

I. Додаткова інформація здійснення розрахунків за умовами зовнішньоекономічного контракту:

1. Індекс цін:

- 2023 – 101,1%;
- 2024 – 114,3%;
- 2025 – 116,6%.

2. Витрати покупця на обслуговування акредитиву – 3% від вартості контракту.

3. Вартість транспортування та страхування з Німеччини до Києва – 2300\$ за одну імпорту угоду.

5. Знижка на вторгування 3%.
6. Термін поставки товару – 2 дня.
7. Обслуговування банківського переказу – 1%.
8. Поправка на кількість складає 5% від 200000 л., 7% – від 240000 л.

II. Приведення цін конкурентів до єдиної валюти:

- приводимо ціни конкурентів до єдиної валюти гривні (за 1 л пива):

Ціни Malteurop Czech Sp. z o.o = $10,7 * 7,05 = 77,43$ грн

Ціна Rostock LtD. = $2,72€ * 29,61 = 80,53$ грн

Ціна Malteurop Holland S.p.A = $3,12€ * 29,61 = 92,38$ грн

Таким чином, найнижча базова ціна буде у компанії Malteurop Czech Sp. z o.o котра становитиме 77,43грн з 1 л

III. Розрахунок сумарної поправки на комерційні умови передбачає

визначення: поправки на інфляцію (приведення за терміном угоди) (K1); поправки на базисні умови поставок (K2); поправки на умови платежів (K3); поправки на кількість (K4); поправки на вторговування (K5); поправки на технічні гарантії (K6).

Здійснимо розрахунок поправок на інфляцію (приведення за терміном угоди):

$I(\text{Malteurop Czech Sp. z o.o}) = 10,7 \text{ CZK} * (101,1/114,3) = 9,46 \text{ CZK}$

$I(\text{Rostock LtD.}) = 2,72€ * (101,1/116,6) = 2,35 €$

$I(\text{Malteurop Holland S.p.A}) = 3,12€ * (101,1/114,3) = 2,76 €$

Поправка на базисні умови. Поправка на базисні умови для Malteurop Czech Sp. z o.o та Malteurop Holland S.p.A не враховується оскільки угода EXW не передбачають необхідність ТОВ «Епіцентр-К» здійснити страхування та транспортування, зазначене реалізується за рахунок покупця.

Для Rostock LtD. Поправка партії становитиме $2300 * 4$ (кількість партій) / 212000 = +0,043

$0,043 * 1,05$ (додаткові витрати) = +0,045

Отже, поправка за базисними умовами становитиме 0,043 пункти.

Далі розрахуємо поправку на кількість:

$$10,7 \text{ CZK} * 1,07 - 10,7 \text{ CZK} = -0,749 \text{ CZK (Malteurop Czech Sp. z o.o)}$$

$$2,72 \text{ €} * 1,05 - 2,72 \text{ €} = -0,136 \text{ € (Rostock Ltd.)}$$

$$3,12 \text{ €} * 1,05 - 3,12 \text{ €} = -0,156 \text{ € (Malteurop Holland S.p.A)}$$

Поправка на вторгування. Знижка за вторгування становитиме 3% для усіх операцій:

$$10,7 \text{ CZK} * -3\% = -0,321 \text{ CZK (Malteurop Czech Sp. z o.o)}$$

$$2,72 \text{ €} * -3\% = -0,081 \text{ € (Rostock Ltd.)}$$

$$3,12 \text{ €} * -3\% = -0,093 \text{ € (Malteurop Holland S.p.A)}$$

Поправка на умови платежів:

$$10,7 \text{ CZK} * 1\% = +0,107 \text{ CZK (Malteurop Czech Sp. z o.o)}$$

$$2,72 \text{ €} * 1\% = +0,027 \text{ € (Rostock Ltd.)}$$

$$3,12 \text{ €} * 1\% = +0,031 \text{ € (Malteurop Holland S.p.A)}$$

Розрахуємо ціну контракту з урахуванням усіх поправок та інфляційних чинників:

$$\text{Ц} = 9,46 \text{ CZK} - 0,749 \text{ CZK} - 0,321 \text{ CZK} + 0,107 \text{ CZK} = 8,497 \text{ CZK (Malteurop Czech Sp. z o.o)} - 59,90 \text{ грн.}$$

$$\text{Ц} = 2,35 \text{ €} + 0,045 - 0,136 \text{ €} - 0,081 \text{ €} + 0,027 \text{ €} = 2,205 \text{ € (Rostock Ltd.)} - 65,29 \text{ грн.}$$

$$\text{Ц} = 2,76 \text{ €} - 0,156 \text{ €} - 0,093 \text{ €} + 0,031 \text{ €} = 2,542 \text{ € (Malteurop Holland S.p.A)} - 75,27 \text{ грн.}$$

Конкурентний лист / Розрахунок імпортової ціни пива

Показник	Вихідні умови	Malteurop Czech Sp. z o.o		Rostock Ltd.		Malteurop Holland S.p.A	
		Дані	Поправка	Дані	Поправка	Дані	Поправка
Ціна у валюті		10,7 CZK (77,76 грн)	-	2,72€ (80,53 грн)	-	3,12€ (92,38 грн)	-
1) Ціна у єдиній валюті	грн	77,76 грн	-	80,53 грн	-	92,38 грн	-
2) Комерційні поправки:							
2.1) Поправки на інфляцію	2023	2023	+9,46	2023	+2,35	2023	+2,76
2.2) Поправки на базові умови поставки	EXW	EXW Київ	-0,749	EXW Росток	-0,136	EXW Київ	-0,156
2.3) Поправка на вторгування	Контракт	Контракт	-0,321	Контракт	-0,081	Оферта	-0,093
2.4) Поправки на умови оплати	Акредитив	Акредитив	+0,107	100% Передоплата	+0,027	Акредитив	+0,031
Всього поправок			-17,86		-15,24		-17,11
3) Ціна з урахуванням поправок		8,497 CZK (59,90 грн)		2,205€ (65,29 грн)		2,542€ (75,27 грн)	
4) Середня ціна				61,69 грн			

Джерело: розраховано автором.

Середня ціна = (59,90 грн + 65,29 грн + 75,27 грн) / 3 = 61,69 грн.

Отже, з урахуванням усіх поправок найбільш вигіднішим є ціна контракту Malteurop Czech Sp. z o.o котра становитиме 8,497 CZK (61,69 грн).

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії

Організація операції, яка нами було зазначено, реалізовуватиметься відділом збуту ТОВ «Епіцентр К» (в структурі якого є менеджери ЗЕД),

ключові рішення прийматимуться директора відділу ЗЕД, щодо оформлення операцій та реалізації операцій будуть підключені менеджери ЗЕД, транспортний та логістичний відділи ТОВ «Епіцентр К». Кожна із партій поставки потребуватиме уточнення по обсягах та строках поставки. Етапи реалізації зовнішньоекономічного контракту представимо у табл. 3.5.

Таблиця 3.3

**Основні етапи виконання зовнішньоекономічного контракту
№ 55/15/6 (імпорт пива)**

№ пор.	Стадія виконання ЗТК	Назва документів, що забезпечують виконання кожної стадії	Термін виконання кожної стадії	
			відповідно до умов ЗТК	фактичний
1	Рішення про необхідність вибору продавця пива	Наказ підприємства, внутрішня кореспонденція	1-2 дні	1 день
2	Пошук продавця пива (альтернативи)	Внутрішні документи про пошук партнера (наказ, звіти), комерційні пропозиції, прайс-листи, конкурентні матеріали, конкурентний лист	1-2 дні	1 день
3	Обрання із альтернатив покупця пива. Укладення попереднього договору	Протоколи та звіти внутрішніх зборів та конференцій, протоколи та звіти телефонних переговорів, запит на оферту	3-4 дні	3 дні
4	Проведення економічних розрахунків щодо ціни та якості продукції	Протоколи пропозицій, накази щодо прийняття чи відхилення пропозицій, калькуляції витрат, розрахунки технічних параметрів, кількості та ваги продукції	1 день	1 день
5	Укладення зовнішньоекономічного контракту	Зовнішньоекономічний контракт, бухгалтерські документи	3 дні	2 дні
6	Визначення ефективності зовнішньоекономічної операції	Банківські розрахунки, банківські виписки, платіжні доручення, аудиторські документи, бухгалтерські документи.	1 день	1 день
7	Імпорт пива	Товаро-супроводжуючі документи, зокрема транспортного оформлення, (накладні, рахунки-фактури) документи митного оформлення (вантажно-митна декларація, декларація митної вартості, складські свідоцтва тощо)	2 дні	2 дні

Джерело: побудовано на основі Додатку В.

В даному контексті, важливим є швидкість імпорту, тому на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» прийнято рішення імпорту пива повинно пройти не більше 15 днів (відповідно до умов ЗТК), а фактичне виконання повинне відбутися протягом 10-12 днів.

Відповідно до умов договору розглянемо графік поставки на діаграмі Ганта.(рис.3.1)



Рис. 3.1. Графік укладення імпортного контракту ТОВ

«Епіцентр К» пива з Чехії

Джерело: побудовано автором

З графіка можемо побачити, що процес від початку переговорів до права власництва на митній території України займає часу до двох тижнів, отже компанії, що займаються імпортом розробили довгострокові плани роботи, щоб скоротити час на вирішення питань стосовно всіх особливостей доставки та оплати товару.

Тобто при правильній зовнішньоекономічній діяльності можна досягнути значних фінансових успіхів. При вірному дослідженні та ефективному аналізі окремих факторів ЗЕД можна створити алгоритм дій для більшого прибутку від здійснення імпортних операцій.

До здійснення операції буде залучено обидві сторони зовнішньоекономічного контракту: продавець чеське підприємство «Malteurop Czech Sp. z o.o» та вітчизняне ТОВ «Епіцентр К», поряд із цим ключову роль в даному контракті відіграватимуть банківські установи – вітчизняний банк АБ «Укргазбанк» та чеський банк «РКО Bank Czech».

Схематично представимо особливості реалізації запропонованої альтернативної операції з імпорту пива ТОВ «Епіцентр К» (рис. 3.2).

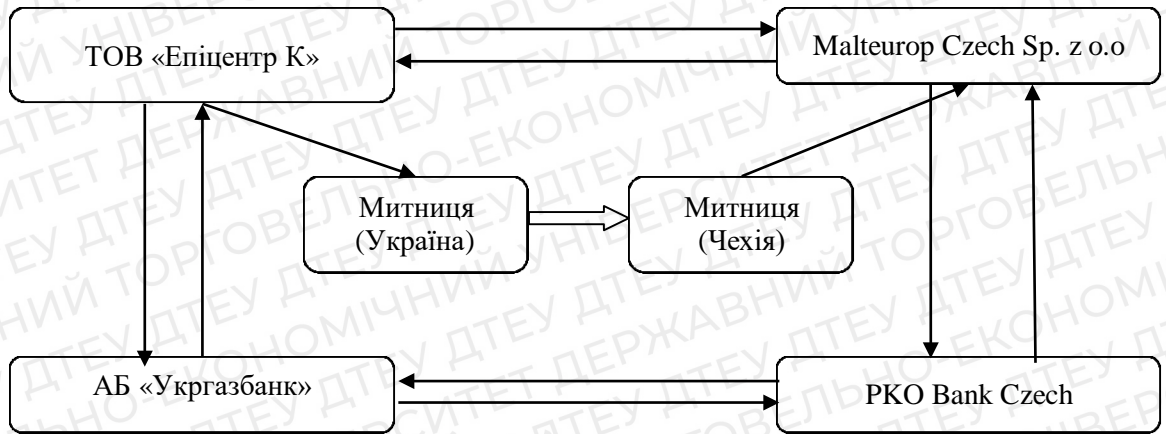


Рисунок 3.2. Схематичне зображення імпорту пива між підприємствами Malteurop Czech Sp. z o.o (Чехія) та ТОВ «Епіцентр К» (Україна) на умовах EXW

Джерело: побудовано на основі Додатку В.

1. ТОВ «Епіцентр К» (покупець) надсилає запит до Malteurop Czech Sp. z o.o (продавець) про бажання купити пиво.
2. Продавець присилає оферту на реалізацію угоди.
3. Покупець акцептуючи оферту надсилає Продавцю попередній зовнішньоекономічний контракт із зазначенням умов та строку реалізації. Надсилає два примірники договору для візування.
4. Продавець ознайомлюється та підписує контракт, надсилаючи один примірник Покупцю без змін та доповнень.
5. Продавець надсилає необхідні документи у банк PKO Bank Czech (банк Продавця).
6. Банк Покупця – АБ «Укргазбанк».
7. Банк Продавця відсилає Покупцю документи для ознайомлення та перевірки на відповідність.
8. Покупець перевіряє документи на відповідність та акцептує їх.
9. Продавець повідомляє Покупця про можливість імпорту пива.
10. Продавець дає доручення банку Покупця аванс. Банк Продавця інформує про отримання коштів.

11. Умова імпорту пива буде EXW. Імпорт пива буде відбуватися через транспортно-експедиційну компанію (ТЕК).
12. ТЕК спрямовує здійснює страхування вантажу.
13. Транспортування продовжується на склад Покупця.
14. На складі Покупця пиво перевіряється за кількістю та якістю.
15. Дається доручення Банку Покупця на оплату залишку суми. Банк продавця інформує про отримання коштів.

Таким чином, запропонований зовнішньоекономічний контракт реалізується у кілька етапів, етапність планування дає можливість прослідкувати усі операції реалізації контракту.

Умова імпорту пива – EXW англ. Ex Works, або Франко завод (...назва місця) – термін Інкотермс 2020, означає, що продавець вважається таким, що виконав свої зобов'язання з постачання, коли він надасть товар у розпорядження покупця на своєму підприємстві чи в іншому названому місці. Продавець не відповідає за навантаження товару на транспортний засіб, а також за митне очищення товару для імпорту. Імпортер (покупець) повинен укласти договір з перевізниками товару і сплатити перевезення від підприємства продавця до пункту призначення, включаючи вантаження, отримати імпортні ліцензії, виконати і сплатити митні процедури, а також податки і збори, сплатити товар продавцеві за ціною виробника. Всі ризики випадкового псування і загибелі товару, починаючи з моменту надання його продавцем (імпортером), несе покупець.

Завершальним етапом стане дослідження ефективності зовнішньоторговельної операції (EXW Прага) (табл. 3.4).

Порівняння умов імпорتنних операцій

Найменування умови	Дані, 2023 рік (заплановані дані)
Найменування товару	Пиво
Країна-експортер	Чехія
Ціна за 1 л	18,5 CZK (1 л)
Загальна кількість, л	240000
Кількість у 100% спирті, л	9600
Умови імпорту	EXW Прага

Джерело: побудовано на основі Додатку В.

Контрактна вартість закупівлі пива у Чехії становитиме:

$$B = 240000 \text{ л} * 18,5 \text{ CZK} = 4440000 \text{ CZK}$$

Митна вартість = КВ + витрати до кордону (навантаження на транспортний засіб + перевезення + страхування).

$$MB = 7293144 + 33790 = 7326934$$

Таблиця 3.5

Вихідні дані для розрахунку повних витрат імпортера на здійснення операції (ІЦК)

Показник	Значення
Контрактна вартість, CZK	4440000
Курс грн/CZK на дату платежів	1,6426
Контрактна вартість, грн	7293144
Витрати імпортера до перетину митного кордону, грн	33790
Митна вартість, грн	7326934
Ввізне мито	0
Акцизний податок, грн	574272
ПДВ, грн	1580241
Платежі до бюджету, грн	2154513
Витрати імпортера після перетину митного кордону, грн	12000
Імпортна ціна контракту, грн	9493447

Джерело: складено автором

При імпорті пива імпортер має провести митне очищення товару, що передбачатиме сплату митних платежів. Розрахуємо платежі за допомогою Митного калькулятора.

Ввізне мито на пиво (УКТЗЕД 2203000100), країною походження якого є країна ЄС, становить 0% відповідно до діючої Угоди.

Акцизний податок розраховується за ставкою 59,82 грн за 1 л 100% спирту.

Ставка ПДВ – 20%

Загальна сума платежів до бюджету при митному очищенні партії товару складе 2154513 грн (рис. 3.3)

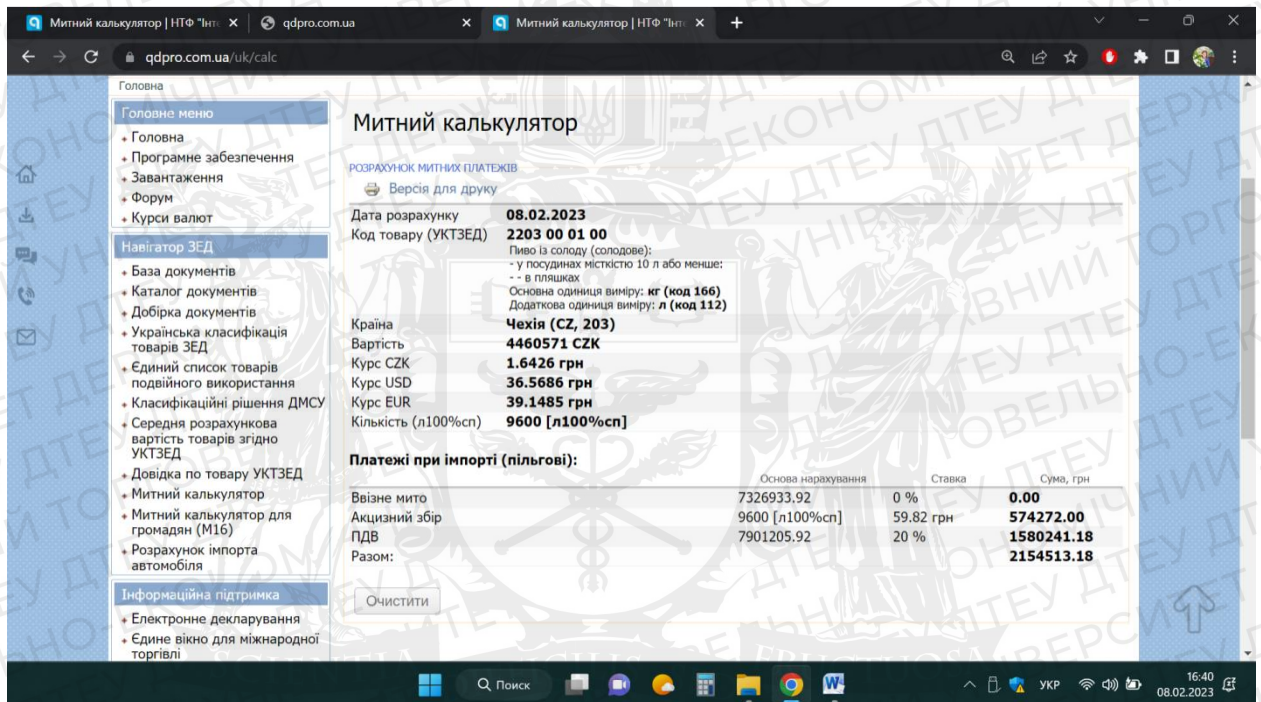


Рисунок 3.3 Розрахунок митних платежів при імпорті пива (2203000100)

Джерело: [https://qdpro.com.ua/uk/calc]. [35]

Сума загальних витрат на імпорт продукції складе:

$ІЦК = МВ + М + \text{Акцизний податок} + \text{ПДВ} + \text{витрати після перетину кордону}$

$ІЦК = 7326934 + 2154513 + 12000 = 9493447 \text{ грн}$

За умови реалізації партії товару за ціною 48 грн за й літр імпортованого пива, дохід від реалізації складе:

$240000 \text{ л} \times 48 \text{ грн} = 11520000 \text{ грн}$

Визначимо ефект та ефективність запропонованої імпортової операції (табл.3.6)

Ефективності імпорту пива з Чехії

Показник	Значення
Дохід від реалізації на внутрішньому ринку	11520000
Імпортна ціна контракту	9493447
Ефект (прибуток) від реалізації імпортованої продукції	2026553
Чистий прибуток від реалізації імпортованої продукції	1659313
Ефективність імпорту	1,21

Джерело: розраховано автором

Ефект (прибуток) від реалізації імпортованої продукції = Дохід від реалізації на внутрішньому ринку - Імпортна ціна контракту

$$11520000 - 9493447 = 2026553$$

Ефективність імпорту = Дохід від реалізації на внутрішньому ринку / Імпортна ціна контракту

$$11520000 / 9493447 = 1,21$$

За результатами розрахунків операція є ефективною, сума чистого прибутку від реалізації імпортованого пива на внутрішньому ринку складе 1659313 грн, а показник ефективності 1,21.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

Проведено оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К». ТОВ «Епіцентр К» – абсолютний лідер українського ринку ДІУ роздрібної торгівлі, один із найбільших гравців на ринку роздрібної торгівлі в цілому, а також один із найбільших агрохолдингів країни. У 2020 р., порівняно з 2018 р., спостерігаємо зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Епіцентр К» на 8982205 тис. грн. або на 21,70%. Також упродовж 2018-2020 рр. відбулося зростання собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 5193090 тис. грн. або на 17,08%. Упродовж 2018-2020 рр. спостерігаємо зростання валового прибутку підприємства на 3789115 тис. грн. або на 34,45%. Варто відзначити, що у 2018-2019 рр. ТОВ «Епіцентр К» вело прибуткову діяльність (чистий прибуток склав 2960712 тис. грн. у 2018 р., 3602109 тис. грн. у 2019 р. та 3171204 тис. грн. у 2020 р.).

Проаналізовано імпорту діяльність ТОВ «Епіцентр К». За 2018-2021 рр. відбулося зростання імпорту пива в ТОВ «Епіцентр К» на 3000000 тис. грн. або на 171,43%. Найбільше до ТОВ «Епіцентр К» імпортувалися такі види пива: темне пиво, світле пиво, живе пиво, фільтроване пиво, нефільтроване та безалкогольне пиво. Упродовж 2018-2020 рр. відбулося зростання загального імпорту в ТОВ «Епіцентр К» за рахунок збільшення імпорту пива із таких країн-імпортерів (Китай, Німеччина, Польща та Італія).

Визначено основні тенденції розвитку світового ринку пива. У 2021 році світовий ринок пива становив 227,6 мільярда доларів, це був найбільший сегмент на ринку алкогольних напоїв – 44,7%. У перерахунку на споживання на душу населення ринок склав 29,4 доларів США, а в перерахунку на

світовий ВВП – 0,23%. Пиво було найбільшим сегментом на ринку алкогольних напоїв, на нього припадало 44,7%, за яким йшли вино та бренді з 29,4% і міцні алкогольні напої з 25,8% відповідно. У 2022 році обсяг світового ринку пива досяг 660,0 мільярдів доларів США. У перспективі IMARC Group очікує, що до 2028 року ринок досягне 747,7 мільярдів доларів США, демонструючи темпи зростання (CAGR) на 1,9% протягом 2023-2028 років. Зростаючі переваги алкогольних напоїв преміум-класу внаслідок нової тенденції спілкування та вечірок, особливо серед міленіалів, працюючих професіоналів та молоді, є одним із основних факторів, що позитивно впливає на попит на пиво в усьому світі. Крім того, зростання ринку сприяє все більшому використанню пива як інгредієнта для коктейлів на винокурнях. Зокрема, нова тенденція дарування пива в індивідуальних пляшках сприяє зростанню ринку. Крім того, ключові гравці впроваджують ароматизоване пиво в нових варіантах, як-от рослинне та фруктове, через канали електронної комерції. Це, у поєднанні зі зростанням купівлі пива через канали розповсюдження в Інтернеті, оскільки вони пропонують легку доступність продукту за допомогою величезних каталогів і швидких засобів доставки, створює позитивний поштовх для ринку.

Проведено дослідження ринку пива України. Варто відзначити, що велику роль у сегментації ринку пива за упаковками відіграла пандемія. Поведінка споживачів у супермаркетах часто пов'язана з купівлею великих обсягів на майбутнє. Тому більше людей у супермаркетах означає зміщення уваги до легких та великих упаковок. Для адекватного аналізу ми оцінювали як обсяги виробництва, так і роздрібні продажі, оскільки це дозволяє врахувати розливне пиво та реальну ситуацію на ринку. Аналіз ринку пива в Україні свідчить про значні збитки, завдані його розвитку після початку повномасштабного вторгнення Росії. Наслідками впливу негативних факторів війни у 2022 році стали: зникнення з ринку пива в Україні обсягів виробництва підприємств, що опинилися на окупованій території чи районах активних бойових дій; скорочення продажів продукції через зниження

доходів населення, зменшення споживчої аудиторії, встановлення тимчасових обмежень на реалізацію алкоголю.

Досліджено організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» пива з Чехії. Для покращення імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К» доцільно реалізувати інноваційну імпортовою стратегію підприємства, яка передбачає поширення діяльності підприємства за кордон. Пропонуємо здійснити імпорт пива ТОВ «Епіцентр К» з Чехії. На підприємстві сформовано відділ збуту, котрий і координує ЗЕД. Розглядаючи особливості імпорту пива з наступних країн: Чехія (компанія Malteurop Czech Sp. z o.o), Німеччина (компанія Rostock Ltd.), Нідерланди (Malteurop Holland S.p.A). Дані дослідження формування цін з урахуванням різноманітних поправок найкращі у Чехії (компанія Malteurop Czech Sp. z o.o).

За даними, отриманими в результаті розрахунків, показник ефективності складає 1,21, а сума чистого прибутку складатиме 1,66 млн.грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII. Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, N 29, ст. 377. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
2. Білінчук В. О., Соболева-Терещенко О. А. Сучасний стан та перспективи розвитку пивного ринку в Україні. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. № 1 (17). С. 122-131.
3. Брояка А. А. Оцінка та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. Полтава, 2012. Випуск 5. Том 2. С.46–51.
4. Вітренко Н. С. Проблеми та перспективи розвитку ринку пива України. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2018. о 1 (41), 2 т. С. 11-17.
5. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2004. 172 с.
6. Козак Ю.Г., Лук'яненко Д.Г., Макогон Ю.В. та ін. Міжнародна економіка: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, Видавництво «Арт-Ек», 2008. 436 с.
7. Козик В. В. Зовнішньоекономічні операції і контракти. 3-ге вид., перероб. і доп. К. : Центр навчальної літератури, 2010. 621 с.
8. Колесніков В. П. Маркетингові дослідження як інструментарій прийняття ефективних управлінських рішень при виході на українські та міжнародні ринки. Прометей. 2014. № 1 (40). С. 168–171.
9. Коломацька С. П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення. К. : ВД «Професіонал», 2009. 288 с.

10. Мельник О. Індикатори оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вісник Національного університету «Київська політехніка». 2015. № 15 (599). С. 124-130.

11. Михасик О.Д. Основні проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Молодий вчений. 2020. № 1 (41). С. 666-669.

12. Рум'янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність : Навчальний посібник. М-во освіти і науки України. К.: Центр навчальної літератури, 2009. 375 с.

13. Сойма С. Ю. Зовнішньоекономічна діяльність регіону в умовах ринкової трансформації: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: 08.00.05: захищена 25.10.11. Ужгород, 2011. 22 с.

14. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навчально-методичний посіб. Київ : Новий світ-2000, 2009. 531 с.

15. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2014. 408 с.

16. Тюха І. В., Бабко А. О. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України. Ефективна економіка. 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5376>

17. Федоронько Н. І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنих операцій. Глобальні та національні проблеми економіки. 2019. Випуск 10. С. 120-123.

18. Хрупович С. Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль, 2020. 137 с.

19. Чепіжко О. С. Регулювання міжнародної торгівлі послугами. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=33811>.

20. Чириченко Ю. В. Зовнішня торгівля послугами: глобальна емерджетність. Економіка та підприємництво. 2014. № 1 (70). С. 64-69.

21. Шкурупій О. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2014. 248 с.
22. Штирхун Х. Теоретичні засади маркетингового підходу до збутової діяльності вітчизняних підприємств. Збірник наукових праць ДЕТУТ. Сер.Економіка і управління. 2015. Вип. 31. С. 324–334.
23. Beer Global Market Report 2022 – By Type. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/beer-global-market-report>
24. Global Beer Market to Surpass Valuation of \$989.29 Billion by 2028. URL: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/11/14/2555154/0/en/Global-Beer-Market-to-Surpass-Valuation-of-989-29-Billion-by-2028-Asia-Pacific-to-Generate-More-than-40-Demand-and-Regional-Consumption-to-Exceed-70-000-million-liters-by-2025.html>
25. Beer Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2023-2028. URL: <https://www.imarcgroup.com/beer-market>
26. Beer Global Market Briefing 2022: Ukraine-Russia War Impact. URL: <https://www.marketresearch.com/Business-Research-Company-v4006/Beer-Global-Briefing-Ukraine-Russia-32199891/>
27. Beer market of Ukraine 2021. URL: <https://journal.beer/2021/10/16/beer-market-of-ukraine-2021/>
28. Офіційний сайт ТОВ «Епіцентр-К». URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/>
29. Офіційний сайт Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-piva-v-ukraine-tendencii-razvitiya-i-factory-vojni>
30. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: customs.gov.ua
31. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

32. Офіційний сайт Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1239875/top-beer-exporters-worldwide-trade-value/>

33. Офіційний сайт Trendeconomy. URL: <https://trendeconomy.com/data/h2/Ukraine/22>

34. Офіційний сайт TradeMap. URL: <https://www.trademap.org>

35. Офіційний сайт qdpro.com.ua URL: <https://qdpro.com.ua>



ДОДАТКИ

Додаток А

ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К»
Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року
Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис. грн.	На кінець року, тис. грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
Інші фінансові інвестиції	1035	1 750 200	1 755 267
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	68 629
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	11 823 622	16 010 547
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 250 000	13 885 925
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	770 000	1 467 824
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130		0
з бюджетом	1135		0
у тому числі з податку на прибуток	1136		0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160		0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621

Пасив	Код	На початок року, тис. грн.	На кінець року, тис. грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	12 300 000	14 542 267
Неоплачений капітал	1425		0
Вилучений капітал	1430		0
Усього за розділом I	1495	12458 610	14 700 877
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			

Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	910 000	2 008 688
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	256 738
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	910 000	2 265 426
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	776 000
товари, роботи, послуги	1615	13 454 053	14 514 081
розрахунками з бюджетом	1620	180 545	273 257
у тому числі з податку на прибуток	1621	130 000	215 457
розрахунками зі страхування	1625	62528	24 716
розрахунками з оплати праці	1630	140 000	160 208
Поточні забезпечення	1660	250 620	509 245
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1891166	3 667 811
Усього за розділом III	1695	16 754 912	19 925 318
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1700		0
	1900	30 126 522	36 891 621

ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К»
Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2020 року

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

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис. грн.	На кінець року, тис. грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	12 543	32 720
первісна вартість	1001	44 846	73 004
накопичена амортизація	1002	32 303	40 284
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 869 460	3 692 156
Основні засоби	1010	12 304 648	15 231 712
первісна вартість	1011	17 210 534	21 335 058
знос	1012	4 905 886	6 103 346
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	1 755 267	3 129 633
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	68 629	23 116
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	16 010 547	22 109 337
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 885 925	15 389 033
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 467 824	2 182 479
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	0	1
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 381 455	3 859 491
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	921 054	642 802

Витрати майбутніх періодів	1170	7 322	5 399
Інші оборотні активи	1190	217 473	336 837
Усього за розділом II	1195	20 881 053	22 416 054
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	21	0
Баланс	1300	36 891 621	44 525 391
Пасив	Код	На початок року, тис. грн.	На кінець року, тис. грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14 542 267	17 688 086
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	2 008 688	4 142 910
Інші довгострокові зобов'язання	1515	256 738	312 170
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	2 265 426	4 455 080
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	767 497
товари, роботи, послуги	1615	14 514 081	16 290 054
розрахунками з бюджетом	1620	273 257	326 833
у тому числі з податку на прибуток	1621	215 457	244 727
розрахунками зі страхування	1625	24 716	17 379
розрахунками з оплати праці	1630	160 208	137 988
Поточні забезпечення	1660	509 245	539 038
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3 667 811	4 144 753
Усього за розділом III	1695	19 925 318	22 223 615
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	36 891 621	44 525 391

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

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43 979 194	41 400 220
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30 814 751	30 400 580
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	13 164 443	10 999 640
збиток	2095	0	
Інші операційні доходи	2120	530 835	260 235
Адміністративні витрати	2130	751 814	540 040
Витрати на збут	2150	7 985 945	6 623 200
Інші операційні витрати	2180	254 271	396373
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	4 703 248	3 700 262
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3 851	180 000
Інші доходи	2240	354 733	52 000
Фінансові витрати	2250	250 094	91 550
Втрати від участі в капіталі	2255	24 516	0
Інші витрати	2270	363 438	210 000
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 423 784	3630712
збиток	2295	0	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-670 000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	2 960 712
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	3 602 109	2 960 712

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	887 499	750 000
Витрати на оплату праці	2505	4 711 766	3 950 230
Відрахування на соціальні заходи	2510	952 162	805 124

Амортизація	2515	1 096 995	602 365
Інші операційні витрати	2520	2 581 842	1 806 236
Разом	2550	10 230 264	7 913 955

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2020 рік Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	50 382 425	43 979 194
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	35 593 670	30 814 751
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	14 788 755	13 164 443
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	737 243	530 835
Адміністративні витрати	2130	872 759	751 814
Витрати на збут	2150	8 648 047	7 985 945
Інші операційні витрати	2180	920 408	254 271
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	5 084 784	4 703 248
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	211 555	3 851
Інші доходи	2240	554 085	354 733
Фінансові витрати	2250	295 646	250 094
Втрати від участі в капіталі	2255	0	24 516
Інші витрати	2270	1 438 592	363 438
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 116 186	4 423 784
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-944 982	-821 675
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 171 204	3 602 109
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та	2415	0	0

спільних підприємств			
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	3 171 204	3 602 109

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1 254 935	887 499
Витрати на оплату праці	2505	5 208 532	4 711 766
Відрахування на соціальні заходи	2510	1 056 667	952 162
Амортизація	2515	1 667 998	1 096 995
Інші операційні витрати	2520	3 465 135	2 581 842
Разом	2550	12 653 267	10 230 264

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Зовнішньоекономічний контракт

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ КОНТРАКТ № 55/15/6

на поставку товару

м. Київ

«20» квітня 2023 р.

Підприємство **ТОВ «Епіцентр-К», Україна**, в особі директора діючого на підставі Статуту, що іменується далі – «Покупець», з одного боку, і підприємства **Malteurop Czech Sp.z.o.o, Чехія**, в особі директора з імпорту Мілека Радека, діючого на підставі Статуту, що іменується далі – «Продавець», з іншого боку, разом згадувані як «Сторони», уклали цей контракт про таке:

1. Предмет контракту.

1.1. Продавець зобов'язується поставити товар, а Покупець прийняти та оплатити його на умовах, визначених у цьому контракті.

1.2. Товар, що поставляється, має бути виготовлений і поставлений партіями в повній відповідності до вимог, на умовах та за цінами, зазначеними в Додатках і Специфікаціях до цього контракту, що є його невід'ємною частиною.

1.3. Продавець гарантує, що є власником товару, що поставляється за цим контрактом (або має право на відчуження товару на інших законних підставах), і що товар будь-яким способом не відчужений, не закладений, не перебуває у спорі та під арештом, прав щодо нього у третіх осіб немає.

2. Загальна сума контракту та ціни.

2.1. Орієнтовна сума контракту становить: 4440000 чеських крон. Загальна кінцева сума контракту становить суму всіх Специфікацій, що будуть підписані сторонами протягом строку дії цього контракту. Вартість одиниці товару зазначено в Специфікаціях до цього контракту.

2.2. Ціна на товар розуміється згідно з умовами EXW (відповідно до «Інкотермс-2020») і включає в себе вартість завантаження товару у Продавця, вартість усіх митних формальностей у країні Продавця, вартість сертифікації товару, вартість упаковки, маркування, доставка, страхування, перевезення тощо, не включаючи податки та мито на території України.

2.3. Назва, ціна та кількість товару, що поставляється, погоджується сторонами в Специфікаціях, які підписуються на кожну окрему поставку та є невід'ємною частиною цього контракту. Зміна ціни товару під час виконання контракту погоджується сторонами.

3. Строк та умови платежу.

3.1. Оплата товару здійснюється у валюті чеських крон, код валюти - 600, у формі банківського переказу на рахунок Продавця в такому порядку: аванс – 200000 чеських крон, решта - залишок суми.

3.2. Оплата товару за цим контрактом здійснюється Покупцем у чеських крон, код валюти 600, згідно з такими реквізитами: р/р 2600065643723764/600 в РКО Bank Czech

3.3. Усі банківські накладні витрати в країні Покупця несе Покупець, усі інші банківські витрати несе Продавець.

3.4. Покупець має право затримати оплату за товар, якщо товаросупровідні документи не надані або несвоєчасно надані, не відповідають вимогам, що передбачені чинним законодавством України або містять помилки або невідповідності, – пропорційно кількості днів, протягом яких документи будуть надані, помилки або невідповідності будуть виправлені або документи будуть відповідати чинному законодавству України та передані Покупцеві.

4. Строк та умови поставки.

4.1. Товар за цим контрактом повинен бути поставлений на умовах EXW «Поставка зі сплатою мита» (зазначити точну адресу місця поставки) (відповідно до «Інкотермс-2010») протягом двох тижнів з моменту авансу. Продавець зобов'язаний письмово повідомити Покупця про дату поставки (відвантаження) товару за 2 дні до дати такої поставки (відвантаження).

4.2. Продавець разом із товаром зобов'язаний передати (або одночасно з відвантаженням товару надіслати поштою або кур'єрською доставкою) Покупцеві оригінали наступних документів:

4.2.1. рахунок-фактуру (інвойс);

4.2.2. сертифікат походження товару;

4.2.3. пакувальний листок;

4.2.4. сертифікат якості;

4.3. Вантажоодержувачем товару за цим контрактом (далі – «Вантажоодержувач») є:

Найменування: ТОВ «Епіцентр-К»

4.4. Усі ризики, пов'язані із загибеллю або пошкодженням товару переходять до Продавця відповідно до умов, передбачених «Інкотермс-2010» для виду поставки, зазначеного в п. 4.1. цього контракту.

4.5. У разі необхідності на вимогу Покупця, перед відвантаженням Продавцем кожної або окремої партії товару на адресу Покупця, уповноваженим представником Покупця та/або незалежної компанії на складі Продавця здійснюється перевірка якості товару, що відвантажується. Продавець зобов'язаний надати зазначеним представникам всі необхідні документи і зразки товару, що відвантажується, для проведення перевірки/інспекції якості товару. Покупець зобов'язується за допомогою електронної пошти, факсимільного зв'язку чи іншим способом повідомити Продавця про проведення перевірки якості не пізніше ніж за 2 дні до передбачуваної дати відвантаження товару.

4.6. Якщо сторони досягнуть згоди здійснювати поставки товару, який буде проводитися Продавцем на замовлення Покупця під певною торговою маркою (право на використання якої належить Покупцеві), сторони підписують додаткову угоду до цього контракту, в якому застерігаються всі істотні умови здійснення таких поставок.

5. Якість, упаковка та маркування товару.

5.1. Якість товару має відповідати вимогам, зазначеним у **Додатках** та/або в **Специфікаціях** до цього контракту, а також вимогам, які зазвичай пред'являються до якості цього виду товару, і підтверджуватися відповідними документами. Якість товару має відповідати інформації про такий товар, зазначений у супровідних документах і на його упаковці та/або тарі. У разі невідповідності якості товару, Покупець залишає за собою право відмовитися від зазначеної партії товару, або вимагати зменшення його ціни.

5.2. Товар повинен бути упакований та/або тарований відповідно до вимог Покупця, зазначених у **Додатках** до цього контракту, а також вимог, які звичайно пред'являються до упаковки та/або тарі цього виду товару. Товар повинен поставлятися в непошкодженій упаковці та/або тарі, яка повинна забезпечити повне збереження товару від всякого роду пошкоджень під час його транспортування з урахуванням кількох перевантажень в дорозі та зберігання протягом терміну придатності товару.

5.3. Відповідальність за псування товару внаслідок прихованих дефектів тари та/або упаковки повністю покладається на Продавця.

5.4. За цим контрактом Продавець відповідає за якість пива та упаковки та/або тари, що підлягають використанню в процесі виготовлення товару, і наданих Покупцеві, відповідно до положень чинного законодавства України, що встановлює відповідальність Продавця перед Покупцем за поставлений товар неналежної якості.

5.5. Продавець зобов'язаний на кожну партію товару скласти пакувальний листок.

5.6. Маркування товару повинна здійснюватися відповідно до вимог, зазначених у **Додатках** до цього контракту. Упаковка та/або тара повинна в обов'язковому порядку містити чітке маркування про дату виготовлення товару та закінчення строку його придатності. Вимоги до маркування товару узгоджуються сторонами в **Додатках**, які є невід'ємною частиною цього контракту.

6. Умови здачі – приймання товару.

6.1. Приймання Товару здійснюється Покупцем на складі Вантажодержувача.

6.2. Приймання товару за якістю проводиться відповідно до стандартів, технічних умов, інших обов'язкових для сторін правил, а також за супровідними документами, що посвідчують якість товару, що поставляється (сертифікат відповідності, посвідчення про якість тощо). У разі відсутності зазначених документів або деяких із них Покупець має право прийняти поставлений товар, у такому випадку складається акт про фактичну якість товару і в акті зазначається, які документи відсутні.

6.3. Покупець має право здійснювати вибіркову (часткову) перевірку якості та/або кількості товару з поширенням результатів перевірки будь-якої частини товару на всю партію товару. Якщо під час приймання товару буде виявлено недостачу, невідповідність якості або комплектності вимогам, встановленим у документації на товар або вимогам, встановленим цим контрактом, Покупець укладає рекламацийний акт.

6.4. Рекламацийний акт є укладений належним чином, якщо він складений за участі повноважного представника Торгово-Промислової Палати України або незалежної компанії. Виклик повноважного представника Продавця для участі в складанні рекламацийного акта не є обов'язковим.

6.5. Якщо під час приймання товару буде встановлено недостачу, невідповідність якості або кількості товару вимогам, викладеним у цьому контракті, Покупець має право вимагати доімпорту товару або заміни неякісного товару, зменшення ціни товару або повернення грошових коштів в розмірі вартості недопоставленого або поставленого товару неналежної якості. У цьому випадку Продавець зобов'язаний протягом 2 календарних днів з дати отримання вимоги Покупця за свій рахунок провести додаткову поставку або заміну неякісного товару, повернути кошти або, за погодженням з Покупцем, включити вартість недопоставленого товару в рахунок оплати наступної партії товару.

7. Санкції та рекламачії.

7.1. У разі прострочення поставки товару з причин, що винятково залежать від Продавця, Продавець зобов'язаний сплатити Покупцю штрафні санкції в розмірі 1% від вартості непоставленого в строк товару за кожен день прострочення.

Нарахування штрафних санкцій здійснюється протягом усього періоду прострочення	незалежно	від	його	тривалості.
--	-----------	-----	------	-------------

7.2. Якщо Продавець не може здійснити узгоджену Сторонами поставку товару протягом 2 днів з моменту настання строку здійснення такої поставки, Продавець зобов'язаний негайно повернути Покупцю отриману попередню оплату (якщо товар повністю або частково оплачений) і сплатити на рахунок Покупця передбачені цим контрактом штрафні санкції. У цьому випадку Покупець має право розірвати цей контракт в односторонньому порядку, письмово повідомивши про це Продавця, без відшкодування Продавцю будь-яких витрат або збитків, викликаних розірванням цього контракту.

7.3. У разі порушення Продавцем вимог, зазначених у пп. 4.6, 5.1 – 5.6, 6.5 цього контракту, Продавець зобов'язаний сплатити Покупцю штраф у розмірі 100000 чеських крон за кожен факт такого порушення.

7.4. У разі ненадання або несвоєчасного надання Продавцем усіх необхідних товаросупровідних документів на товар, що поставляється, Продавець несе всі ризики та збитки, пов'язані з можливим простроченням поставки товару, простоем транспорту (у тому числі витрати, пов'язані з поверненням товару та/або його повторною поставкою тощо), затримкою в митному оформленні товару та інші ризики і збитки, які виникли в зв'язку з ненаданням (несвоєчасним наданням) товаросупровідних документів на товар. У цьому випадку, на вимогу Покупця, Продавець зобов'язаний сплатити Покупцю штраф у розмірі 100000 чеських крон (зазначити валюту) за кожен факт такого порушення.

7.5. У разі поставки Продавцем неякісного товару, Продавець зобов'язаний сплатити Покупцю штраф у розмірі 100000 чеських крон за кожен факт такого порушення.

7.6. Строк позовної давності для стягнення штрафних санкцій за цим контрактом становить 3 (три) роки.

8. Арбітраж.

8.1. Покупець і Продавець вживатимуть усіх заходів для вирішення спірних питань і розбіжностей, що виникають під час виконання умов цього контракту та/або в зв'язку з ним, шляхом взаємних переговорів.

8.2. Якщо сторони не можуть дійти згоди таким шляхом, усі спори, розбіжності або вимоги, що виникають за цим контрактом або в зв'язку з ним, у тому числі такі, що стосуються його виконання, порушення, припинення або недійсності, підлягають вирішенню в Міжнародному комерційному арбітражному суді при Торгово-промисловій палаті України відповідно до його Регламенту. Правом, що регулює цей контракт, є матеріальне право України. Арбітражний суд складається з одноосібного арбітра. Місце проведення засідання Арбітражного суду – м. Київ. Мова арбітражного розгляду – російська.

8.3. Рішення Міжнародного комерційного арбітражного суду при Торгово-промисловій палаті України буде обов'язковим для виконання обома сторонами.

9. Форс-мажор.

9.1. У разі настання певних обставин, що перешкоджають будь-якій стороні виконати взяті на себе зобов'язання за цим контрактом, сторона, що не виконує, повністю звільняється від відповідальності за невиконання за умови, що:

а) обставина, що виникла, не могла бути прийнята нею в розрахунок під час укладення цього контракту; б) цю перешкоду вона не могла уникнути або подолати під час виконання зобов'язання; в) вищезазначена перешкода або її наслідки були наслідком причин, що знаходяться поза контролем невиконуючої сторони. Обставинами, що відповідають вищезгаданим умовам, зокрема, є: а) пожежі; б) повені; в) війни; г) страйки; д) блокада; е) землетрус.

9.2. Сторона, для якої виявиться неможливим виконання своїх зобов'язань за цим контрактом з огляду на обставини, зазначені вище, зобов'язана негайно повідомити іншу сторону в письмовій формі про виникнення і про припинення дії вищезазначених обставин, їх можливі наслідки, і підтвердити такі події офіційним документом, виданим відповідним органом (торгово-промисловою палатою) країни виникнення та дії форс-мажорних обставин. У разі виникнення вищезазначених обставин, строк виконання договірних зобов'язань відсувається відповідно до часу, протягом якого будуть діяти ці обставини або їх наслідки, але не більше 30 календарних днів. Якщо вищезазначені обставини та їх наслідки триватимуть більше 30 календарних днів, сторони на підставі взаємних переговорів ухвалюють рішення про подальшу долю цього контракту. У разі анулювання цього контракту повністю або частково жодна зі сторін не має права вимагати від іншої сторони відшкодування збитків.

Довідка по товару УКРЗЕД 2203

1. Ввізне мито

Являє собою податок на переміщення товарів через митний кордон України. Див. додатково "Класифікатор звільнень від сплати митних платежів при ввезенні товарів на митну територію України", затверджений наказом Мінфіну від 20.09.2012 року № 1011.

Пільгова ставка 0.05 EUR за л
Повна ставка 0.05 EUR за л
Діє з 01.01.2023

Підстава:

Закон України ВР № 2697-IX від 19.10.2022
Про Митний тариф України

Коментарі:

Пиво із солоду (солодове):
-у посудинах місткістю 10 л або менше:
--в пляшках

2. Ставки акцизного збору

Акцизний податок - непрямий податок на споживання окремих видів товарів (продукції), визначених Податковим кодексом України як підакцизні, що включається до ціни таких товарів (продукції).

Ставки акцизного податку встановлені у статті 215 Податкового кодексу України.

Ставка 59.82 грн за л100%сп
Діє з 01.03.2022

Підстава:

Закон України ВР № 1914-IX від 30.11.2021
Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень

Коментарі:

Пиво із солоду (солодове).

3. Зменшення ставок ввізного мита (ЄАВТ)

Преференція по миту: "403".

Товари, вказані у коментарі, що ввозяться в Україну згідно з міждержавною угодою України з державами ЄАВТ оподатковуються ввізним митом за зменшеними ставками.

Ставка 0 %
Діє з 01.01.2023

4. Зменшення ставок ввізного мита (ЄС)

Преференція по миту: "410".

Вказані у коментарі товари, що ввозяться в Україну та походять з країн ЄС, знаходяться у переліку зниження ввізних мит України, розрахованих по роках, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС.

Ставка 0 %
Діє з 01.01.2023 до 31.12.2023

Підстава:

Міждержавна угода від 27.06.2014
Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони
Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022

Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:

в пляшках

18. Марки акцизного збору

Вказані у коментарі товари підлягають позначенню марками акцизного збору.

Алкогольні напої в автомобільних і залізничних цистернах, а також у баках, бачках та інших ємностях місткістю більш як 5 літрів, які ввозяться в Україну з метою продажу або обміну, маркуванню не підлягають (див. підпункт в п. 227.1 статті 227 Податкового кодексу України).

Діє з 01.07.2015

Підстава:

Кодекс ВР № 2755-VI від 02.12.2010
Податковий кодекс України
Постанова КМУ № 1251 від 27.12.2010
Про затвердження Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв, тютюнових виробів і рідин, що використовуються в електронних сигаретах

Коментарі:

Алкогольні напої (маркуванням підлягають всі алкогольні напої з вмістом спирту етилового понад 8, 5 відсотка об'ємних одиниць)

19. Нормативи відбору проб і зразків

У разі, якщо відповідним нормативно-правовим актом встановлено потребу проводити лабораторну перевірку, відбір проб й зразків товарів для проведення лабораторних досліджень (аналізу, експертизи) здійснюється у межах, встановлених нормативами відбору проб та зразків.

Діє з 13.01.2017

Підстава:

Наказ Мінфіну № 1058 від 02.12.2016
Про затвердження Порядку взаємодії структурних підрозділів та територіальних органів ДФСУ із Спеціалізованою лабораторією з питань експертизи та досліджень ДФС під час проведення досліджень

Коментарі:

Алкогольні й безалкогольні напої та оцет.

8. Податок на додану вартість

Податок на додану вартість - непрямий податок, який нараховується та сплачується відповідно до норм розділу V Податкового кодексу України.

Об'єктом оподаткування (див. статтю 185 Податкового кодексу України) є операції платників податку з:

ввезення товарів на митну територію України в митних режимах імпорту або реімпорту, в тому числі постачання товарів з-під митних режимів магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони для їх подальшого вільного обігу на території України;
вивезення товарів у митному режимі експорту або реекспорту, в тому числі постачання товарів, які перебувають у вільному обігу на території України, до митних режимів магазину безмитної торгівлі, митний склад або спеціальна митна зона.

При ввезенні товарів на митну територію України **базою оподаткування** є договірна (контрактна) вартість, але не менша митної вартості цих товарів, з урахуванням мита та акцизного податку, що підлягають сплаті, за винятком податку на додану вартість, що включаються до ціни товарів згідно із законом (див. статтю 190 Податкового кодексу України).

Ставка 20%
Діє з 01.01.2011

Підстава:

Кодекс ВР № 2755-VI від 02.12.2010
Податковий кодекс України

9. Єдиний збір в пункті пропуску

Єдиний збір справляється з транспортних засобів, визначених у ст. 5 Закону України від 04.11.99 № 1212-XIV, які перетинають державний кордон, за здійснення у пунктах пропуску митного (у разі транзиту вантажу і транспортного засобу) контролю вантажу і транспортного засобу, за проїзд транспортного засобу автомобільними дорогами та за проїзд автотранспорту з перевищенням встановлених загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів.

Не справляється у разі: перетинання державного кордону авіаційними та водними транспортними засобами, залізничними вагонами без вантажу, залізничними пасажирськими вагонами, легковими автомобілями; транзиту вантажу, що не підлягає пропуску через митний кордон та перевантажується на інший транспортний засіб у зоні митного контролю пункту пропуску, який є одночасно пунктом ввезення та вивезення цього вантажу; в'їзду та виїзду транспортного засобу в межах одного пункту пропуску через держкордон без перетинання митного кордону; переміщення товарів трубопровідним транспортом та лініями електропередачі.