

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра світової економіки**  
**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**Малий бізнес у міжнародних торговельних відносинах**  
(на матеріалах ТОВ «Агропродукт», м. Знамянка, Кіровоградська обл.)

Студентки 2 курсу, 1м групи,  
спеціальності 051 «Економіка»  
спеціалізації «Міжнародна економіка»

\_\_\_\_\_ *підпис*

Мішіріченко  
Анни Євгенівни

Науковий керівник  
кандидат економічних наук,  
професор кафедри  
світової економіки

\_\_\_\_\_ *підпис*

Кудирко  
Людмила Петрівна

Гарант освітньої програми  
кандидат економічних наук,  
професор кафедри світової  
економіки

\_\_\_\_\_ *підпис*

Кудирко  
Людмила Петрівна

**Київ 2020**

## АНОТАЦІЯ

### **Мішіріченко Анна Євгенівна. Малий (середній) бізнес у міжнародних торговельних відносинах**

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка». Київський національний торговельно-економічний університет, 2020.

Випускна кваліфікаційна робота містить теоретико-методологічні засади діяльності малого та середнього бізнесу у міжнародних торговельних відносинах та пропозиції щодо удосконалення сучасних процесів виходу підприємств на нові зарубіжні ринки.

В перебігу дослідження проведено ґрунтовний аналіз фінансового стану ТОВ «Агропродукт», оцінку міжнародного бізнес-середовища та аналіз організації маркетингу у міжнародній економічній діяльності підприємства.

Проведений аналіз дозволив сформулювати пропозиції щодо механізму удосконалення процесів маркетингу на міжнародних ринках та здійснити розрахунки прогнозу щодо діяльності ТОВ «Агропродукт» з урахуванням запропонованих заходів та рекомендацій.

**Ключові слова:** малий та середній бізнес, бізнес-середовище, зовнішньо-економічна діяльність, конкурентоспроможність, стратегія просування.

## ANNOTATION

### **Mishirichenko Anna Yevgenivna. Small (medium) business in international trade relations**

Final qualifying work on the receipt of educational master's degree after specialty 051 "Economics". Kyiv national trade and economic university, 2020.

The final qualification work contains theoretical and methodological principles of small and medium business in international trade relations and proposals for improving modern processes of entry of enterprises into new foreign markets.

In the course of the research, a thorough analysis of the financial state of the "Agroproduct" Ltd., an assessment of the international business environment and an analysis of the marketing in the international economic activity of the enterprise.

The conducted analysis allowed to set forth suggestions in relation to the mechanism of improvement of marketing processes in international markets and to carry out the calculations of prognosis in relation to activity of Agroproduct Ltd., taking into account the proposed activities and recommendations.

**Keywords:** small and medium business, business environment, foreign economic activity, competitiveness, promotion strategy.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИНАХ.....</b>	<b>7</b>
1.1 . Критичний огляд вітчизняної та іноземної літератури щодо ролі малого та середнього бізнесу у міжнародних торговельних відносинах.....	7
1.2 Аналіз світового ринку кондитерських виробів.....	11
Висновки до розділу 1.....	18
<b>РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГРОПРОДУКТ» У МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИНАХ.</b>	<b>20</b>
2.1 Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Агропродукт».....	20
2.2 Аналіз ефективності міжнародної торговельної діяльності ТОВ «Агропродукт».....	26
Висновки до розділу 2.....	34
<b>РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГРОПРОДУКТ» ЯК СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН.....</b>	<b>36</b>
3.1 Напрями підвищення ефективності торговельно-економічної діяльності ТОВ «Агропродукт».....	36
3.2 Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «Агропродукт».....	41
Висновки до розділу 3.....	44
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>46</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>49</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>54</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми роботи.** Адаптування світової практики регулювання малого підприємництва в сучасних умовах українського ринку – провідне завдання державної та регіональної політики, оскільки від всебічної підтримки малого бізнесу з боку державних органів залежить докорінна ринкова трансформація економіки України та формування постіндустріального суспільства.

За останнє десятиріччя функціонування національної економіки малий бізнес відіграв головну роль у становленні відносин підприємницької діяльності, формуванні класу підприємців, здатних за власною ініціативою започаткувати життєстійкі структури – малі підприємства, забезпечувати нові робочі місця, задовольняти потреби споживачів у товарах і послугах, формувати конкурентне середовище в країні в цілому та в кожному окремому регіоні зокрема.

Як свідчить світовий досвід, активізація підприємництва є суттєвим чинником успішного розвитку ринкових відносин і стабільності економіки. Тому практично в усіх країнах світу держава бере активну участь у формуванні та розвитку підприємницької діяльності й підтримці найбільш доцільних і ефективних її напрямів, насамперед на ринку харчових продуктів, а саме кондитерських виробів.

Наразі сектор АПК є одним із драйверів економічного зростання та розвитку експортного потенціалу України. Збільшується кількість учасників зовнішньоторговельних операцій не лише серед потужного великого бізнесу, але й серед малого та середнього. Разом з тим задля підвищення ефективності їх участі в міжнародних торговельних відносинах необхідне впровадження новітніх управлінських практик, що актуалізує обрану тему дослідження випускної кваліфікаційної роботи.

**Аналіз рівня розробленості теми.** Важливість розвитку малого та середнього бізнесу в усіх країнах світу відзначають низка вітчизняних науковців: Жуков С. А., Дюгованець О. М., Балко О. Ю., Пукало О.П., Черняєва О.В., Гриненко А.Ю., Солованюк С.М.. Також малий та середній бізнес досліджували такі зарубіжні вчені, як Гзегорз Ментол, Ратан Дхір, Міка Вестерлунд, Рісто Рахало, Сеппо Лемінем та Паскаль Уайлд. В своїх працях вони аналізують сучасні тенденції

розвитку малого підприємництва та шляхи удосконалення систем державного сприяння та захисту компаній.

**Метою дослідження** є розкриття теоретичних та методичних підходів щодо організації участі вітчизняного малого бізнесу в міжнародних торговельних відносинах.

Для досягнення цієї мети в процесі дослідження було поставлено і вирішено наступні **завдання**:

- здійснено критичний огляд вітчизняної та іноземної літератури щодо ролі малого та середнього бізнесу у міжнародних торговельних відносинах
- проведено аналіз міжнародного ринку кондитерських виробів
- оцінено вплив факторів зовнішнього середовища на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Агропродукт»
- здійснено аналіз ефективності міжнародної торговельної діяльності ТОВ «Агропродукт»
- розроблено напрями підвищення ефективності торговельно-економічної діяльності ТОВ «Агропродукт»
- здійснена прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «Агропродукт»

**Об'єктом дослідження** є процеси організації міжнародної торговельно-економічної діяльності мікро-, малого та середнього бізнесу. **Предметом дослідження** стали теоретичні засади та практичний інструментарій участі вітчизняних виробників кондитерських виробів, що є суб'єктами малого/середнього бізнесу, в міжнародних торговельних відносинах.

**Методи дослідження.** Методологічним підґрунтям випускної кваліфікаційної роботи стали сукупність принципів, прийомів наукового дослідження, загальнонаукові і спеціальні аналітичні методи, що дозволило вирішити поставлені завдання, системно й комплексно дослідити процеси здійснення експорту на міжнародний ринок кондитерських виробів, та механізми управління ними.

Оснoву випускної кваліфікаційної роботи становить системний підхід до вивчення економічних явищ і процесів. Під час виконання дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання: метод наукового узагальнення, метод порівняльного аналізу – у процесі дослідження праць вітчизняних і зарубіжних вчених щодо сутності основних понять, практики управління діяльністю мікро, малих та середніх підприємств в сфері виробництва кондитерських виробів, економіко-статистичні методи при аналізі економічних показників стану діяльності ТОВ «Агропродукт», метод PEST та SWOT аналізу при оцінці фактори впливу зовнішнього середовища на підприємство та методи імітаційного моделювання при обґрунтуванні рекомендацій щодо вдосконалення підприємницької діяльності.

*Науково-практична новизна отриманих результатів* полягає в тому, що вперше проведено цілісний аналіз діяльності підприємства ТОВ «Агропродукт», та запропоновано здійснення експортної діяльності до Болгарії. В випускній кваліфікаційній роботі вперше було запропоновано сформулювати ефективну стратегію просування кондитерської продукції на зарубіжних ринках та розроблено шляхи її запровадження на підприємстві ТОВ «Агропродукт».

**Апробація результатів дослідження.** За результатами проведеного дослідження було підготовлено наукову статтю: Мішріченко А.Є. Новітні тенденції розвитку світового ринку кондитерських виробів. // Світова економіка: збірник наукових статей студентів денної та заочної форми навчання. – Київ: КНТЕУ. - 2020. Ч.1 – С. 64-67.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури із 49 джерел та 21 додатку. Загальний обсяг роботи становить 48 с. Робота містить 3 рисунка і 11 таблиць.

## **РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИНАХ**

### **1.1 Критичний огляд вітчизняної та іноземної літератури щодо ролі малого та середнього бізнесу у міжнародних торговельних відносинах**

Роль малого підприємництва в світі на сучасному етапі дуже велика. Вона особливо зросла в умовах постіндустріального суспільства, що проявилось в змінах соціально-економічних функцій цієї форми бізнесу. Малі та середні підприємства стають невід'ємною ланкою в структурі суспільного відтворювального процесу, без якого неможливо забезпечити успішний соціально-економічний розвиток суспільства і зростання ефективності виробництва. [4, с.33]

В останні десятиліття малий бізнес став активно включатись в інноваційний процес. Крім того, малий бізнес сприяє формуванню середнього класу, що становить в світовій господарській системі значну частину економічно активного населення. Саме з розвитком функцій малого та середнього бізнесу пов'язане зростання його ролі в економіці провідних західних країн. Необхідність малого бізнесу для ефективного економічного розвитку очевидна і в Україні. У зв'язку з цим в середньостроковій перспективі планується значне підвищення частки вкладу МСП у ВВП. [27, с.528]

Вітчизняні науковці Жуков С. А., Дюгованець О. М. та Балко О. Ю. визначають сутність малого бізнесу в такий спосіб: він є провідним сектором ринкової економіки, складає основу дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП; здійснює структурну перебудову економіки, швидко окупність витрат, свободу ринкового виробництва; забезпечує насиченість ринку споживчими товарами й послугами повсякденного попиту; сприяє реалізації інновацій, створенню додаткових робочих місць; має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий

соціальний прошарок підприємців власників і сприяє розвитку конкуренції.[18, с.41]

Оксана Пукало визначає малий та середній бізнес як найдинамічніший елемент структури національної економіки та вагома складова її системи економічних відносин. Він сприяє встановленню конкурентних засад, оскільки є антимонопольним за своєю економічною суттю. Мале підприємництво як провідний сектор ринкової економіки, забезпечуючи ринок товарами та послугами, є автономним у здійсненні своєї господарської діяльності, розпоряджається готовою продукцією та прибутком, який залишається після сплати податків та інших зобов'язань. [21, с.32]

З метою розуміння ролі малого і середнього бізнесу в світовій економіці необхідно по можливості чітко визначити їх суть і критерії віднесення до них підприємницької діяльності. Слід зазначити, що в різних країнах критерії малого підприємництва можуть бути різними, що значно ускладнює міжнародні порівняння. [22, с.528]

Черняєва О.В. та Гриненко А.Ю зазначають в своїх дослідженнях про існування так званої «комісії Боултона», в якій виділено три головних ознаки підприємств малого бізнесу, за яким абсолютно точно підприємство можна описати як мале[32, с.34]:

- невеликий ринок збуту, який не дає змоги організації чинити істотний вплив на ціну або обсяг реалізованого товару;
- правова незалежність – управління малим підприємством здійснюється не через систему формалізованої управлінської структури, а безпосередньо власником або власниками-партнерами, які самостійно контролюють свою справу;
- управління підприємством, яке передбачає, що власник або власники-партнери самі беруть участь у всіх аспектах управління підприємством малого бізнесу і що він (вони) вільні від зовнішнього тиску.

За результатами проведеного дослідження Солованюк С. М. визначає, що малий і середній бізнес в Україні розвивається недостатніми темпами, що свідчить про наявність нереалізованого потенціалу. Однією з причин недостатньо активного



розвитку малого бізнесу в Україні є перекося в системі оподаткування, що створюють передумови для використання малого бізнесу в схемах мінімізації податків, а не здійснення реальної діяльності. [27, с.48]

В науковій статті О. Пукало зазначає, що з метою кращого функціонування малого підприємництва необхідно удосконалити структуру наукових програм з питань підприємницької діяльності. Важливим аспектом ведення малого бізнесу є поширення досвіду його функціонування через практику проведення конференцій, семінарів, засідань круглих столів, форумів, міжнародних зустрічей. З огляду на процеси децентралізації, нагальним є створення та ефективне використання мережі регіональних і цільових фондів з підтримки підприємництва у місцевих територіальних громадах, запровадження прогресивного механізму кредитно-гарантійної та фінансової допомоги. Головною проблемою розвитку малого бізнесу є недостатня ресурсна база: як матеріально-технічна, так і фінансова. [21, с.32]

Польський науковець Гзегорз Ментол наполягає на необхідності розробити пропозиції щодо вдосконалення державних програм, спрямованих на підтримку інституту малого підприємництва, проаналізувавши насамперед регіональні програми. Судячи з узагальненої інформації, жоден із досліджуваних федеральних суб'єктів не має наміру вирішувати проблеми, пов'язані з подальшим спостереженням та підтримкою молодих підприємців (віком до 30 років). Тому необхідно доповнювати регіональні програми положеннями, спрямованими на заохочення молодих підприємців. [5, с.119]

Огляд літератури з питань підприємництва та державної політики свідчить про те, що рівень політичної свободи, корупція та освіта є важливими попередниками рівня підприємницької діяльності в країнах. Однак емпіричний аналіз впливу цих факторів на підприємницьку діяльність у різних країнах залишається неоднозначним. Дослідження зарубіжного науковця Р. Дхіра припускає, що культурний контекст націй пом'якшує вплив цих факторів. Відповідно до цього аргументу, він досліджує роль індивідуалізму-колективізму у зменшенні впливу політичної свободи, корупції та освіти на підприємницьку діяльність у різних країнах. Дані на макрорівні щодо 84 країн отримані з безлічі надійних джерел і

використовуються для перевірки гіпотез. Результати підтверджують теоретизовані аргументи і свідчать про те, що індивідуалізм позитивно пом'якшує вплив політичної свободи, негативно пом'якшує вплив корупції та позитивно пом'якшує вплив освіти на темпи підприємницької діяльності в різних країнах. [11, с.813]

Малі фірми повинні розробляти бізнес-моделі, що використовують ресурси інших для досягнення успіху на внутрішньому та світовому ринках. Група зарубіжних науковців, а саме Міка Вестерлунд, Рісто Рахало та Сеппо Лемінем дослідили різницю в бізнес-моделях малих фірм, які прагнуть процвітати за допомогою мереж в умовах жорсткої конкуренції. Вони використали дослідницькі кількісні методи для аналізу зв'язку між мережею, бізнес-моделями та фінансовими показниками 90 малих та промислових фінських фірм. Результати виявляють п'ять типів бізнес-моделей: два з них орієнтовані на міжнародний рівень, а три - на внутрішній. В результаті було виявлено, що конкурентоспроможність та фінансові показники малих фірм в умовах глобалізації залежать від їхньої бізнес-моделі та стратегії мереж. Зокрема, міжорганізаційні мережі сприяють зростанню продажів, а міжнародна експансія сприяє підвищенню прибутковості діяльності малих та середніх підприємств. [8, с.26]

У літературі в області інтернаціоналізації МСП і міжнародного підприємництва все більше уваги приділяється мережевому підходу, в якому вивчаються характеристики і зв'язку мережі інтернаціоналізуються фірми. Паскаль Уайлд зробив внесок в дослідження мережевої інтернаціоналізації, інтегруючи ще один елемент, присутній в складних соціальних і технічних мережах: мережеві концентратори. Хаби - це вузли з високим ступенем зв'язку в мережі. У глобальному бізнесі Хаби можна визначити як бізнес-центри, які мають високу взаємозв'язок зі світовою економікою через величезні потоки товарів і капіталу. Емпіричні результати нашого дослідження показують, що інтернаціоналізуються високотехнологічні МСП, як правило, пов'язуються з бізнес-центрами іноземних ринків або освоюються на них, коли основні ринки більш далекі від їх внутрішнього ринку. Ці результати важливі як для географічних, так і для психічних відстаней між домашнім і центральним ринками. [13, с.36]

## 1.2 Аналіз світового ринку кондитерських виробів

Кондитерська промисловість в усьому світі відноситься до традиційних галузей економіки. Вона є однією з найбільш привабливих сегментів харчової промисловості, в якому спостерігається достатньо динамічний розвиток. Але, не зважаючи на позитивне зростання, вона зіштовхується з низкою проблем, особливо це спостерігається останнім часом. На сьогоднішній день, на міжнародному ринку кондитерської продукції присутні такі тенденції:

- конкуренція на кондитерському ринку посилюється, тому що знижується споживання кондитерської продукції;
- найбільші кондитерські компанії освоїли європейський ринок;
- обсяг споживання кондитерських виробів на основі цукру продовжує скорочуватися[20, с. 954].

Ринок харчових продуктів постійно зростає. Кожного року обсяги продажів зростають, а темп приросту за період 2015-2018 року склав 16% (Рис.1.2). [41] Разом з тим зростає й ринок кондитерських виробів. За прогнозами, розмір світового ринку кондитерських виробів до 2026 року досягне 245,28 мільярда доларів, зареєструвавши темп зростання в 3,23% за прогнозний період. Підвищення рівня свідомості здоров'я серед споживачів відіграватиме ключову роль у посиленні зростання цього ринку. Як відомо, виготовлені шоколадні батончики та цукерки містять велику кількість штучних підсолоджувачів. Зі збільшенням поширеності порушень стилю життя, навіть найзапекліші любителі шоколаду стають все більш схильними до продуктів на основі органічних та природних інгредієнтів. Наприклад, дослідження швейцарського виробника шоколаду Barry Callebaut встановило, що ринкова вартість органічних шоколадних виробів наразі становить лише 30 мільйонів євро в Західній Європі. Цей показник показує, що зміна переваг споживачів шоколаду та інших кондитерських виробів, виготовлених з натуральних екстрактів, призведе до огляду на тенденції ринку кондитерських виробів у найближчому майбутньому. [39]



Рисунок 1.1 Обсяг продажів кондитерських виробів на світовому ринку, млн. дол США

Джерело: розроблено автором на основі [41]

На міжнародній арені найбільшим експортером кондитерських виробів за останній рік виявилась Німеччина. Переважно вона експортує шоколадні вироби. Також в топ 5 увійшли Китай, Бельгія, Нідерланди та Мексика. (табл. 1.1)[42]

Щодо імпорту, то в топ 5 увійшли США, Німеччина, Франція, Великобританія та Нідерланди. (табл. 1.1)[42]

Таблиця 1.1

Топ – 5 світових експортерів та імпортерів кондитерських виробів в 2019 р., млн. дол США

№	Топ країн експортерів	млн дол. США	Топ країн імпортерів	млн дол. США
1	Німеччина	1 200	США	2 700
2	Китай	823,1	Німеччина	2 400
3	Бельгія	726,3	Франція	2 200
4	Нідерланди	723,3	Великобританія	2 100
5	Мексика	642	Нідерланди	1 300

Джерело: розроблено автором на основі [42]

Світовий ринок кондитерських виробів досить різноманітний. На міжнародному ринку переважають шоколадні вироби, солодке печиво та карамельні вироби. Остання представлена статистика показує, що в 2017 році

обсяги продажів цих сегментів склали: шоколадні вироби – 26 500 млн. дол. США, солодке печиво та вафлі - 11 300 млн. дол, США карамельні вироби – 1 320 млн. дол. США [36]

Якщо ж розглянути міжнародну торгівлю України, то можна відзначити, що в 2019 році найбільший експорт припав на хлібобулочних, борошняних кондитерських виробів, а ось шоколад, та продукти з какао на другому місці за обсягом продажу. Це пов'язано з тим, що сировина для виробництва шоколадних виробів в Україну імпортується, а тому залежить від коливань валют. Це ускладнює та підвищує ціну на виробництво, тому виробники віддають перевагу хлібобулочним, борошняним кондитерським виробам. [44]

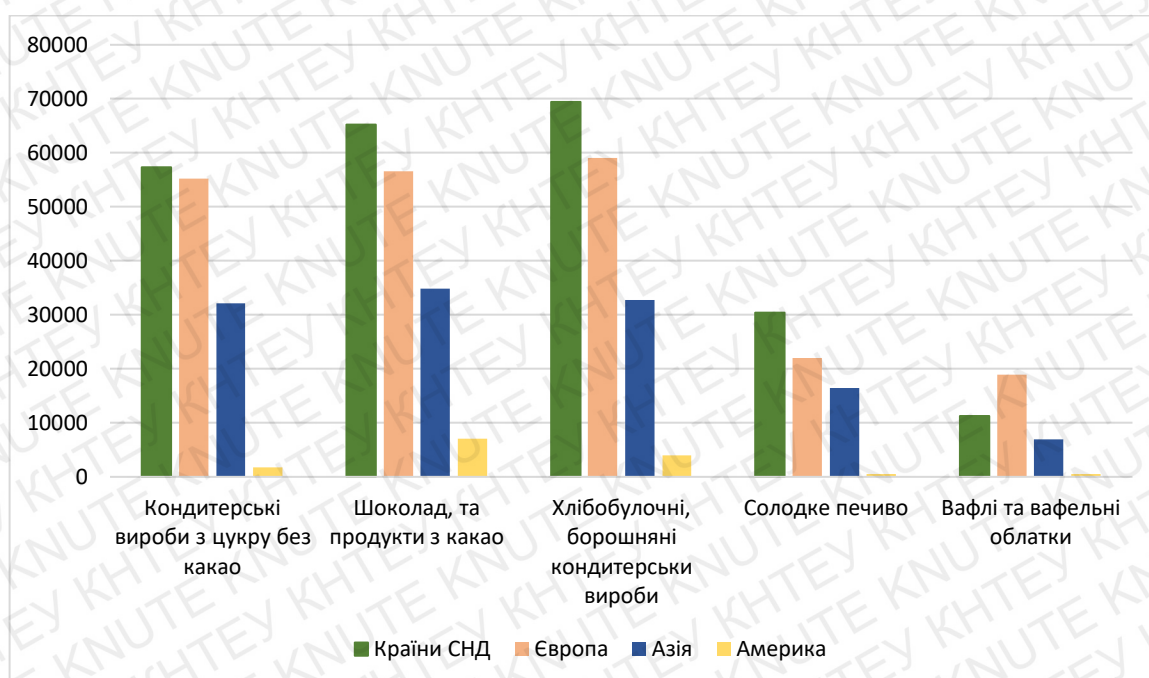


Рисунок 1.2. Імпорт кондитерських виробів країнами світу з України за 2019 рік, тис. дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [44]

Разом з тим, найбільше імпортували в Україну в 2019 році шоколад, та продукти з какао (Рис. 1.3). Тільки імпорт з Європи склав близько 140 млн. дол. США. На другому та третьому місці за імпортом – хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби та кондитерські вироби з цукру без какао. [44]

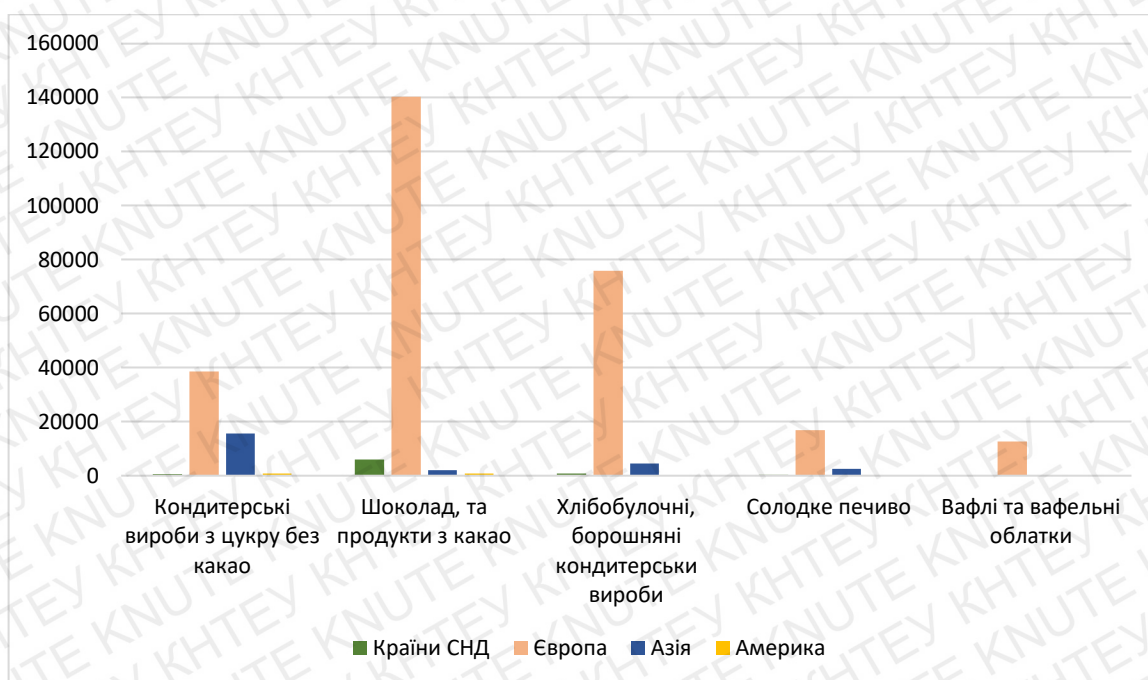


Рисунок 1.3 Імпорт кондитерських виробів в Україні за 2019 рік, тис. дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [44]

В ході дослідження міжнародної торгівлі України кондитерськими виробами, ми визначили основних партнерів – це Європа та країни СНД. При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, компанія може зіткнутися з такими обмеженнями, як тарифні та нетарифні бар'єри, а також сертифікація продукції. [29, с.75]

Зі створенням зони вільної торгівлі України з ЄС товарооборот між країнами постійно зростає – в порівнянні з 2018 роком, в 2019 році експорт зріс на 6,1%, а імпорт на 7,9%. Загалом, вже запроваджено 40 тарифних квот щодо експорту окремих видів товарів, з яких українські експортери активно використовували 32 тарифні квоти за останній рік. Згідно статті 273 Митного кодексу України вивізні мито встановлюється законом на товари, що експортуються. [29, с.75-76]

Середнє значення Індексу ФАО цін на цукор у серпні склало 81,1 пункти, що на 5,1 пунктів (6,7%) вище липневого показника та на 4,9 пункти (6,4%) вище, ніж у серпні 2019 року. [49]

Зростання цін, зафіксоване в серпні, стало відображенням побоювань у зв'язку з можливим зниженням рівня виробництва через несприятливі погодні умови в ЄС,

а також в Таїланді — другому найбільшому в світі експортері цукру. Крім того, зростанню цін на цукор сприяв активний імпорتنний попит з боку Китаю, викликаний тривалим збільшенням обсягів споживання на внутрішньому ринку. У той же час зростання цін було обмежене очікуваннями великого "цукрового" врожаю в Індії. [49]

Щодо стандартизації продукції, то в Україні стандарти розробляються Державним комітетом зі стандартизації та сертифікації (Держстандартом). Держстандарт України при прийнятті нових чи зміні існуючих стандартів, намагається наблизити їх до міжнародних. Це полегшує національним компаніям процедуру оформлення документів та сертифікатів на міжнародну торгівлю. [14, с.33]

На всіх національних підприємствах, що виробляють харчову продукцію, в тому числі кондитерські вироби діють наступні стандарти: ДСТУ ISO 22000:2007, ДСТУ-П ISO/TS 22003:2009 та ДСТУ-П ISO/TS 22004:2009. [3]

Ці стандарти стосуються положень про гігієну виробництва харчових продуктів, їх якості: чи присутні в складі харчові добавки, пестициди та інші «забруднюючі» компоненти, безпечність та герметичність пакування продукції. До продажів не допускається продукція, що містить хвороботворні чи отруйні речовини, непридатні до споживання продукти розпаду, товари, що не відповідають зазначеній інформації на упаковці. Не допускаються продукти, які вироблялись, пакувались чи транспортувались без дотримання належних санітарних норм. [3]

Крім національних стандартів національний виробник повинен врахувати також стандарти країни, в яку він збирається здійснювати експорт. [43, с.11-12]

Якщо міжнародна торгівля компанії спрямована в країни ЄС, то підприємство має оформити: сертифікати з перевезення, форми «EUR.1», ліцензії від Генерального директорату ЄС з питань сільського господарства (стосується окремих видів продукції), сертифікати якості продукції відповідно до стандартів ЄС та ін. Сертифікати перевезення товарів з України за формою EUR.1 видаються на товари, які експортуються в країни ЄС і задовольняють вимогам Протоколу N 1

до Угоди (Правила походження). За умови подання митним адміністраціям країн ЄС сертифікатів форми EUR.1 до товарів українського походження будуть застосовуватися пільги зі сплати мита. [43, с.11-12]

Сертифікат перевезення товарів EUR.1 оформлюється під час або після здійснення експорту товару. Термін дії сертифіката EUR.1 становить 4 місяці. [39]

В США сертифікація товарів регулюється Сертифікаційним комітетом. Він діє в складі Національного інституту стандартів і технології NIST, а також координує роботи зі стандартизації та представляє країну в ISO, IEC та інших міжнародних організаціях. [43, с.11-12]

Якщо компанія планує експортувати продукцію в країни Азії, то необхідно знати ряд обов'язкових стандартів харчової продукції, що діють на рівні кожної держави. Наприклад в Китаї порядок сертифікації зазначено в Положеннях Китайської Народної Республіки про сертифікацію і акредитації 2003 року (Regulations of the People's Republic of China on Certification and Accreditation 2003). Крім того, в країні існує сертифікат на етикетку ввізної продукції (Label Verification Certificate for Imported Food). Для його оформлення потрібно подати необхідні документи згідно з чинним стандартом (General Standard for the Labeling of Pre-packaged Food - GB7718-2011). Для іноземної продукції також є обов'язковою реєстрацію в AQSIQ (Головне управління з контролю якості, інспекції і карантину Китайської Народної Республіки). [43, с.11-12]

Об'єкт дослідження ТОВ «Агропродукт» виробляє продукцію згідно Державних Стандартів України (ДСТУ). Кондитерські вироби, які компанія експортує в країни Європи мають сертифікат EUR.1 (дод. В). Крім того підприємство отримало міжнародний сертифікат HACCP ISO 22000:2005 в 2017 році, що свідчить про якість продукції та безпечність її виробництва (дод. Г). Перед заключенням контракту товариство «Агропродукт» завжди надає детальний склад продукції компанії-покупцю, який вирішує для себе, чи влаштовує він його.

ISO 22000 - серія міжнародних стандартів на системи менеджменту в області безпеки харчової продукції. [14, с.33]



Перший стандарт серії ISO 22000, ISO 22000: 2005 «Системи менеджменту в області безпеки продовольства і харчової продукції - Вимоги для будь-яких організацій в ланцюгу поставок» був опублікований Міжнародною організацією зі стандартизації ISO в 2005 році. Це перший міжнародний стандарт, на підставі якого можна впровадити і сертифікувати систему менеджменту безпеки харчової продукції. У ньому розглянуті питання інформування, управління системою і контролю ризиків для харчової безпеки. [14, с.33]

Стандарт об'єднав принципи, на яких заснована система аналізу небезпек і встановлення критичних контрольних точок ХАССП, і заходи щодо застосування цієї системи, розроблені комісією "Кодекс Аліментаріус".[14, с.34]

Розробка стандарту ISO 22000 дозволила зблизити вимоги до систем ХАССП та до вимог міжнародних стандартів на системи менеджменту (Вимоги стандарту ISO 22000 гармонізовані з вимогами інших стандартів, наприклад, стандартом в області систем менеджменту якості ISO 9001) [14, с.34]

Міжнародний стандарт ISO 22000 визначає вимоги для системи управління безпечністю харчових продуктів. [14, с.34]

Стандарт ISO 22000 призначений для проведення сертифікації систем управління безпечністю харчових продуктів організацій, що беруть участь в харчовому ланцюгу[14, с.34]:

- продукцію з малим і з великим терміном зберігання,
- харчові інгредієнти,
- тваринницька продукція,
- упаковку для харчових продуктів,
- обладнання,
- миючі засоби.

Необхідними вимогами до підприємств харчової промисловості, які прописані в стандарті ISO 22000, є наступні[14, с.34]:

- застосування тільки спеціалізованої техніки, машин і обладнання для виробництва продукції;

- безпеку експлуатації будівель і приміщень; своєчасна перевірка обладнання і його технічне обслуговування;
- своєчасне і достатнє постачання водою, паром і повітрям;
- правильне використання сировини і матеріалів, що застосовуються при виробництві;
- правильне поводження з напівфабрикатами і готовими продуктами харчування;
- проведення заходів щодо запобігання забруднень поверхонь і обладнання;
- контроль над появою шкідників;
- санітарно-гігієнічні заходи;
- гігієна і здоров'я персоналу, який працює на підприємстві.

Даний стандарт розроблений для того, щоб допомогти організаціям-учасникам харчового ланцюга, незалежно від їх розміру, однозначно зайняти свої сегменти ринку і успішно збільшувати його межі і задовольняти вимоги зацікавлених сторін, включаючи клієнтів організації. [14, с.34]

### **Висновки до розділу 1.**

В умовах розвитку вітчизняного і зарубіжного ринку існує висока конкуренція між компаніями. Деякі наростили свої потужності до підприємств гігантів та охоплюють велику частину ринку збуту, інші ж знаходяться на стадії розвитку, та прагнуть розширення. Не дивлячись на це, малий та середній бізнес забезпечує вагомий внесок в ВВП країни базування та в світовий експорт товарів та послуг, формує рівень зайнятості населення а також належний рівень конкурентного середовища для великих підприємств. Це відзначають низка вітчизняних науковців: Жуков С. А., Дюгованець О. М., Балко О. Ю., Пукало О.П., Черняєва О.В., Гриненко А.Ю, Солованюк С.М.. Також малий та середній бізнес досліджували такі зарубіжні вчені, як Гзегорз Ментол, Ратан Дхір, Міка Вестерлунд, Рісто Рахало, Сеппо Лемінем та Паскаль Уайлд. В своїх працях вони підкреслюють важливість розвитку малого та середнього бізнесу в усіх країнах світу. [4] [10] [17] [22] [27]

Також, ми здійснили аналіз ринку харчових продуктів, а саме кондитерської галузі. Загалом ринок зростає і, як прогнозується, до 2026 року обсяг міжнародної торгівлі кондитерськими виробами досягне 245,28 мільярда доларів. Разом з тим існує низка негативних тенденцій в цій галузі, які роблять конкуренцію більш жорсткою серед виробників. Головною з таких тенденцій є прагнення населення вести більш здоровий спосіб життя, а отже слідкувати за своїм раціоном. [38]

Найбільшим експортером на ринку кондитерських виробів є Німеччина, обсяг експорту якої в 2019 році склав 1200млн. дол. США, а найбільшим імпортером є США - 2700млн. дол США. [31]

В галузі кондитерських виробів найбільший обсяг продажів на міжнародній арені припадає на вироби з шоколаду, солодке печиво та карамельні вироби. [36]

Для експортерів кондитерської продукції необхідно враховувати не тільки національні стандарти харчових товарів, а й стандарти країни в яку ввозиться продукція[43]:

- для експорту в Європу треба мати сертифікати з перевезення, форми «EUR.1», та сертифікати якості продукції відповідно до стандартів ЄС;
- для експорту в країни Азії треба знати ряд обов'язкових стандартів харчової продукції, що діють на рівні кожної держави;
- для експорту в Америку треба звертатися в Сертифікаційний комітет США, для отримання потрібних сертифікатів продукції.

Державні стандарти постійно гармонізуються з міжнародними стандартами, що пришвидшує процедуру оформлення сертифікатів для експорту кондитерських виробів. [14]

## РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГРОПРОДУКТ» У МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИНАХ

### 2.1 Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на міжнародну економічну діяльність ТОВ «Агропродукт»

Підприємство ТОВ «Агропродукт» було засновано в 2003 році. Воно співпрацювало з «Знам'янським заводом продтоварів», яке займалося переробкою сільськогосподарської продукції – зерна, виготовлення кондитерських виробів та безалкогольних напоїв. ТОВ «Агропродукт» закупував сировину, та переробляв її на «Знам'янському заводі продтоварів», а потім реалізовував. У 2005 році завод пережив процедуру банкрутства. В тому ж році він був приватизований, та увійшов у склад ТОВ «Агропродукт», яке дало йому нове життя. Завдяки нововведеним стратегіям розвитку та пріоритетам, було успішно налагоджене виробництво халви за традиційною рецептурою та з урахуванням всіх вимог Державного стандарту, а також соняшникової олії, як результату переробки соняшника. Сучасний завод виробляє кондитерські вироби під торгівельною маркою «Добрим Людям». Організаційно-правова форма підприємства - Товариство з обмеженою відповідальністю. Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ – 32502825. [46]

Ключові особи компанії – підписант Порхун Василь Григорович, керівник Ткаченко Володимир Леонтійович, а також засновники Шемет Ірина Миколаївна, Луговський Володимир Наумович. Середньооблікова чисельність працівників за 2019 рік склала 193 особи. [46]

Підприємство ТОВ «Агропродукт» здійснює реалізацію своєї продукцію майже по всій території України, а також здійснює зовнішньоторговельну діяльність. Продукція експортується переважно до країн Європейського Союзу, а саме: Польща, Німеччина, Великобританія, Італія, Латвія, Литва, Кіпр, Угорщина, Румунія, а також до таких країн світу, як Молдова, Ізраїль, Грузія, Вірменія, Азербайджан, Саудівська Аравія. Найбільший обсяг експорту приходиться на країни Європейського Союзу. [47]

Таблиця 2.1

## Основні види економічної діяльності ТОВ «Агропродукт»

Код за КВЕД	Найменування виду діяльності
10.72	Виробництво сухарів і сухого печива: виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання
10.82	Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів
45.20	Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів
49.41	Вантажний автомобільний транспорт
68.20	Надання в оренду та експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
46.36	Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами

Джерело: розроблено автором на основі [46]

Підприємство ТОВ «Агропродукт» співпрацює з різними компаніями країн Європейського союзу протягом останніх 13 років. За цей час, товариство детально вивчило особливості зарубіжних ринків та вимоги, які європейські країни висувають до імпортованої продукції. [47]

Співпраця з будь-якою компанією в країнах ЄС починається з ведення переговорів. ТОВ «Агропродукт» зазвичай використовує технічні засоби для попередніх переговорів, а потім через листування відбувається передача важливих документів. Рідше відбуваються особисті зустрічі. Компанія використовує стратегію позиційного торгу при веденні переговорів, що дозволяє контрагентам швидше дійти згоди. Позитивний результат проведення переговорів – підписання зовнішньоторговельного контракту. [15]

ТОВ «Агропродукт» виробляє продукцію згідно Державних Стандартів України (ДСТУ). Крім того підприємство отримало міжнародний сертифікат HACCP ISO 22000:2005 в 2017 році, що свідчить про якість продукції та безпечність її виробництва. Крім того, перед заключенням контракту товариство «Агропродукт» завжди надає детальний склад продукції компанії-покупцю, який вирішує для себе, чи влаштовує він його. [3]

Товари, які ТОВ «Агропродукт» експортує до країн Європейського союзу супроводжуються наступними документами:

- рахунок-фактура(інвойс) (Додаток Б)
- специфікація (Додаток В)
- митна декларація (Додаток Г) (Додаток Д)
- товарно-транспортна накладна CMR (Додаток Е)
- сертифікат з перевезення товарів з України за формою «EUR.1» (Додаток Є)

Для підвищення ефективності здійснення зовнішньої торгівлі ТОВ «Агропродукт» доцільно провести PEST та SWOT аналіз для виявлення факторів найбільшого впливу на діяльність підприємства. [6, С. 89]

Таблиця 2.2

PEST аналіз підприємства ТОВ «Агропродукт»

<b>Політичні фактори:</b>	<b>Вплив</b>
- нестабільна політична ситуація в країні	2
- відсутність державної підтримки малого та середнього бізнесу	2
- зростання мита на ввезену сировину і імпортовані кондитерські вироби	3
- регулюючі органи та норми	2
- ряд обмежень, запроваджених через COVID19	3
<b>Економічні фактори</b>	
- нестабільність національної валюти	2
- подорожчання матеріалів і сировини	3
- високий рівень конкуренції на ринку	2
- присутність на ринку світових лідерів кондитерської промисловості	2
<b>Соціальні фактори</b>	
- зміна смаків покупців	1
- тенденція до правильного харчування	2
- зниження купівельної спроможності населення	1
- підвищення непереносимості до компонентів продукції	1
- великий вплив реклами на споживачів	2
<b>Технологічні фактори</b>	
- низька якість та ціна вітчизняної сировини	2
- відсутність висококваліфікованого персоналу	2
- можливість впровадити високотехнологічне обладнання	2
- інтенсивний розвиток комунікацій і інтернету	3
- удосконалення технологій збуту і просування	2

Джерело: розроблено автором на основі [12, С.150, 47]

Серед політичних факторів PEST аналізу найбільший вплив на діяльність ТОВ «Агропродукт» здійснює «зростання мита на ввезену сировину і імпортовані кондитерські вироби» та «ряд обмежень, запроваджених через COVID19». Так як в більшості кондитерських виробів ТОВ «Агропродукт» додає шоколад, тому підприємство має високу залежність від мита на ввезену сировину. В одночас з тим, компанія виграє від підвищення тарифів на імпортовану кондитерську продукцію. Адже в такому випадку держава підтримує національного виробника. [47]

В наслідок пандемії COVID19 країни запроваджують обмеження, які несуть масові збитки підприємствам не тільки кондитерської галузі, а й в усіх сферах економіки. ТОВ «Агропродукт» значно зменшив експорт на зарубіжні ринки за перше півріччя 2020 року, що призвело до різкого скорочення виробництва і відповідно до втрати доходів. За оцінками фінансових аналітиків, бізнес в Україні буде відновлюватись протягом декількох років до рівня, якого компанії різних галузей економіки досягли до пандемії. [47]

Нестабільна політична ситуація в країні, відсутність державної підтримки малого та середнього бізнесу та регулюючі органи та норми в Україні та за кордоном також значно впливають на ТОВ «Агропродукт». Ці фактори ускладнюють ведення бізнесу, та уповільнюють розвиток харчової галузі в країні. [47]

З економічних факторів найвпливовішим є подорожчання матеріалів і сировини. Адже однією з переваг продукції ТОВ «Агропродукт» є доступна ціна, і подорожчання собівартості виробництва вимагає від керівництва компанії нових рішень. Високий рівень конкуренції та присутність на ринку світових лідерів кондитерської промисловості також є значною перешкодою для розвитку малих та середніх підприємств в Україні. [47]

Соціальні фактори, такі як зміна смаків покупців, тенденція до правильного харчування, зниження купівельної спроможності населення, підвищення непереносимості до компонентів продукції також ускладнюють реалізацію кондитерських виробів ТОВ «Агропродукт» на ринку України та за кордоном. Варто зауважити, що з іншої сторони ці фактори стимулюють підприємство розширювати асортимент і тим самим залучати нових покупців. А ось великий вплив реклами на

споживачів негативно впливає на компанію. ТОВ «Агропродукт» проводить мало рекламних програм, тому споживачі обирають інших виробників. [47]

Таблиця 2.2

## SWOT-аналіз підприємства ТОВ «Агропродукт»

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- доступна ціна</li> <li>- якість та смак продукції</li> <li>- оновлене, сучасне обладнання</li> <li>- впровадження сучасних технологій</li> <li>- надійна мережа розподілу</li> <li>- наявність стратегії подальшого розвитку</li> <li>- наявність власних оригінальних рецептур при збереженні традиційних технологій</li> <li>- використання натуральних складових</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зменшення об'єму продажів</li> <li>- вузький асортимент</li> <li>- відсутність відділу розробки інноваційної продукції</li> <li>- кондитерської промисловості</li> <li>- зменшення виручки від продажів</li> <li>- присутність на ринку світових лідерів</li> <li>- висока залежність від курсу валют</li> </ul>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- можливість захоплення перспективних ринків (іноземних)</li> <li>- збільшення виробничих потужностей</li> <li>- завоювання лідируючої позиції у виробництві продукції «економ» класу</li> <li>- використання сучасних технологій у виробництві</li> <li>- погіршення позицій конкурентів</li> <li>- зробити акцент на якості, розширити асортимент продукції</li> <li>- розвиток реклами і піар-акцій</li> <li>- договори з новими партнерами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поява на ринку нових конкурентів</li> <li>- зміна уподобань покупців</li> <li>- пандемія COVID19</li> <li>- підвищення цін на основну сировину (цукор, какао-боби)</li> <li>- зростання цін на упаковку</li> <li>- підвищення вимог покупців до якості продукції.</li> <li>- падіння купівельного попиту в зв'язку зі зниженням платоспроможності населення.</li> </ul>

Джерело: розроблено автором на основі [10, С.150, 47]

До технологічних факторів, що позитивно впливають на ТОВ «Агропродукт» можна віднести: можливість впровадити високотехнологічне обладнання, інтенсивний розвиток комунікацій і інтернету, удосконалення технологій збуту і просування. Натомість низька якість вітчизняної сировини та відсутність висококваліфікованого персоналу безпосередньо негативно позначається на характеристиках кондитерських виробів компанії.



Якщо розглядати результати SWOT-аналізу, то компанії ТОВ «Агропродукт» при просуванні кондитерської продукції має робити акценти на доступній ціні вироблених солодоців, при чому якість та смак залишаються на досить високому рівні. Зберігати ціну на такому низькому рівні компанії допомагає новітнє обладнання, встановлене на виробництві, а також постійне впровадження сучасних технологій. Використання натуральних інгредієнтів та наявність власних оригінальних рецептур при збереженні традиційних технологій дає ТОВ «Агропродукт» переваги серед як національних, так і іноземних конкурентів.

Ряд переваг, які ми зазначили, дають підприємству можливість захопити перспективні ринки на міжнародній арені та завоювати лідируючу позицію у виробництві продукції «економ» класу. Оновлене обладнання сприяє використанню сучасних технологій у виробництві, а також підвищенню якості та розширенню асортименту продукції. На даний момент компанія ТОВ «Агропродукт» веде переговори з агентами з нових країн, що дозволить укласти договори з новими партнерами, як наслідок збільшити обсяги поставок.

Разом з тим, слід врахувати слабкі сторони діяльності ТОВ «Агропродукт», що можуть значно впливати на ефективність виробництва та просування кондитерських виробів. Серед таких можна зазначити вузький асортимент солодоців. Смаки споживачів дуже часто змінюються, тому компанія ТОВ «Агропродукт» ризикує втратити значний об'єм продажів, що зменшить виручку підприємства. Висока залежність від курсу валют може значно повпливати на вартість сировини, що імпортується в Україну для виробництва кондитерських виробів, таких як шоколад. А також негативним фактором для ТОВ «Агропродукт» є велика конкуренція та присутність виробників-лідерів солодоців на національному та закордонному ринках. [47]

На сучасному етапі розвитку ТОВ «Агропродукт» може зустрітися з такими загрозами, як поява нових конкурентів на ринку, які зможуть запропонувати продукцію такої ж якості, але за нижчою ціною. На сьогоднішній день, пандемія COVID19 спричинила ряд загроз для компаній всього світу, серед яких: зростання цін

на сировину та упаковку, обмеження міжнародної торгівлі між країнами, падіння купівельного попиту в зв'язку зі зниженням платоспроможності населення. [47]

Також, споживачі стають більш вимогливими до якості харчових продуктів та змінюють свої уподобання, щодо кондитерських виробів. Цей факт також становить загрозу для компанії ТОВ «Агропродукт». [47]

## **2.2 Аналіз ефективності міжнародної торговельної діяльності ТОВ «Агропродукт»**

Щоб проаналізувати ефективність діяльності підприємство, розглянемо основні показники балансу та фінансові результати за останні 3 роки. [Додаток Ж, Dodatok З, Dodatok К, Dodatok Л, Dodatok М, Dodatok Н, Dodatok О, Dodatok П, Dodatok Р, Dodatok С]

Необоротні активи протягом п'яти років зростали, але згідно балансу 2019р. на кінець звітного періоду вони склали всього 616 тис. грн. Таке зниження в необоротних активах зумовлене тим, що керівництво ТОВ «Агропродукт» вирішили повністю замінити виробниче обладнання на більш новітнє. Таке рішення дозволило підвищити якість продукції, та знизити затрати на виробництво. Оборотні активи зросли з 11325 тис. грн. до 15037 тис. грн. [Додаток Ж, Dodatok Р]

Власний капітал та поточні зобов'язання залишаються майже без змін - 11639 тис. грн та 4014 тис. грн. за минулий рік відповідно. [Додаток Ж, Dodatok Р]

Для більш детальної характеристики фінансового стану підприємства необхідно провести аналіз показників ліквідності та фінансової автономії.(табл. 2.2)(Додаток Т).

Коефіцієнти покриття ТОВ «Агропродукт» за останні роки демонструють позитивну динаміку, зростаючи з 2,34 (2015р) до 3.75 (2019р.). Можна зробити висновок про те, що підприємство володіє значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам. З позиції кредиторів підприємства такий варіант формування оборотних коштів є найбільш прийнятним. Одночасно з тим, значне нагромадження запасів на підприємстві може бути пов'язане з неефективним

управлінням активами. Також підприємство не повністю використовує свої можливості з одержання кредитів. [23]

Таблиця 2.3

## Динаміка показників ліквідності та фінансової автономії ТОВ «Агропродукт»

Показники	На 31.12.15	На 31.12.16	На 31.12.17	На 31.12.18	На 31.12.19	Відхилення за 2015-2019 рр.
Показники ліквідності						
Коефіцієнт покриття	2,34	2,72	2,93	3,34	3,75	60,26%
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,55	0,98	0,85	1,25	2,08	278,18%
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,17	0,18	0,29	0,47	0,65	282,35%
Чистий оборотний капітал	5875	7165	8931	9595	11023	87,63%
Показники фінансової автономії						
Коефіцієнт автономії	0,68	0,74	0,73	0,77	0,74	8,82%
Коефіцієнт фінансування	2,15	2,87	2,75	3,32	2,9	34,88%
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	0,57	0,63	0,66	0,7	0,73	28,07%
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,6	0,6	0,7	0,7	0,95	58,33%

*Джерело: розроблено автором на основі [Додаток Ж, Додаток З, Додаток К, Додаток Л, Додаток М, Додаток Н, Додаток О, Додаток П, Додаток Р, Додаток С]*

Коефіцієнти поточної ліквідності товариства «Агропродукт» за останній рік становить 2,08, що підтверджує можливість компанії швидко погасити поточні зобов'язання. Загалом динаміка цього показника позитивна, адже він стабільно зростає. [23]

Показник коефіцієнтів абсолютної ліквідності підприємства ТОВ «Агропродукт» за останні п'ять років зростав з 0,17 (2015р.) до 0,65 (2019р.). Можемо зробити висновок, що компанія має можливість швидко погасити свої зобов'язання. Але якщо динаміка коефіцієнта буде продовжувати зростати, то це може означати нерациональне використання фінансових ресурсів. [23]

Підприємство ТОВ «Агропродукт» має високі значення показника – 5875 (2015р.) 7165 (2016р.), 8931 (2017р.), 9595 (2018р.), 11023 (2019р.). З року в рік цей показник зростає, тому тут також слід зазначити, що значне перевищення чистого оборотного капіталу над оптимальною потребою свідчить про нераціональне використання ресурсів підприємства. [23]

Розрахунки показника фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування) ТОВ «Агропродукт» демонструють досить високі показники - 2,15 (2015р.), 2,87 (2016р.), 2,75 (2017р.), 3,32 (2018р.), 2,9 (2019р.), які перевищують нормативне значення. Така ситуація вказує на неповне використання потенціалу компанії. Кредитний капітал дозволяє збільшити обсяг виробництва і продажів, інтенсифікувати фінансову, інвестиційну та операційну діяльність. Але на даний момент компанія не зацікавлена в залученні додаткових кредитних коштів. [23]

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами товариства «Агропродукт» зростає, і в 2019 році склав 0,73. Високе значення говорить про фінансову стійкість компанії і здатність проводити активну діяльність навіть в умовах відсутності доступу до позикових коштів і зовнішніх джерел фінансування компанії. [23]

Підприємство має достатню гнучкість у використанні власного капіталу, адже коефіцієнт маневреності власних коштів у 2019 році склав 0,95.

Для більш детального аналізу діяльності підприємства «Агропродукт» розглянемо показники ділової активності та рентабельності компанії. (табл. 2.4) (Додаток У,, Додаток Ф)

Протягом останніх п'яти років коефіцієнт оборотності активів зменшився у 2018 році до 3,54 в порівнянні з 2015 роком, коли показник становив 4,03. Але слід зазначити, що в 2019 році показник зріс до 3,79. Компанії слід і далі працювати в напрямку оптимізації суми активів, адже збільшення коефіцієнта досить не значне. [28, с.99]

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості значно підвищився протягом досліджуваного періоду з 18,99 до 60,25. Зростання коефіцієнта означає збільшення швидкості оплати заборгованості підприємства «Агропродукт». [28, с.99]

Розрахунки коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості склали 16,15 (2015р.), 22,18 (2016р.), 19,03 (2017р.), 19,68 (2018р.), 13,04 (2019р.), що перевищують нормативний показник – 8. Можна зауважити, що загалом прослідковується позитивна тенденція для товариства «Агропродукт».[28, с.99]

Таблиця 2.4

Динаміка показників ділової активності та рентабельності підприємства ТОВ «Агропродукт»

Показники	Роки					Відхилення за 2015-2019 рр
	2015	2016	2017	2018	2019	
	Фактично	Фактично	Фактично	Фактично	Фактично	
<b>Показники ділової активності</b>						
Коефіцієнт оборотності активів	4,03	4,11	3,62	3,54	3,79	-5,96%
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	18,99	37,78	58,83	58,96	60,25	217,27%
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	16,15	22,18	19,03	19,68	13,04	-19,26%
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	6,3	7,38	6,67	6,25	7,62	20,95%
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	5,19	5,20	4,56	4,32	4,61	-11,18%
<b>Показники рентабельності</b>						
Коефіцієнт рентабельності активів, у %	44,56	17,1	4,59	5,2	5	-88,78%
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу, у %	69,66	23,93	6,22	6,93	6,61	-90,51%
Коефіцієнт рентабельності діяльності у %	13,43	4,6	1,36	1,6	1,44	-89,28%

Джерело: розроблено автором на основі [Додаток Ж, Додаток З, Додаток К, Додаток Л, Додаток М, Додаток Н, Додаток О, Додаток П, Додаток Р, Додаток С]

Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів склав 7,62 в 2019р.. Треба зауважити, що показник знаходяться в межах нормативного значення, та прослідковується поступове зростання коефіцієнта – позитивна тенденція для компанії. Та підприємству й надалі слід вдосконалювати політику управління запасами. [28, с.99]

Показник оборотності власного капіталу демонструє ефективність управління власним капіталом компанії. Динаміка демонструє не досить позитивну тенденцію, адже показник зменшився з 5,19 до 4,61 протягом досліджуваного періоду. [28, с.99]

Протягом п'яти років рентабельність активів товариства «Агропродукт» знизилась з 44,56% до 5%. Компанії необхідно оптимізувати структуру активів, що дозволить скоротити їх обсяг і підвищити рентабельність за умови, що обсяг генерованого прибутку підвищиться або залишиться на попередньому рівні. [28, с.99]

Рентабельність власного капіталу також значно знизилась протягом досліджуваного періоду з 69,66% до 6,61%. З огляду на формулу розрахунку, можемо стверджувати, що зниження суми власного капіталу, за умови, що ефективність роботи компанії залишиться на попередньому рівні, призведе до підвищення рентабельності власного капіталу. Зниження виробничих, збутових та інших витрат дозволить підвищити чистий прибуток, як і активізація роботи з нарощування доходу. Тому робота в цьому напрямку дозволить підвищити рентабельність власного капіталу. [28, с.99]

Коефіцієнт рентабельності діяльності ТОВ «Аропродукт» знизився з 13,43% до 1,44%. Така тенденція свідчить про зменшення ефективності господарської діяльності підприємства.[28, с.99]

Компанія ТОВ «Агропродукт» активно здійснює зовнішньоекономічну діяльність з 2014 року. Саме в цьому році підприємство вирішило вийти на міжнародний рівень, та реалізовувати свою продукцію не тільки в Україні а й на зарубіжних ринках. Керівництво вирішило обрати найпоширеніший спосіб проникнення на закордонні ринки – прямий експорт.

Прямий експорт передбачає самостійне постачання товарів безпосередньо до іноземного покупця. Іншими словами, компанія не користується послугами посередників. [28, с.99]

Зазвичай підприємства, які тільки починають свою експортну діяльність, частіше використовують непрямий експорт. Вони віддають перевагу цьому варіанту з двох причин. По-перше, такий експорт потребує меншого обсягу капіталовкладень, оскільки підприємству не доводиться створювати за кордоном власний торговий апарат або налагоджувати мережу контактів. По-друге, за непрямого експорту підприємство менше ризикує. Оптовою реалізацією товару займаються посередники, які застосовують у цій діяльності свої специфічні професійні знання, уміння і послуги, і тому продавець, як правило, робить менше помилок. [7, с.188]

Саме тому, на початковому етапі, компанія ТОВ «Агропродукт» витратила багато часу для підготовки виходу на зарубіжний ринок, обравши стратегію прямого експорту. Була необхідність створити власну службу маркетингу і збуту. Також, підприємство понесло додаткові витрати, в тому числі через свою некомпетентність і недостатню обізнаність в деяких питаннях. [47]

Однак, прямий експорт також має ряд переваг. Завдяки здійсненню саме прямого експорту ТОВ «Агропродукт» має можливість [7, с.188]:

- налагоджувати тісні безпосередні контакти з контрагентами;
- поліпшувати знання кон'юнктури ринку та швидко реагувати на її зміни;
- швидко адаптувати свої виробничі потужності до потреб споживача;
- має кращий захист товарного знаку та престижу компанії;
- має потенційно більший обсяг продажів у порівнянні з непрямим експортом.

Підприємство здійснює експорт до таких країн світу, як Молдова, Ізраїль, Грузія, Вірменія, Азербайджан, Саудівська Аравія, Польща, Німеччина, Великобританія, Італія, Латвія, Литва, Кіпр, Угорщина та Румунія. Найбільший обсяг експорту приходить на країни Європейського Союзу. [47]

Основними торговими контрагентами підприємства ТОВ «Агропродукт» на міжнародній арені являються Німеччина, Молдова, Грузія, Польща та Румунія. Найбільший обсяг реалізованої продукції припадає саме на ці країни. Також слід

зазначити Литву та Латвію, обсяг експорту в які значно менший за попередньо зазначені країни, але разом з тим, вони демонструють одні з найвищих показників зростання продажів. Показник Литви зріс на 69%, а Латвії на 62% за останні п'ять років. Лідером за найбільшим зростанням обсягів експорту є Польща – майже на 117%, а ось Німеччина продемонструвала мінімальне зростання в 0,88%. В загальному компанія ТОВ «Агропродукт» збільшила обсяг поставок продукції на міжнародну арену майже на 21% за останні п'ять років. (табл.2.5) [47]

Таблиця 2.5

Динаміка географічної структури експорту ТОВ «Агропродукт» у 2015-2019 рр

Країни - імпортери	Роки					Відхилення за 2015-2019 рр.		Відхилення за 2018-2019 рр.	
	2015	2016	2017	2018	2019	Тис. грн	%	Тис. грн	%
Молдова	4856,7	4962,3	4582,9	5046,1	5584,6	727,9	14,99	538,5	10,67
Німеччина	5213,8	3489,1	4932,5	5025,4	5259,7	45,9	0,88	234,3	4,66
Грузія	2341,4	2491,3	2093,7	2391,4	2594,8	253,4	10,82	203,4	8,51
Румунія	1293,5	1392,0	1532,4	1793,4	1923,9	630,4	48,74	130,5	7,28
Польща	1392,5	1924,7	2110,8	2591,4	3021,2	1628,7	116,96	429,8	16,59
Латвія	583,1	843,2	654,9	739,2	943,1	360	61,74	203,9	27,58
Литва	603,5	654,3	893,2	1231,7	1020,1	416,6	69,03	-211,6	-17,18
Інші	3452,1	3894,1	3592,6	3291,5	3483,2	31,1	0,90	191,7	5,82
Разом експорт	19736,6	19651	20393	22110,1	23830,6	4094	20,74	1720,5	7,78

Джерело: розроблено автором на основі [47]

Для аналізу зовнішньоторговельної діяльності підприємства ТОВ «Агропродукт», розглянемо зовнішньоторговельний контракт. Дослідження проводилося на основі поточного контракту між ТОВ «Агропродукт» та SC GAITANO COMPANY №2/2 від 30 січня 2015 року ( Додаток X).

При заключенні контрактів, підприємство ТОВ «Агропродукт» надає перевагу умовам поставки FCA «франко перевізник». В цьому випадку, продавець має менше ризиків та обов'язків в порівнянні з іншими умовами «Інкотермс 2010». Продавцю необхідно тільки надати товар компанії-перевізнику в зазначеному в



договорі місці, у встановлений термін і час. Поставку можна вважати виконаною, якщо дотримано ряд умов[19, с.7]:

- Товар завантажений в транспорт компанії-перевізника у приміщенні, що належить продавцеві.
- Товар в транспортному засобі продавця готовий до відвантаження в транспорт перевізника, якщо франко-місце розташоване за територією, власником якої є продавець. [19, с.7]

Згідно контракту ТОВ «Агропродукт» повинен завантажити товар на власному складі в місті Знам'янка на транспортний засіб перевізника, якого наймає компанія SC GAITANO COMPANY. Крім цього надати всі супроводжуючі документи на товар перевізнику для здійснення митного декларування. При цьому товариство «Агропродукт» не зобов'язане страхувати та фрахтувати вантаж. ( Додаток X)

ТОВ «Агропродукт» реалізовує свою продукцію на зарубіжні ринки на умовах 100% передплати. Тобто підприємство дає дозвіл перевізнику на відвантаження товару тільки після того, як банк підтвердить, що на особистий рахунок компанії-продавця надійшли кошти в повному обсязі від компанії-покупця. Така форма розрахунку дозволяє максимально уникнути ризиків, особливо в тому випадку, коли зовнішньоторговельна операція здійснюється вперше з новим контрагентом, або ж продавець не впевнений в платоспроможності покупця. ( Додаток X)

Як бачимо, підприємство «Агропродукт» обрало досить вигідні умови здійснення експорту на зарубіжні ринки, мінімізувавши для себе ризики економічних втрат та обов'язки при поставці товару за кордон. В обмін на таку «зручність» товариство встановлює меншу ціну на свої товари, а також в більшості випадків готове піти на зустріч компанії-покупцю та зробити додаткову знижку. ( Додаток X)

Щоб визначити наскільки обрана стратегія здійснення зовнішньоторговельних операцій є вигідною для ТОВ «Агропродукт» слід розрахувати ефект та ефективність експорту компанії. Прослідкуємо динаміку цих показників за останні п'ять років.(табл. 2.6) [47].

Таблиця 2.6

Динаміка показників ефекту та ефективності експортних операцій ТОВ «Агропродукт» за 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відхилення			
						Δ 2015-2019		Δ 2018-2019	
	2015	2016	2017	2018	2019	Абсол	Відн., %	Абсол	Відн., %
Чистий дохід від експорту, тис.грн	12482	14932	15735	18134	19054	6572	52,65	920	5,07
Сукупні витрати при експорті, тис. грн., у т.ч.	7239	7982	8843	11532	13278	6039	83,42	1746	15,14
-вартість сировини та витрати на виробництво, тис.грн	5321	6129	7529	8321	9431	4110	77,24	1110	13,34
- Інші витрати, пов'язані з переробкою тис.грн.	1934	2184	2918	3459	4682	2748	142,09	1223	35,36
Ефективність угод з експорту, пунктів	2,09	2,10	2,05	2,26	2,11	0,02	0,96	-0,15	-6,64
Економічний ефект від здійснення експорту, тис.грн	5834	6932	6473	6734	6592	758	12,99	-142	-2,11

Джерело: розроблено автором на основі [47]

В результаті розрахунків показник ефективності угод з експорту демонструє стабільно позитивну динаміку. За п'ять років ефективність зросла на 0,96%. Разом з тим, в порівнянні з попереднім роком показник знизився на 6,64%. Подібна ситуація склалася з економічним ефектом від здійснення експорту, який стабільно зростає, а саме на 12,99% за останні п'ять років, але в порівнянні з попереднім роком відбулося зниження показника на 2,11%.

### Висновки до розділу II.

В результаті PEST аналізу, було виявлено політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори, що мають найбільший вплив на компанію ТОВ «Агропродукт. Серед них:

- зростання мита на ввезену сировину і імпортовані кондитерські вироби;
- ряд обмежень, запроваджених через COVID19;
- подорожчання матеріалів і сировини;
- інтенсивний розвиток комунікацій і інтернету.

Через SWOT аналіз ми виявили сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози, які постають перед підприємством ТОВ «Агропродукт» на сьогоднішній день. Підсумовуючи отримані результати, ми рекомендуємо компанії розширювати асортимент кондитерської продукції, удосконалювати рецептуру та запроваджувати інновації в виробництво, щоб підвищувати якість солодоців, з можливістю залишати ціну на рівні нижче середньої. Також, керівництву підприємства слід удосконалювати стратегію просування бренду «Добрим людям» шляхом використання реклами та соціальних мереж, щоб конкурувати зі світовими лідерами кондитерського виробництва.

Аналіз ефективності діяльності ТОВ «Агропродукт» засвідчив, що доцільно продовжувати покращувати показники ділової активності, показники рентабельності, коефіцієнти ліквідності та фінансової автономії. Загалом зберігається позитивна динаміка цих показників протягом останніх п'яти років, тому можемо наголосити на ефективну роботу фінансового відділу компанії ТОВ «Агропродукт». [23], [28, с.99]

В результаті дослідження географічної структури експорту ТОВ «Агропродукт» у 2015-2019 рр. було виявлено позитивну динаміку нарощування експорту в країни світу. Загалом обсяг реалізованої кондитерської продукції за кордон зріс на 20,74%. Разом з тим, ефективність угод з експорту та економічний ефект від здійснення експорту також демонструють позитивну динаміку – зростання на 0,96% та 12,99% відповідно.

### РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГРОПРОДУКТ» ЯК СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

#### 3.1 Напрями підвищення ефективності торговельно-економічної діяльності ТОВ «Агропродукт»

Ознайомившись зі станом міжнародної торговельної діяльності ТОВ «Агропродукт», нами пропонується такі напрямки підвищення її ефективності:

- диверсифікація ринків збуту шляхом виходу підприємства на нові зарубіжні ринки, зокрема ринок Болгарії;
- активізація комунікаційного інструментарію маркетингу при просуванні продукції на зарубіжні ринки, у т.ч. шляхом створення власних брендів, правильного позиціонування продукції у відповідності із вимогами зарубіжних споживачів та новітніх трендів;
- розширення функцій та повноважень відділу маркетингу щодо моніторингу ринків та обрання перспективних.

Конкретизуємо наші пропозиції через деталізацію окреслених заходів.

*Диверсифікація ринків збуту шляхом виходу підприємства на нові зарубіжні ринки.* На підприємстві дослідженням макро та мікроекономічного середовища країн займається маркетинговий відділ. Нами пропонується обрати потенційний ринок для ефективного експорту продукції – Болгарію та запровадити традиційний алгоритм: компанія відправляє до цієї країни свого представника, який здійснює маніторинг місцевих підприємств, проводить для них презентацію продукції, а також дегустації. Якщо компанія зацікавиться – ведуться подальші переговори з товариством «Агропродукт».

Під час дослідження ринку Болгарії нами було визначено ряд переваг, чому варто експортувати саме в цю країну. Болгарія є важливим ринком збуту української продукції та найбільшим торговельно-економічним партнером України в Балканському регіоні. [25, с.350]

За даними Державної служби статистики України, у 2019 р. загальний обсяг торгівлі товарами та послугами між Україною та Республікою Болгарія становив 638,0 млн. дол. США (-15%). Обсяг українського товарного експорту фактично залишився на рівні попереднього року і склав 482,2 млн. дол. США (93,8% до 2018 року). Обсяг поставок болгарських товарів до України значно зріс і становив 459,3 млн. дол. США (177,1% до 2018 року). [44]

Позитивне для України сальдо зовнішньої торгівлі товарами і послугами з Болгарією за підсумками 2019 року становить 36,8 млн. дол. США. Виходячи з цього, підприємство ТОВ «Агропродукт» прогнозує подальше нарощення обсягів експорту своєї продукції до Болгарії, та підписання нових контрактів з іншими місцевими компаніями щодо співробітництва. [44]

Основні статті експорту: чорні метали та вироби з них (72%), механічне обладнання, машини та механізми (7%), олія, харчова і кондитерська продукція (4%), хімічна продукція (3%), деревина і вироби з деревини (2%). [44]

Станом на кінець 2019 року обсяг прямих болгарських інвестицій, залучених в українську економіку, збільшився на 11% і склав 50,4 млн. дол. США. Болгарські інвестиції спрямовані переважно у видобувну галузь, хімічну і фармацевтичну промисловість, компанії, що займаються торгівлею, ремонтом, операціями з нерухомістю, транспортно-логістичну, а також у харчово-переробну сфери. [44]

Варто зауважити, що договірно-правова база налічує 94 міжнародних документа. Ключові документи: Договір про дружбу і співробітництво між Україною та Республікою Болгарія (5 жовтня 1992 р.), Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом РБ про економічне співробітництво (27 листопада 2007 р.). [44]

Жителі Болгарії, а також туристи активно споживають халву. Цей продукт досить поширений на ринку, адже на нього існує значний попит. Незважаючи на велику конкуренцію серед виробників, прогнозується, що халва виробництва ТОВ «Агропродукт» буде успішно реалізовуватися, адже споживачі в Болгарії частіше віддають перевагу імпортній халві, аргументуючи це тим, що місцева має гірший смак. Тому є всі підстави стверджувати, що цукрова соняшникова халва ТОВ «Агропродукт» буде «вигравати» за смаковими якостями в порівнянні з місцевими

виробами. Що стосується зарубіжних конкурентів, які експортують на даний ринок, то тут компанія готова застосувати стратегію «низьких цін», тобто запропонувати знижки на свою продукцію. [7]

Розглянемо економічний та політичний стан Болгарії. Дослідивши міжнародну статистику, щодо економічних показників країни, можна однозначно зробити висновок, що прослідковується економічне зростання, особливо з моменту вступу країни до ЄС. Політичний стан залишається стабільним. Держава активно проводить реформи, які підвищують рівень життя населення, а одже і їх платоспроможність. [7]

Слід також зауважити, що головні конкуренти товариства «Агропродукт» вже експортують свою продукцію на даний ринок. «Дружківська харчосмакова фабрика» підписала зовнішньо-торговельний контракт, та експортує з 2016 року. Пізніше ТОВ «Три-Стар» в 2018 році заключив контракт з місцевою компанією, за яким здійснює поставки в Болгарію. [46]

*Активізація комунікаційного інструментарію маркетингу при просуванні продукції на зарубіжні ринки.* На нашу думку, компанія слабо реалізує можливості просування товарів на національному та зарубіжних ринках. Використання інструментів маркетингу при плануванні та просуванні товарів на ринок в сучасному економічному світі має загальновизнане значення. У країнах з розвинутою ринковою економікою маркетинговій сфері приділяється велика увага, оскільки неефективна маркетингова система фірми може привести не тільки до упущеної вигоди, але і прямих збитків. [35]

Кондитерський ринок України відрізняється високим ступенем консервативності, де виробники продовжують пропонувати тільки ті товари, які вже давно добре продаються. Асортимент рідко оновлюється, а підприємці не бачать сенсу вкладати ресурси в брендинг. Представники кондитерського бізнесу, які живуть «по-старому», приречені спостерігати повільний захід своєї справи. До таких виробників можна віднести і ТОВ «Агропродукт». [35]

Створення сильного бренду в сегменті кондитерських виробів є пріоритетним завданням вітчизняних виробників у зв'язку з наявністю на ринку інтернаціональних продуктових компаній (Mondelez, Kraft Foods Ukraine, Nestle). Їх способи

позиціонування виглядають куди ефектніше і мають більший успіх. Проблема брендингу кондитерських виробів стала актуальною в зв'язку з тим, що навіть в маленькій шоколадці споживачі бачать не просто джерело енергії. Сьогодні, купуючи будь-який кондитерський виріб, людина хоче отримати як якісний продукт, так і новий досвід, яскраві враження від упаковки або назви. [35]

Грамотний брендинг дозволяє підвищити залученість покупців: вони починають вважати улюблений шоколад невід'ємною частиною свого життя і асоціюють свій імідж з образом бренду. [35]

Виробники кондитерських виробів менше використовують традиційні маркетингові канали, такі як реклама по телевізору, адже сьогодні споживачі активно користуються соціальними мережами та не вірять рекламі в ЗМІ. До того ж, споживачі стають прискіпливішими до заяв брендів в своїх рекламних компаніях та написах на упаковці. Якщо вони виявляють, що в складі продукту є посилювач смаку, хоча виробник заявляє «100% натуральні компоненти», то більше ніколи не куплять дану продукцію. [34] В умовах високої конкуренції на кондитерському ринку виробники змушені боротись за увагу споживачів, використовуючи різні методи, які вирізняють кондитерський виріб серед аналогів.

Нами пропонується для ТОВ «Агропродукт» обрання кількох більш сучасних способів позиціонування кондитерських виробів на ринку України (таблиця 3.1)

Не слід забувати про роботу над дизайном упаковки кондитерської продукції. Солодоці викликають яскраві позитивні емоції – радість, щастя, веселощі. Отже і упаковка повинна викликати подібні почуття. [33, с.157]

Фахівці відзначають, що в останні роки в цьому напрямку відбулися позитивні зрушення. Упаковка перестала бути стандартною. Все більше кондитерських торгових марок працюють над її зміною. Важливо зважати на психологію свого споживача (наявного чи потенційного). Так, наприклад, в упаковці кондитерських виробів, орієнтованих суто на жінок, віддається перевага м'яким лініям і світлим тонам; для дітей - яскравим фарбам, коробок у вигляді скриньок і паровозиків. [33, с.157]

Таблиця 3.1.

Рекомендований перелік видів позиціонування для продукції ТОВ  
«Агропродукт»

Різновид позиціонування	Характеристики
«100% натуральні компоненти»	Наразі споживачі бажають купувати якісні та корисні кондитерські вироби, тож відсутність в продукції штучних барвників і ароматизаторів, наявність натуральних інгредієнтів значно приваблює нових покупців. [34]
«Містить альпійське молоко»	Яскраво виділити продукцію серед подібних товарів допоможуть унікальні інгредієнти, які рідко, або взагалі не зустрічаються у виробників-конкурентів. Разом з тим можна використовувати незвичайні поєднання (шоколад з сіллю і сало в шоколаді), незвичайна упаковка, і акцент на новому способі виробництва (handmade). [34]
«Вистачить на всіх»	Великі упаковки з одного боку приваблюють сімейних людей, які купують солодощі для всієї родини, з іншого напис «відтепер на 100 грам більше улюбленого шоколаду» на упаковці більш приваблює споживачів, навіть якщо ціна на товар трішки зросла. [34]
Сезонні новинки	Розширення асортименту легко здійснити за рахунок випуску сезонних новинок. Одним з лідерів з випуску сезонних новинок є торгова марка Ritter Sport. Кожне Різдво вони радують покупців сезонними пропозиціями (Winter Edition): «Пряний чай-латте», «Горіховий рогалік», «Карамельний мигдаль». Всі назви звучать позимовому теплими і затишними. [34]
Limited edition	Поряд із сезонними новинками великою популярністю користуються обмежені пропозиції. Купивши такий продукт, споживач відчуває себе особливим. Тим більше, якщо пропозиція доступна короткий час, вище ймовірність, що більше споживачів постараються його придбати. [34]
NEW!	Нові смаки порадують не тільки постійних покупців, а й допоможуть залучити нових. Також, це гарний спосіб розширити асортимент, та не втратити споживача, якому приївся смак наявної продукції, та який бажає вже знайти щось нове. [34]

*Джерело: розроблено автором*

Упаковка покликана не тільки доставляти споживачеві естетичну насолоду, а й сприяти зручному споживанню продукції, а також більш тривалого її зберігання. Наприклад, упаковку шоколаду «Alpen Gold», «Milka» або «Ritter Sport» можна акуратно розгорнути і при необхідності запечатати знову, поки не захочеться відкусити ще один шматочок. [33, с.157]



Просуваючи кондитерський виріб, вкрай важливо пам'ятати про такий спосіб, як дегустація. Це один з найбільш ефективних методів завоювання клієнта. Він дозволяє не просто донести інформацію про продукт на словах, а й спробувати його, щоб сформувані своє власне уявлення. Якщо продукт по-справжньому якісний, то дегустація збільшить його продажі в рази. Причому не тільки під час проведення заходу, але і після. [33, с.157]

І, нарешті, кілька слів про стандартних варіантах просування продукції в кондитерській галузі. Щоб домогтися впізнаваності бренду, залучити нових клієнтів і забезпечити зростання прибутку за рахунок продажів, необхідно регулярно організовувати різні промо, давати рекламу в друкованих ЗМІ, на телебаченні, в місцях масового скупчення громадян. Крім цього, варто стимулювати споживача, спонукати його до покупки за допомогою продавців-консультантів, активно, але ненав'язливо рекламувати продукт. Тим самим формувати у покупця відчуття переваги і задоволення від вдалого придбання. [33, с.157]

### 3.2 Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ТОВ «Агропродукт»

В попередніх розділах ми розглянуто можливість експорту підприємства ТОВ «Агропродукт» в Болгарію. Щоб дізнатися, чи буде ефективний експорт до Болгарії саме на таких умовах та за визначеною ціною проведемо ряд розрахунків.

Таблиця 3.1

Вихідні умови для розрахунку прогнозу ефективності потенційного експортного контракту з контрагентом із Болгарії

Найменування товару	Халва соняшникова цукрова
Країна-імпортер	Болгарія
Ціна за одиницю	0,73 євро(за кг)
Кількість	3000 кг
Умови постачання	FCA Знам'янка
Курс долара НБУ на час здійснення платежів, грн./дол.	26.48
Курс євро НБУ на час здійснення платежів, грн./євро	29.54

Джерело: розроблено автором

Отже, на основі наведених вище даних, розрахуємо ефективність експортної операції:

1. Вартість експортного контракту =  $0,73\text{€} \cdot 3000 = 2190 \cdot 29,54 = 64\,692,6$  грн.
2. Витрати на експортування =  $2190\text{€} \cdot 0,01 \cdot 29,54 = 646,93$  грн
3. Вартість контракту за внутрішньою ціною =  $26,80 \cdot 3000 = 80\,400$  грн.
4. Виробничі витрати підприємства =  $26,80 \cdot 3000 \cdot (0,1 + 0,13 + 0,08 + 0,08 \cdot 0,383) = 8\,040 + 10\,452 + 6\,432 + 2\,463,46 = 27\,387,46$  грн.
5. Витрати, пов'язані з реалізацією на внутрішньому ринку =  $80\,400 \cdot 0,1 = 8\,040$  грн.
6. Ефект на зовнішньому ринку =  $64\,692,6 - (27\,387,46 + 646,93) = 36\,658,21$  грн
7. Ефект на внутрішньому ринку =  $80\,400 - (27\,387,46 + 8\,040) = 44\,972,54$  грн.
8. Ефективність при продажу на зовнішньому ринку =  $64\,692,6 / (27\,387,46 + 646,93) = 64\,692,6 / 28034,39 = 2,31$
9. Ефективність при продажу на внутрішньому ринку =  $80\,400 / (27\,387,46 + 8\,040) = 80\,400 / 35427,46 = 2,26$

За результатами розрахунків, ефективність при продажу цукрової соняшникової халви на ринок Болгарії на умовах поставки товару FCA, за ціною 0,73 євро за кг складе 2,31 і буде більшою за ефективність реалізації цієї ж продукції на ринку України.

Можемо зробити висновок, що для ТОВ «Агропродукт» буде вигідно здійснити альтернативну зовнішньоторговельну операцію – експорт своєї продукції на ринок Болгарії.

Оскільки нами прогнозується, що підприємство розширить свій збут на зарубіжних ринках, розрахуємо прогноз сукупного ефекту та ефективності експорту на найближчі три роки.

Таблиця 2.6

Прогноз ефекту та ефективності експортних операцій ТОВ «Агропродукт» на 2021-2022 рр. за умов розширення ринків збуту

Показники	2019 факт	2020 попередні дані	2021 прогноз	2022 прогноз
Чистий дохід від експорту, тис.грн	19054	19467	20236	21145
Сукупні витрати при експорті, тис. грн., у т.ч.	13278	14274	14678	14987
-вартість сировини та витрати на виробництво, тис.грн	9431	10056	10467	10987
- Інші витрати, пов'язані з переробкою тис.грн.	4682	4985	5267	5563
Ефективність угод з експорту, пунктів	2,11	1,89	2,07	2,19
Економічний ефект від здійснення експорту, тис.грн	6592	5876	6234	6712

Джерело: розроблено автором

Гостра конкуренція товарів на полицях магазинів висуває останнім часом нові вимоги до дизайну. При створенні упаковки дизайнеру вже недостатньо думати тільки про нове й цікаве рішення, здатне привернути увагу до продукту. Не менш важливо, щоб упаковка говорила однією мовою зі своїми споживачами, відображала їх смаки й пристрасті, а для цього необхідно, щоб дизайнер вбудував у візуальне оформлення продукту певні візуальні знаки, які будуть зрозумілі для споживача і повідомлятимуть йому необхідну інформацію. Таким чином, можна сказати, що упаковка може бути візуальною проекцією комплексу смислових понять. [30, с.5]

Дослідивши праці вітчизняних науковців, було виявлено, що зміна упаковки українських виробників кондитерських виробів викликає ріст продажів на 5-30%. Тому ми очікуємо, що вкладення капіталу в упаковку з достойною грошовою винагородою повернеться за рахунок продажів, як наслідок, збільшиться прибутку. Також підприємство ТОВ «Агропродукт» залучить нових покупців.

### Висновки до розділу 3.

Виявивши слабкі сторони підприємства ТОВ «Агропродукт» розроблено ряд рекомендації щодо вдосконалення діяльності компанії. Актуальною проблемою є слабка стратегія щодо просування виробленої продукції ТОВ «Агропродукт», тому доцільно звернути увагу на цю сферу. Було запропоновано удосконалити дизайн пакування, розробити його більш привабливим та яскравим для привернення уваги споживачів. Дослідивши праці вітчизняних науковців, було виявлено, що зміна упаковки українських виробників кондитерських виробів викликає ріст продажів на 5-30%. [30, с.5]

Для популяризації бренду «Добрим людям» було запропоновано способи позиціонування і маркетингові заходи а саме [34]:

- позиціонувати продукцію як таку, що містить тільки натуральні інгредієнти;
- робити наголос на оригінальні інгредієнти, що містяться в солодошах;
- випускати певний вид продукції в обмеженій кількості з вказанням в рекламі чи упаковці «Limited edition»;
- розширити асортимент за рахунок випуску сезонних новинок, які можуть бути приурочені до свят;
- випускати новинки, що допоможе розширити цільову аудиторію та задовольнити смаки більшої кількості споживачів.

Кожна компанія ММСБ прагне вийти на нові ринки збуту, тож у розділі ми розглянули можливість здійснення експорту компанії ТОВ «Агропродукт» на ринок Болгарії.

Було виявлено, що на даний момент між Україною та Болгарією встановлені тісні економічні зв'язки. Договірні-правова база налічує 94 міжнародних документа. Ключові документи: Договір про дружбу і співробітництво між Україною та Республікою Болгарія (5 жовтня 1992 р.), Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом РБ про економічне співробітництво (27 листопада 2007 р.). [44]

Дослідивши міжнародну статистику, щодо економічних показників країни, можна однозначно зробити висновок, що прослідковується економічне зростання, особливо з моменту вступу країни до ЄС. Політичний стан залишається стабільним.

Держава активно проводить реформи, які підвищують рівень життя населення, а одже і їх платоспроможність. [44]

Також досліджено смаки та уподобання населення Болгарії та було виявлено, що кондитерська продукція підприємства ТОВ «Агропродукт» буде користуватися попитом в цій країні. [7]

Для оцінки ефективності запропонованої експортної діяльності на новий зарубіжний ринок, ми провели розрахунки та порівняли отримані результати з ефективністю реалізації цієї ж продукції на вітчизняному ринку.

За результатами розрахунків, ефективність при продажу цукрової соняшникової халви на ринок Болгарії на умовах поставки товару FCA, за ціною 0,73 євро за кг складе 2,31 і буде більшою за ефективність реалізації цієї ж продукції на ринку України.

## Висновки та пропозиції

Низка вітчизняних та зарубіжних науковців в своїх роботах підкреслюють важливість розвитку малого та середнього бізнесу в усіх країнах світу. Малий та середній бізнес забезпечує вагомий внесок в ВВП країни базування та в світовий експорт товарів та послуг, формує рівень зайнятості населення а також належний рівень конкурентного середовища для великих підприємств. Перед ММСБ на сучасному етапі розвитку, постає проблема не тільки конкуренції з виробниками – лідерами кондитерської галузі, а й загроза протекціонізму, що зростає в усьому світі. Це відображається в підвищенні імпорتنих мит та запровадження високих стандартів для харчової промисловості. Вірогідно, продовжиться подальший перехід країн до загального протекціонізму, оскільки міжнародна торгівля постраждала від постійної невизначеності та торговельного конфлікту між США і Китаєм. [8, с.25], [11, с.813], [13, с.36], [18, с.40], [21, с.31].

Також, ми здійснили аналіз ринку харчових продуктів, а саме кондитерської галузі. Загалом ринок зростає і, як прогнозується, до 2026 року обсяг міжнародної торгівлі кондитерськими виробами досягне 245,28 мільярда доларів. Разом з тим існує низка негативних тенденцій в цій галузі, які роблять конкуренцію більш жорсткою серед виробників. Головною з таких тенденцій є прагнення населення вести більш здоровий спосіб життя, а отже слідкувати за своїм раціоном. [16, с.59]

Найбільшим експортером на ринку кондитерських виробів є Німеччина, обсяг експорту якої в 2019 році склав 1200млн. дол. США, а найбільшим імпортером є США - 2700млн. дол США. [20, с.954]

В галузі кондитерських виробів найбільший обсяг продажів на міжнародній арені припадає на вироби з шоколаду, солодке печиво та карамельні вироби.

В результаті аналізу діяльність підприємства ТОВ «Агропродукт» було визначено, що компанія ефективно здійснює свою діяльність, про що свідчить позитивна динаміка всіх фінансових показників. Компанії слід і надалі розвиватися, розширювати асортимент, удосконалювати рецептури, застосовувати інновації в

виробництві, а також звернути пильну увагу на розробку ефективної стратегії просування виробленої кондитерської продукції. [26, с.268]

Основною продукцією підприємства ТОВ «Агропродукт» є халва соняшникова; печиво вівсяне, здобне, пісочне; арахіс смажений; олія соняшникова нерафінована, та інше. [47]

Підприємство здійснює експорт до таких країн світу, як Молдова, Ізраїль, Грузія, Вірменія, Азербайджан, Саудівська Аравія, Польща, Німеччина, Великобританія, Італія, Латвія, Литва, Кіпр, Угорщина та Румунія. Найбільший обсяг експорту приходить на країни Європейського Союзу. [47]

Зважаючи на результати розрахунків ефективності зовнішньоекономічної діяльності, яку здійснює підприємство ТОВ «Агропродукт» необхідно розглянути альтернативний спосіб здійснення експортної операції.

Альтернативним ринком збуту була обрана Болгарія. Прогнозується, що халва виробництва ТОВ «Агропродукт» буде успішно реалізовуватися, адже споживачі в Болгарії частіше віддають перевагу імпортній халві. До того ж головні конкуренти товариства «Агропродукт» вже експортують свою продукцію на даний ринок. [25, с.350]

Умова постачання залишилася FCA, так як дана умова є вигідною для експортера за рахунок мінімальних обов'язків покладених на продавця, і максимальних на покупця.

За умовами альтернативного контракту формою розрахунку є 100%-передплата. Така форма розрахунку є вигідною для експортера за рахунок уникнення ризиків в разі неплатоспроможності імпортера.

Після розрахунку ефективності експортної операції за новим контрактом, можна побачити, що ефективність зросла з 2,25 до 2,31.

Підсумовуючи дані аналізу можна зробити висновок, що альтернативна операція контракту є вигідною для підприємства, і тому варто здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на ринку Болгарії.

Для пришвидшення захоплення нового ринку збуту, компанії ТОВ «Агропродукт» слід розробити ефективну стратегію просування. Одним із головних

інструментів є розробка дизайну пакування кондитерської продукції. Так як основне виробництво спрямовано на соняшникову халву, яка є сезонним товаром, і досягає найбільших продажів в холодну пору року, то упаковка повинна бути не просто яскравою, для привернення уваги споживачів, а й містити в собі тільки теплі кольори. Спираючись на праці вітчизняних науковців, можна очікувати зростання продажів на 5-30%. [30, с.5]

Крім того, керівництву компанії слід звернути увагу на популяризацію свого бренду «Добрим людям». Це надасть велику перевагу серед іноземних та вітчизняних виробників конкурентів.



### Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Митний кодекс України: Закон України №4495-VI від 13.03.2012 – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України № 959-XII. від 16.04.1991 р. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
4. Andrea Stocchetti, Rossi Alessandro, SMEs in Global Market: Challenges, Opportunities and Threats. Brazilian Journal of Economics. 2017. С. 33-35
5. A. A Chugunov, A. V. Prydius Evaluation of programs of financial support for small and medium enterprises. Economy: the realities of time. Scientific journal.– 2015. – № 3 (19). – P. 118-127.
6. Hlukha H., Kholod S., Shkura I., Yevtushenko O., Zadoya O. Management of Foreign Economic Activity: Complex of learning materials for organization of independent work // Dnipro: Alfred Nobel University, Dnipro, 2018. — P.89
7. Mikhailushkin P.V., Gusakov N.P., Volgina N.A., Belova I.N, Lukyanets A.S. Organization of Foreign Economic Activity of the Enterprise // International Journal of Applied Business and Economic Research. – 2017р. – P. 187-193
8. Mika Westerlund, Diane A. Isabelle, Risto Rajala, Seppo Leminen. Networks, business models, and competitiveness in small Finnish firms // International Journal of Business and Globalisation. Vol. 18, No. 1, 2017. P. 25-29
9. N Frolova, Yu Praskova and I Reznichenko. Regional aspects of the international development of the confectionery industry for the border areas of the Far Eastern region// Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2019. P. 90
10. Naoyuki Yoshino, Farhad Taghizadeh-Hesary The Role of SMEs in Asia and Their Difficulties in Accessing Finance. Tokyo: Asian Development Bank Institute. 2018. P.1-2

11. Ratan J. S. Dheer Cross-national differences in entrepreneurial activity: role of culture and institutional factors // *Small Business Economics*, Springer, vol. 48(4). 2017. P. 813-842
12. Vitlinskyi V., Makhanets L. Modeling situations in foreign economic activity // *The USV annals of economics and public administration*. – № 1(27). – 2018 p. - 150-151
13. Wild P. Firm Internationalization and Global Cities: Exploring the Role of Singapore for Swiss SMEs in Southeast Asia// *Université de Genève. Thèse*. - 2019.P. 36-39
14. Артюх Т. М., Богданович Л. О., Якименко А. О., Єрмолаєва М. В. Аналіз системи технічного регулювання кондитерської галузі в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. №7 (1). 2016. С. 33
15. Батченко Л.В. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика сучасного менеджменту : монографія / Л.В. Батченко, Г.М. Дроздова, В.В. Дятлова та ін. / за заг. ред. Л.В. Батченко. – Донецьк : ДонДУУ, 2015. – 244 с.
16. Горбаль Н. І., Гошовська О. В., Садловська Г. І. Просування товарів на міжнародні ринки. *Національний університет “Львівська політехніка”*. – 2016 р. – С.58-60
17. Дума О.І., Паньків І.С., Виклики та перспективи у розвитку малого ті середнього підприємництва в Україні. *Ефективна економіка*. №4. 2018. С.2-3
18. Жуков С. А., Дюгованець О. М., Балко О. Ю. Мале підприємництво в Україні: роль, стан і перспективи розвитку в період соціально-економічних потрясінь. *Вісник економічної науки України*. №1. 2019. С.40-43
19. Ларін, М. Правила Інкотермс - 2010: практика застосування в ЗЕД- контрактах. *Все про бухгалтерський облік*. – Київ, 2016. - № 30. – С. 6-9.
20. Назарова О.Ю., Чуприна О.А. Сучасний стан кондитерського виробництва як сегменту харчової промисловості. *Економіка і суспільство*. №16. 2018. С. 954
21. Пукало О.О. Теоретичні проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. №4. - 2017р. С.31-37
22. Рібун Л.В., Лех Г.А, Васькович І.М. Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу. *Науковий вісник НЛТУ України*. №26. - 2016. С. 232

23. Слободян Н.Г., Безверха М.В., Пушкарьова М.В. Аналіз фінансової звітності: управлінський аспект. Міжнародний науковий журнал №5. – 2016 р.
24. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2016 – 480 с.
25. Толефір В.К., Осташко Т.О., Венгер В.В, Гуменюк В.В, Лір В.Е. Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України : колективна монографія / –К., 2019. – 350 с.
26. Тігова Т.М., Селіверстова Л.С., Процюк Т.Б. Аналіз фінансової звітності. : навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2016 - 268с.
27. Томнюк Т.Л. Зарубіжний досвід підтримки малого бізнесу: уроки для України. Економіка і суспільство. №16. 2018. С.528-529
28. Томчук О.Ф., Вацілова Н.В., Аналіз бухгалтерського балансу підприємства// Економіка та держава. №10. – 2019 р. – С.99-101
29. Туніцька Ю.М. Національна митно-тарифна та нетарифна політика за умови євроінтеграції. Економіка і суспільство. №17. 2018. С.75-77
30. Хамініч С.Ю., Шумська А.Ю. Розроблення ефективної стратегії просування нового товару. Економіка і регіон. – Полтава: ПолтНТУ – 2015. – No2 (51) – с. 3–8
31. Фарабаш Н.С., Мних Є.В. Фінансовий аналіз : підручник. – К. : КНТЕУ, 2015. – 536 с.
32. Черняєва О.В., Гриненко А.Ю. Сутність і значення малого підприємництва у світовій економіці // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 3 (08). – 2017. С.33-38
33. Штундер І. О. Управління просуванням продукції на зовнішній ринки // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»// № 2 (24). – 2017р. – С. 150-152
34. Alenn D. 10 Steps to Create a Successful Promotion // Business know-how [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.businessknowhow.com/marketing/scspromo.htm>
35. Newman D. The Top 10 Marketing Trends That Will Define 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/daniel>

- newman/2015/11/03/the-top-10-marketing-trends-that-will-define-2016/
36. The Observatory of Economic Complexity - URL: <https://oec.world/en/>
  37. The Organisation for Economic Co-operation and Development - URL: <https://stats.oecd.org>
  38. Rankings Ease of Doing Business Score / Doing Business 2020. - URL: <https://www.doingbusiness.org>
  39. Report «Confectionery Market Size, Share & Industry Analysis and Regional Forecast, 2019 – 2026» - URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/confectionery-market-100542>
  40. United States Small Business Profile 2019. SBA Office of Advocacy - URL: <https://cdn.advocacy.sba.gov/wp-content/uploads/2019/04/23142719/2019-Small-Business-Profiles-US.pdf>
  41. World Bank - URL: [https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/2017/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/16-24\\_FoodProd](https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/2017/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/16-24_FoodProd)
  42. World`s top exports statistics - URL: <http://www.worldstopexports.com>
  43. Алгоритм експорту. Що потрібно знати українському експортеру [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/algorithm\\_eksportu.pdf](http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/algorithm_eksportu.pdf)
  44. Державна служба статистики України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
  45. Експерти назвали основні проблеми українських експортерів при виході на ринки ЄС / ZN.UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://dt.ua/ECONOMICS/eksperti-nazvali-osnovni-problemi-ukrayinskih-eksporтерiv-pri-vihodi-na-rinki-yes-215338\\_.html](https://dt.ua/ECONOMICS/eksperti-nazvali-osnovni-problemi-ukrayinskih-eksporтерiv-pri-vihodi-na-rinki-yes-215338_.html)
  46. Інформаційна база даних підприємств [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://youcontrol.com.ua>
  47. Офіційний сайт ТОВ «Агропродукт» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.good-people.com.ua>

48. Поради експортеру: 10 кроків до успіху на ринку ЄС/ Європейська правда: міжнародна безпека та євроінтеграція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/05/25/7049728/>
49. Статистика UNCTAD [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx>

## Сертифікат якості

TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD TÜV SÜD

ZERTIFIKAT ■ CERTIFICATE ■ CERTIFICADO ■ CERTIFICAT

認證證書 ■

СЕРТИФІКАТ ■



Management Service

# CERTIFICATE

The Certification Body  
of TÜV SÜD Management Service GmbH  
certifies that

**Limited Liability Company  
«AGROPRODUKT»**

**29A, Partyzanska str.  
Znamianka, Kirovohrad region, 27400  
Ukraine**

for the scope of application  
**Central functions for production of halva and cookies**  
(Category ISO 22003:2013: C IV)

**17, Musorhskoho str.  
Znamianka, Kirovohrad region, 27400  
Ukraine**

for the scope of application  
**Production of halva and cookies**  
(Category ISO 22003:2013: C IV)

has established and applies  
a Food Safety Management System.

An audit was performed, Report No. **707080539**.

Proof has been furnished that the requirements according to  
**ISO 22000:2005**  
are fulfilled.

The certificate is valid from **2017-11-28** until **2020-11-27**.

Certificate Registration No.: **12 510 54911 TMS**.



Product Compliance Management  
Munich, 2017-11-28



Deutsche  
Akkreditierungsstelle  
D-ZM-14143-02-00

TÜV SÜD Management Service GmbH • Zertifizierungsstelle • Ridlerstraße 65 • 80339 München • Germany  
[www.tuev-sued.de/certificate-validity-check](http://www.tuev-sued.de/certificate-validity-check)

TÜV®

MS91-07/2014

## Рахунок-фактура (інвойс)

Счет-фактура № AG-0000042 от 20.09.2020 г / Invoice № AG-0000042 dated 20.09.2020  
к контракту № 2/2 от 30.01.2015 г. / to Contract № 2/2 dated 30.01.2015

Кол-во / Quantity boxes	Код / Code	Тип упаковки / Type of packing	Наименование / Name	Вес нетто, кг / Netto weight, kg	Всего брутто, кг / Gross weight, kg	Цена за 1 кг. в EUR / Price per 1 kg. EUR	Сумма в EUR / Sum In EUR
1600	1704909900	гидрокартонный ящик / cardboard box	Халва подсолнечная сахарная / Sunflower Sugar Halva	3000	3287,6	0,76	2280,00
1000	1704909900	гидрокартонный ящик / cardboard box	Халва подсолнечная с ароматом ванилина / Sunflower Halva with vanilla aroma	2000	2200	0,76	1600,00
200	1704909900	гидрокартонный ящик / cardboard box	Халва подсолнечная с орехом / Sunflower Halva with walnuts	400	460	0,86	344,00
4600	1806909000	гидрокартонный ящик / cardboard box	Халва подсолнечная с клеем / Sunflower Halva with cocoa	9000	9912,6	0,84	7680,00
800	1704909900	гидрокартонный ящик / cardboard box	Халва подсолнечная с ароматом ванилина (фасовка 30 г) / Sunflower Halva with vanilla aroma (pack 30 g)	1200	1347	1,01	1212,00
2000	1806909000	гидрокартонный ящик / cardboard box	Халва подсолнечная с клеем (фасовка 30 г) / Sunflower Halva with cocoa (pack 30 g)	3000	3355	1,06	3180,00
10000		Итого / Total		18600	20657,00		16046,00

Всего на сумму: 16046 Евро 00 Евроцентов  
Total sum: 16046 Euro 00 eurocents

1952,00

Вес упаковки, кг / Package weight, kg.  
1952,00

Условия поставки: FCA г. Знаменка, Кировградская обл. / Delivery terms: FCA Znamianka, Kirovograd region

Упаковка - гидрокартонные ящики на деревянных поддонах кол-во: 32 /  
Packaging - cardboard boxes on wooden pallets quantity: 32

Производитель: ООО "Агропродукт" / Producer: UKR "Agroprodukt"

Страна происхождения: Украина / Country of origin: Ukraine

Продавец / Seller  
ООО "Агропродукт" / LLC "Agroprodukt"  
Директор Ткаченко Владимир / Director Tkachenko V.L.

Главный бухгалтер Шаповалова Г. Д. / Chief Accountant Shapovalova G.D.



г. Знаменка, Украина / Znamianka, Ukraine  
Продавец  
Общество с ограниченной ответственностью «Агропродукт» /  
27400, Украина, г. Знаменка, ул. Партизанская, 29А  
ЕГРПОУ 32502925, ИНН 325028211225, № св-ва 16152484  
Директор: Ткаченко Владимир Леонтьевич  
Валютный счет № UA18351005000026006057009100 EUR в АО  
"УКРСИББАНК".  
МФО 351005, ЕГРПОУ 32502925, ИНН 325028211225, № св-ва 16152484  
Seller: Limited Liability Company "Agroprodukt"  
27400, Ukraine, Kirovograd region, Znamianka city, Partizanska str., 29A  
USREOU 32502925, Identification code 325028211225, certificate №16152484  
Director: Tkachenko Vladimir  
MFO 351005, USREOU 32502925, Identification code 325028211225  
UA18351005000026006057009100 EUR JSC UKRSIBBANK, Kyiv, 2112 Andriivska  
street  
UKRAINE  
Структурные реквизиты Shipment details  
Код предприятия / Code of the enterprise

SWIFT CODE: KHAVUA2K  
INTERMEDIARY BANK: BNP PARIBAS SA Paris, FRANCE  
SWIFT CODE: BNPAFRPP  
CORRESPONDENT ACCOUNT: 07206596  
according to the Contract, 2/2 dated 30.01.2015

Послатель / Визит:  
SC GANTANO COMPANY SRL  
Юридический адрес / Legal address  
Str. Ruimentului, nr 103, Scheia, Suceava, Romania, cod 727525  
Идентификационный код / Identification Code: RO 16438814

## Специфікація

Специфікація № 108 от 20.09.2020 г. / Specification № 108 dated 20.09.2020  
К контракту № 2/2 от 30.01.2015 г. / to Contract № 2/2 dated 30.01.2015

20.09.2020

г. Знаменка, Украина / Znamianka, Ukraine

№ п/п	Наименование / Name	Тип упаковки / Type of packing	Код / Code	Кол-во / Quantity boxes	Кол-во / Quantity pallets	Фасовка, кг / Packing, kg	Вес нетто, кг / Netto weight, kg	Вес брутто, кг / Gross weight, kg	Цена за 1 кг в EUR / Price per 1 kg, EUR	Сумма в EUR / Sum in EUR
1.	Халва подсолнечная сахарная / Sunflower Sugar Halva	гофрокартонный ящик / cardboard box	1704909900	1500	4	2	3000	3287,5	0,75	2250,00
2.	Халва подсолнечная с ароматом ванилина / Sunflower Halva with vanilla aroma	гофрокартонный ящик / cardboard box	1704909900	1000	3	2	2000	2200	0,75	1500,00
3.	Халва подсолнечная с арахисом / Sunflower Halva with peanuts	гофрокартонный ящик / cardboard box	1704909900	200	1	2	400	450	0,86	344,00
4.	Халва подсолнечная с какао / Sunflower Halva with cocoa	гофрокартонный ящик / cardboard box	1806909000	4500	14	2	9000	9912,5	0,84	7560,00
5.	Халва подсолнечная с ароматом ванилина (фасовка 30 г) / Sunflower Halva with vanilla aroma (pack 30 g)	гофрокартонный ящик / cardboard box	1704909900	800	3	1,5	1200	1347	1,01	1212,00
6.	Халва подсолнечная с какао (фасовка 30 г) / Sunflower Halva with cocoa (pack 30 g)	гофрокартонный ящик / cardboard box	1806909000	2000	7	1,5	3000	3355	1,06	3180,00
<b>Итого:</b>										16046,00

Всего на сумму: 16046 Евро 00 Евроцентов  
Total sum: 16046 Euro 00 eurocents

Условия поставки: FCA г. Знаменка, Кировоградская обл. / Delivery terms: FCA Znamianka, Kirovograd region  
Упаковка – гофрокартонные ящики на деревянных поддонах кол-во 32 / Package - cardboard boxes on wooden pallets Quantity 32  
Производитель: ООО «Агропродукт» / Producer: LLC "Agroprodukt"  
Страна происхождения: Украина / Country of origin: Ukraine  
Вес упаковки, кг / Package weight, kg : 1952

Продавец / Seller  
ООО «Агропродукт» / LLC "Agroprodukt"

Директор Ткаченко В.Л. / Director Tkachenko V.L.



Покупатель / Buyer  
SC GAITANO COMPANY SRL

Директор Gaitan Adrian / Director Gaitan Adrian





Митна декларація (форма МД-2)

УКРАЇНА (форма МД-2)		ДЕКЛАРАЦІЯ		А МИТНИЙ ОРГАН-ВІДПРАВЛЕННЯ ЕКСПОРТУ/ІМПОРТУЄМНИЙ	
3	8	2 Відправник/Експортер № UA/0032502825 Товариство з обмеженою відповідальністю "Агропродукт" 27400, Кіровоградська обл., м.Знам'янка, вул. Партизанська, буд. 29А UA10032502825		UA901010/2019/005005	
Примірник для відправника/експортера		3 Код країни експорту 1		4 Код країни імпорту 21/0	
		5 Код митної території 2		7 Код митної території імпорту 32	
Примірник для отримувача		8 Сторона № RO/0000000000 SC GAITANO COMPANY SRL Str.Rulmentului, nr 103, Scheia, Su seava, Romania. cod 720111 000/0000/000000		9 Сторона, відповідальна за фізичний транспортування № UA/0032502825 Товариство з обмеженою відповідальністю "Агропродукт" Див. доп. UA10032502825	
		14 Декларант/Продавець № UA/0040013675 ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "БРОКБІЗНЕС-ПЛЮС" AA 001072 від 03.02.2017 UA10040013675		15 Країна походження товарів 16 Код країни походження 17 Код країни транзиту 18 Код країни транзиту 19 Код країни транзиту 20 Код країни транзиту 21 Код країни транзиту 22 Код країни транзиту 23 Код країни транзиту 24 Код країни транзиту 25 Код країни транзиту 26 Код країни транзиту 27 Код країни транзиту 28 Код країни транзиту 29 Код країни транзиту 30 Код країни транзиту 31 Код країни транзиту 32 Код країни транзиту 33 Код країни транзиту 34 Код країни транзиту 35 Код країни транзиту 36 Код країни транзиту 37 Код країни транзиту 38 Код країни транзиту 39 Код країни транзиту 40 Код країни транзиту 41 Код країни транзиту 42 Код країни транзиту 43 Код країни транзиту 44 Код країни транзиту 45 Код країни транзиту 46 Код країни транзиту 47 Код країни транзиту 48 Код країни транзиту 49 Код країни транзиту 50 Код країни транзиту 51 Код країни транзиту 52 Код країни транзиту 53 Код країни транзиту 54 Код країни транзиту 55 Код країни транзиту 56 Код країни транзиту 57 Код країни транзиту 58 Код країни транзиту 59 Код країни транзиту 60 Код країни транзиту 61 Код країни транзиту 62 Код країни транзиту 63 Код країни транзиту 64 Код країни транзиту 65 Код країни транзиту 66 Код країни транзиту 67 Код країни транзиту 68 Код країни транзиту 69 Код країни транзиту 70 Код країни транзиту 71 Код країни транзиту 72 Код країни транзиту 73 Код країни транзиту 74 Код країни транзиту 75 Код країни транзиту 76 Код країни транзиту 77 Код країни транзиту 78 Код країни транзиту 79 Код країни транзиту 80 Код країни транзиту 81 Код країни транзиту 82 Код країни транзиту 83 Код країни транзиту 84 Код країни транзиту 85 Код країни транзиту 86 Код країни транзиту 87 Код країни транзиту 88 Код країни транзиту 89 Код країни транзиту 90 Код країни транзиту 91 Код країни транзиту 92 Код країни транзиту 93 Код країни транзиту 94 Код країни транзиту 95 Код країни транзиту 96 Код країни транзиту 97 Код країни транзиту 98 Код країни транзиту 99 Код країни транзиту 100 Код країни транзиту	
3		8		30	
31		32		33	
34		35		36	
37		38		39	
40		41		42	
43		44		45	
46		47		48	
49		50		51	
52		53		54	
55		56		57	
58		59		60	
61		62		63	
64		65		66	
67		68		69	
70		71		72	
73		74		75	
76		77		78	
79		80		81	
82		83		84	
85		86		87	
88		89		90	
91		92		93	
94		95		96	
97		98		99	
100					



Міжнародна товарно-транспортна накладна CMR

1 Екземпляр для відправника  
Copy for sender

1 Відправник (найменування, адреса, країна) Sender (name, address, country) <b>ТОВ "АГРОПРОДУКТ"</b> <b>27400, Кіровоградська обл., м. Знам'янка,</b> <b>вул. Партизанська, буд. 29 А</b>		INTERNATIONAL COMBIVAN TRANSPORT NOTE INTERNATIONAL CONSIGNMENT NOTE A/N <b>CMR</b> Ця перевізниця, як гарант, не несе відповідальності за втрати чи пошкодження вантажу згідно з умовами Конвенції про дорожнє міжнародного дорожнього перевезення вантажів (CMR) This carriage is issued, notwithstanding any liability to the contrary, to the Consignor as the Contract for the International Carriage of goods by Road (CMR) 				
2 Одержувач (найменування, адреса, країна) Consignee (name, address, country) <b>SC GAITANO COMPANY SRL</b> <b>Str. Rulmentului, nr 103, Scheia, Suceava,</b> <b>Romania. cod 720111</b>		16 Перевізник (найменування, адреса, країна) Carrier (name, address, country)				
3 Місце/встановлення вантажу Place of delivery of the goods (place, country) <b>ROMANIA, SUCEAVA.</b>		17 Підставний перевізник (найменування, адреса, країна) Subsidiary carrier (name, address, country)				
4 Місце та дата завантаження вантажу Place and date of loading (place, country, date) <b>Україна, Кіровоградська обл.,</b> <b>м. Знам'янка, 03.04.2019 г.</b>		18 Застереження та застереження перевізника Carrier's reservations and observations <b>а/м CE7417AI/CE0437XT</b>				
5 Документи, які додаються Documents attached <b>Счет-фактура № AG-0000268 от 25.03.19 г.</b>						
6 Знаки та номери Marks and Nos	7 Кількість пакунків Number of packages	8 Різні пакування Method of packing	9 Найменування вантажу Nature of the goods	10 Статист. № Statistical number	11 Вага вантажу, кг Gross weight in kg	12 Об'єм, м <sup>3</sup> Volume in m <sup>3</sup>
13	Д/поддон	Халва подсолнечная	- 3846 ящ. Код 1704909900		7483,39	
19	Д/поддон	Халва подсолнечная с какао	- 6000 ящ. Код 1806909000		11620,0	
			<b>32</b>		<b>19103,39</b>	
15 Клас Class	Цифровий номер Number	Літера Letter	(ADR)			
15 Висновки дослідження Buyer's instructions		19 Особливі умови укладення Special agreements				
14 Інструкції щодо оплати за перевізника Instructions as to payment for carriage <input checked="" type="checkbox"/> Френго / Carriage paid <input type="checkbox"/> Не френго / Carriage to be paid		20 Перелік додатків List of papers Свідоцтво / Certificate Висновок / Report Декларація / Declaration Реквізити / Receipt Датум / Date Свідоцтво / Certificate Інші документи / Other documents Розрахунок / Invoice ТОТД / TOTD				
21 Інструкції відправника Sender's instructions		дата on		20		
22 <b>Кровияницький</b>		дата on		20		
		23 		24 Вантаж отримано / Goods received Місце / Place дата / on		
Підпис та штамп відправника Signature and stamp of the sender		Підпис та штамп перевізника Signature and stamp of the carrier		Підпис та штамп одержувача Signature and stamp of the consignee		

## Сертифікат з перевезення товарів з України за формою «EUR.1»

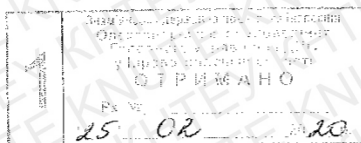
## DUPLICATE APPLICATION FOR A MOVEMENT CERTIFICATE

1. Exporter (Name, full address, country) <b>Limited Liability Company "Agroprodukt"</b> 27400 Ukraine, Kirovograd region, Znamianka city Partyzanska str., 29 A		<b>EUR.1</b> No <b>A901.004428</b>	
		See notes overleaf before completing this form.	
3. Consignee (Name, full address, country) (Optional) <b>SC GAITANO COMPANY SRL</b> Str.Rulmentului, nr 103, Scheia, Suceava, Romania. cod 720111		2. Certificate used in preferential trade between <b>Ukraine</b> and <b>European Union</b> (Insert appropriate countries, groups of countries or territories)	
6. Transport details (Optional) by truck		4. Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating <b>Ukraine</b>	5. Country, group of countries or territory of destination <b>Romania</b>
		7. Remarks	
8. Item number, marks and numbers, number and kind of packages <sup>1)</sup> ; description of goods		9. Gross mass (kg) or other measure (litres, m <sup>3</sup> , etc.)	10. Invoices (Optional)
1. Sunflower Sugar Halva pack (2 kg) 1350 cardboard boxes on 4 wooden pallets		2968.75 kg	AG-0000268 25.03.2019
2. Sunflower Halva with vanilla aroma pack (2 kg) 600 cardboard boxes on 2 wooden pallets		1325 kg	
3. Sunflower Halva with cocoa pack (2 kg) 3000 cardboard boxes on 23 wooden pallets		6600 kg	
4. Sunflower Halva with vanilla aroma pack (30 g) 1896 cardboard boxes on 7 wooden pallets		3189.64 kg	
5. Sunflower Halva with cocoa pack (30 g) 3000 cardboard boxes on 10 wooden pallets		5020 kg	
11. CUSTOMS ENDORSEMENT Declarations certified Export document No. .... Form or No. .... Customers office: <b>Kirovograd Customs House</b> Issuing country or territory: <b>Ukraine</b>  Place and date: <b>04.04.2019</b> <b>L.Sereda</b> (Signature)		12. DECLARATION BY THE EXPORTER I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. Place and date: <b>Znamianka</b> <b>04.04.2019</b> <b>32502825</b> <b>Tkachenko O.V.</b> (Signature)	

## Додаток Ж

## Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 Грудня 2019 р.

J0900108



32502825

Додаток І  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку  
І «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Підприємство **ТОВ "Агропродукт"** Дата (рік, місяць, число) **01.01.2020**  
 Територія **м.Знам'янка** за СДРПОУ **32502825**  
 Організаційно-правова форма господарювання **ТОВ** за КОАТУУ **3510600000**  
 Вид економічної діяльності **кондитерське виробництво** за КОПФГ  
 Середня кількість працівників **207** за КВЕД **10.72**  
 Адреса, телефон **Кіровоградська обл. м.Знам'янка вул.Партизанська,29А** **0992263277**  
 Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)  
 Складено (зробити позначку "✓" у відповідній клітинці):  
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку   
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)**  
на **31 грудня** **2019** року  
Форма № 1

Код за ДКУД **1801001**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи:			
первісна вартість	1000	-	-
накопичена амортизація	1001	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1002	-	-
1005	-	-	-
Основні засоби:			
первісна вартість	1010	4028	616
знос	1011	10059	2459
1012	6031	1843	
Інвестиційна нерухомість			
первісна вартість	1015	-	-
знос	1016	-	-
1017	-	-	-
Довгострокові біологічні активи:			
первісна вартість	1020	-	-
1021	-	-	-
накопичена амортизація	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції			
Довгострокові дебіторська заборгованість	1035	-	-
1040	-	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвил	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>4028</b>	<b>616</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси			
Виробничі запаси	1100	8569	6702
1101	8431	6664	
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	138	38
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2755	3133
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	339	879
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
з параванових доходів	1140	-	-
із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	96	1722
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
Готівка	1165	1934	2601
Рахунки в банках	1166	-	-
1167	1934	2601	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-

резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат			
резервах незароблених премій	1182	-	-
інших страхових резервах	1183	-	-
інші оборотні активи	1184	-	-
Усього за розділом II	1195	13693	15037
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	17721	15635

Гасив	Код гасив	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
<b>I. Власний капітал</b>			
Зарєстрований (пайовий) капітал			
Внески до незарєстрованого статутного капіталу	1400	61	30
Капітал у дооцінках	1401	-	-
Додатковий капітал	1405	-	-
Емісійний дохід	1410	-	-
Накопичені курсові різниці	1411	-	-
Резервний капітал	1412	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1415	-	-
Неоплачений капітал	1420	13562	11609
Видучений капітал	1425	(-)	(-)
Інші резерви	1430	(-)	(-)
Усього за розділом I	1435	-	-
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання			
Пенсійні зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1505	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1510	-	-
Довгострокові забезпечення	1515	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1520	-	-
Цільове фінансування	1521	-	-
Благодійна допомога	1525	-	-
Страхові резерви	1526	-	-
у тому числі:	1530	-	-
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків			
Векселі видані	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:	1605	-	-
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги			
розрахунками з бюджетом	1615	142	325
у тому числі з податку на прибуток	1620	157	196
розрахунками зі страхування	1621	47	85
розрахунками з оплати праці	1625	101	111
за одержаними авансами	1630	364	403
за розрахунками з учасниками	1635	-	-
із внутрішніх розрахунків	1640	-	-
за страховою діяльністю	1645	-	-
Поточні забезпечення	1650	-	-
Доходи майбутніх періодів	1660	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1670	-	-
Усього за розділом III	1690	3334	2979
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	4098	4014
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	17721	15635

Керівник

Головний бухгалтер

Порхун Василь Григорович

Шавловська Галина Дмитрівна

Відзначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.



## Звіт про фінансові результати за 2019 р

J0900207

32502825

Підприємство ТОВ "Агропродукт"

Дата (рік, місяць, число)  
за ЄДРПОУКОДИ  
01.01.2020  
32502825Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за рік 2019 р.

Форма № 2

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	63181	62119
Чист зароблений страхові премії	2010	-	-
Премії підписані, валова сума	2011	-	-
Премії, передані у перестраховування	2012	-	-
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
Зміна частки перестрахованих у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(58168)	(56839)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
<b>Валовий прибуток</b>	2090	5013	5280
<b>збиток</b>	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
Зміна частки перестрахованих в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	6218	395
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	-
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
Адміністративні витрати	2130	(1520)	(1285)
Витрати на збут	2150	(2246)	(2484)
Інші операційні витрати	2180	(6452)	(768)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	-	-
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	1013	1138
збиток	2195	(-)	(-)
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	5	7
Інші доходи	2240	-	-
Дохід від благодійної допомоги	2241	-	-
Фінансові витрати	2250	(-)	(-)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	1018	1145
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-183	-233
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	835	912
збиток	2355	(-)	(-)

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	2460	-	-
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	2465	835	912

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

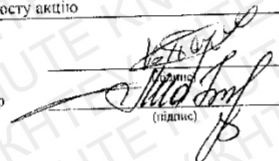
Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	43393	44146
Витрати на оплату праці	2505	10952	9207
Відрахування на соціальні заходи	2510	2385	2006
Амортизація	2515	1438	1480
Інші операційні витрати	2520	10218	4537
<b>Разом</b>	2550	68386	61376

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер


  
(підпис)

Порхун Василь Григорович

(ініціали та прізвище)

Шавловська Галина Дмитрівна

(ініціали та прізвище)





## Додаток К

## Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 Грудня 2018 р.

*Згідно з державними звіту статистики  
у Знаменському районі*



Додаток 1  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Дата (рік, місяць, число) **2019 01 01**  
за ЄДРПОУ **32502825**  
за КОАТУУ **3510600000**  
за КОПФГ  
за КВЕД **10.72**

Підприємство **ТОВ "Агропродукт"**

Територія

**м.Знам'янка**

Організаційно-правова форма господарювання

**ТОВ**

Вид економічної діяльності

**кондитерське виробництво**

Середня кількість працівників

**193**

Адреса, телефон **27400 Кіровоградська область м.Знам'янка вул.Партизанська,29А**

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "V" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

**13 02 18**

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 Грудня 2018 р.**

Актив	Код рядка	Форма №1 Код за ДКУД 1801001	
		На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	3780	4028
первісна вартість	1011	8332	10059
знос	1012	(4552)	(6031)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>3780</b>	<b>4028</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	9818	8569
Виробничі запаси	1101	7865	8431
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	1753	138
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1134	2755
Дебіторська заборгованість за розрахунками, за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1138	-	338
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
інша поточна дебіторська заборгованість	1155	155	-
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1345	1334

06.02.19 № 4184  
Таблиця 03  
[Підпис]

Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	1345	1934
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Мастка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	13548	13693
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	17328	17721

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	61	61
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	12650	13562
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	12711	13623
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	607	142
розрахунками з бюджетом	1620	95	157
у тому числі з податку на прибуток	1621	2	47
розрахунками зі страхування	1625	96	101
розрахунками з оплати праці	1630	315	364
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-

Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	3502	3334
Усього за розділом III	1695	4617	4098
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	17328	17721

Керівник

/ Ткаченко В. Л. /

Головний бухгалтер

/ Шавловська

<sup>1</sup> Визначеність в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері



## Звіт про фінансові результати за 2018 р

Додаток 1  
до Національного положення  
(стандарту) бухгалтерського обліку 1  
"Загальні вимоги до фінансової  
звітності"

Дата(рік, місяць, число) **2019 | 01 | 01**  
за ЄДРПОУ **32502825**

Підприємство **ТОВ "Агропродукт"**

(найменування)

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)**  
за 2018 р.

форма №2 Код за ДКУД **1801003**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	62119	60472
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
Премії підписані, валова сума	2011	-	-
Премії, передані у перестраховування	2012	-	-
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Зобов'язаність реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(56839)	(56215)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
<b>Валовий :</b>			
прибуток	2090	5280	4257
збиток	2095	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	395	435
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	-
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(1285)	(1112)
Витрати на збут	2150	(2484)	(2297)
Інші операційні витрати	2180	(768)	(356)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	-	-
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності</b>			
прибуток	2190	1138	925
збиток	2195	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	7	10
Інші доходи	2240	-	-
Дохід від благодійної допомоги	2241	-	-
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	-	-
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	1145	935
збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(233)	(168)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	912	767
збиток	2355	-	-

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	912	767

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	44148	44118
Витрати на оплату праці	2505	9207	8064
Відрахування на соціальні заходи	2510	2008	1778
Амортизація	2515	1480	1439
Інші операційні витрати	2520	4637	4583
Разом	2550	61376	59982

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

/ Ткаченко В. Л. /

/ Шавловська Г. Д. /

## Додаток М

## Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 Грудня 2017 р.

*Нахорощення звіту підприємство:  
Загальний вступ статистички  
Знам'янському району*

Додаток 1 *О.А. Ронков*  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	ТОВ "Агропродукт"	Дата (рік, місяць, число)	2018 01 01
Територія	м.Знам'янка	за ЄДРПОУ	32502825
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВ	за КОАТУУ	3510600000
Вид економічної діяльності	кондитерське виробництво	за КОПФ	
Середня кількість працівників	192	за КВЕД	10.72
Адреса, телефон	27400 Кіровоградська область м.Знам'янка вул.Партизанська 29А		
Одиниця виміру:	тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			v
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 Грудня 2017 р.

Актив	Код рядка	Форма №1	Код за ДКУД
		На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	4779	3780
первісна вартість	1011	7892	8332
знос	1012	(3113)	(4552)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>4779</b>	<b>3780</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	7250	9618
Виробничі запаси	1101	6977	7865
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	273	1753
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1487	1134
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	1510	1296
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	325	155

Розроблено управління статистички  
Знам'янському району  
Дата 02.02.18 № 8292  
РІС Тавришова СВ  
Підпис

Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	753	1345
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	753	1345
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань	1182	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1183	-	-
резервах незароблених премій	1184	-	-
інших страхових резервах	1190	-	-
Інші оборотні активи	1195	11325	13548
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1300</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>16104</b>	<b>17328</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>	1400		
Зареєстрований (пайовий) капітал	1401	61	61
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1405	-	-
Капітал у дооцінках	1410	-	-
Додатковий капітал	1411	-	-
Емісійний дохід	1412	-	-
Накопичені курсові різниці	1415	-	-
Резервний капітал	1420	11883	12650
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1425	-	-
Неоплачений капітал	1430	-	-
Вилучений капітал	1435	-	-
Інші резерви	1495	11944	12711
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>	1500		
Відстрочені податкові зобов'язання	1505	-	-
Пенсійні зобов'язання	1510	-	-
Довгострокові кредити банків	1515	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1520	-	-
Довгострокові забезпечення	1521	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1525	-	-
Цільове фінансування	1526	-	-
Благодійна допомога	1530	-	-
Страхові резерви	1531	-	-
у тому числі:	1532	-	-
резерв довгострокових зобов'язань	1533	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1534	-	-
резерв незароблених премій	1535	-	-
інші страхові резерви	1540	-	-
Інвестиційні контракти	1545	-	-
Призовий фонд	1545	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1595	-	-
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>	1600		
Короткострокові кредити банків	1605	-	-
Векселі видані	1610	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:	1615	410	607
довгостроковими зобов'язаннями	1620	123	95
товари, роботи, послуги	1621	72	2
розрахунками з бюджетом	1625	41	98
у тому числі з податку на прибуток	1630	148	315
розрахунками зі страхування	1635	-	-
розрахунками з оплати праці	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами			
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками			

Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	3438	3502
Усього за розділом III	1695	4160	4617
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	16104	17328

Керівник



/ Ткаченко В. Л. /

Головний бухгалтер



/ Шавловська

† Визначається в порядку статистичного контролю за діяльністю органів виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.



## Додаток Н

## Звіт про фінансові результати за 2017 р

Додаток 1  
до Національного положення  
(стандарту) бухгалтерського обліку 1  
"Загальні вимоги до фінансової  
звітності"

Дата (рік, місяць, число)  
за ЄДРПОУ

КОДИ	
2018	01 01
32502825	

Підприємство **ТОВ "Агропродукт"**

(найменування)

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)**  
за 2017 р.

Форма №2 Код за ДКУД **1801003**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	60472	61400
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
Премії підписані, валова сума	2011	-	-
Премії, передані у перестрахування	2012	-	-
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(56215)	(55520)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
<b>Валовий :</b>			
прибуток	2090	4257	5880
збиток	2095	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	435	1954
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	-
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(1112)	(807)
Витрати на збут	2150	(2297)	(1934)
Інші операційні витрати	2180	(358)	(1996)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	-	-
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності</b>			
прибуток	2190	925	3097
збиток	2195	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	10	17
Інші доходи	2240	-	-
Дохід від благодійної допомоги	2241	-	-
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	-	-
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	935	3114
збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(168)	(561)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	767	2553
збиток	2355	-	-



## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	767	2553

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	44118	47805
Витрати на оплату праці	2505	8064	4206
Відрахування на соціальні заходи	2510	1778	915
Амортизація	2515	1439	987
Інші операційні витрати	2520	4583	6344
Разом	2550	59982	60257

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

/ Ткаченко В. Л. /

/ Шавлюєвська Г. Д. /

## Додаток О

## Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 Грудня 2016 р.



Додаток 1  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	ТОВ "Агропродукт"	Дата (рік, місяць, число)	2017   01   01
Територія	м.Знам'янка	за ЄДРПОУ	32502825
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВ	за КОАТУУ	3510600000
Вид економічної діяльності	кондитерське виробництво	за КОПФГ	
Середня кількість працівників	164	за КВЕД	10.72

Адреса, телефон 27400 Кіровоградська область м.Знам'янка вул.Партизанська,29А, 0523322060  
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)  
Складено (зробити позначку "V" у відповідній клітинці):  
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку  
за міжнародними стандартами фінансової звітності

V
---

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)**  
на 31 Грудня 2016 р.

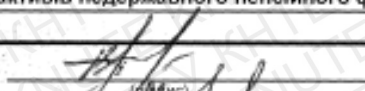
Актив	Код рядка	Форма №1 Код за ДКУД 1801001	
		На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	3516	4779
первісна вартість	1011	5642	7892
знос	1012	(2126)	(3113)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>3516</b>	<b>4779</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Заласи	1100	7798	7250
Виробничі залиси	1101	7076	6977
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	722	273
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	404	1487
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	-	-
за виданими авансами	1135	1110	1510
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	170	325

Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	763	75
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	763	753
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	10245	11325
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	13761	16104

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	61	61
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	9330	11883
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	9391	11944
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	937	410
розрахунками з бюджетом	1620	531	123
у тому числі з податку на прибуток	1621	516	72
розрахунками зі страхування	1625	42	41
розрахунками з оплати праці	1630	119	148
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-

Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	2741	3438
Усього за розділом III	1695	4370	4160
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	13761	16104

Керівник



/ Ткаченко В. П. /

Головний бухгалтер



/ Шавловська

Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.



## Додаток П

## Звіт про фінансові результати за 2016 р.

Додаток 1  
до Національного положення  
(стандарту) бухгалтерського обліку 1  
"Загальні вимоги до фінансової  
звітності"

Дата(рік, місяць, число) за ЄДРПОУ

КОДИ		
2017	01	01
32502825		

Підприємство **ТОВ "Агропродукт"**

(найменування)

## Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2016 р.

Форма №2

Код за ДКУД

1801003

## І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	61400	43864
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
Премії підписані, валова сума	2011	-	-
Премії, передані у перестраховання	2012	-	-
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(55520)	(36121)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
<b>Валовий :</b>			
прибуток	2090	5880	7743
збиток	2095	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	1954	4036
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	-
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(807)	(799)
Витрати на збут	2150	(1934)	(1463)
Інші операційні витрати	2180	(1996)	(3594)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	-	-
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності</b>			
прибуток	2190	3097	5923
збиток	2195	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	17	18
Інші доходи	2240	-	-
Дохід від благодійної допомоги	2241	-	-
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	-	-
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	3114	5941
збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(561)	(1089)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	2553	4852
збиток	2355	-	-

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>2553</b>	<b>4852</b>

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	47805	31993
Витрати на оплату праці	2505	4206	3337
Відрахування на соціальні заходи	2510	915	1194
Амортизація	2515	987	482
Інші операційні витрати	2520	6344	4971
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>60257</b>	<b>41977</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер

 (підпис)

/ Ткаченко В. Л. /

/ Шавловська Г. Д. /



## Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 Грудня 2015 р.

J0900108

32502825

Додаток 1  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку  
1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Підприємство **ТОВ "Агропродукт"**Територія **м.Знам'янка**Організаційно-правова форма господарювання **ТОВ**Вид економічної діяльності **кондитерське виробництво**Середня кількість працівників **155**Адреса, телефон **Кіровоградська обл. м.Знам'янка вул.Партизанська,29А**

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "√" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності



Дата (рік, місяць, число)

КОДИ

01.01.2016

за ЄДРПОУ

32502825

за КОАТУУ

3510600000

за КОПФГ

за КВЕД

10.72

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)**на **31 грудня** **2015** року

Форма № 1

Код за ДКУД **1801001**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи:	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	1342	3516
первісна вартість	1011	2986	5642
знос	1012	1644	2126
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
первісна вартість	1016	-	-
знос	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи:	1020	-	-
первісна вартість	1021	-	-
накопичена амортизація	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	-	-
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>1342</b>	<b>3516</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	3665	7798
Виробничі запаси	1101	3536	7076
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	129	722
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1008	404
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	-	-
з бюджетом	1135	1555	1110
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
з нарахованих доходів	1140	-	-
із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	226	170
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Грошові кошти та їх еквіваленти:	1165	218	763
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	218	763
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-

резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>6672</b>	<b>10245</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>			
	<b>1200</b>	-	-
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>8014</b>	<b>13761</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	61	61
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4478	9330
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>4539</b>	<b>9391</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	-	-
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	662	937
розрахунки з бюджетом	1620	435	531
у тому числі з податку на прибуток	1621	415	516
розрахунки зі страхування	1625	45	42
розрахунки з оплати праці	1630	103	119
за одержаними авансами	1635	-	-
за розрахунками з учасниками	1640	-	-
із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	2230	2741
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>3475</b>	<b>4370</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>			
	<b>1700</b>	-	-
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>			
	<b>1800</b>	-	-
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>8014</b>	<b>13761</b>

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

Ткаченко Володимир Леонітович

(ініціали та прізвище)

Шавловська Галина Дмитрівна

(ініціали та прізвище)

<sup>1</sup> Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.





## Звіт про фінансові результати за 2015 р.

J0900207

32502825

Підприємство ТОВ "Агропродукт"

Дата (рік, місяць, число)  
за ЄДРПОУКОДИ  
01.01.2016  
32502825

## Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за рік 2015 р.

Форма № 2

Код за ДКУД 1801003

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43864	28532
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
Премії підписані, валова сума	2011	-	-
Премії, передані у перестраховування	2012	-	-
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 36121)	( 23189)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
<b>Валовий прибуток</b>	2090	7743	5343
збиток	2095	( - )	( - )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	4036	608
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	-
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
Адміністративні витрати	2130	( 799)	( 697)
Витрати на збут	2150	( 1463)	( 1122)
Інші операційні витрати	2180	( 3594)	( 577)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	-	-
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	5923	3555
збиток	2195	( - )	( - )
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	18	8
Інші доходи	2240	-	140
Дохід від благодійної допомоги	2241	-	-
Фінансові витрати	2250	( - )	( - )
Втрати від участі в капіталі	2255	( - )	( - )
Інші витрати	2270	( - )	( - )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	5941	3703
збиток	2295	( - )	( - )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1089	-529
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	4852	3174
збиток	2355	( - )	( - )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	2460	-	-
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	2465	4852	3174

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

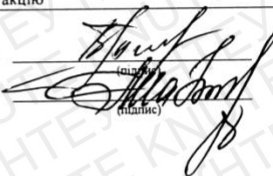
Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	31993	19402
Витрати на оплату праці	2505	3337	3124
Відрахування на соціальні заходи	2510	1194	1149
Амортизація	2515	482	211
Інші операційні витрати	2520	4971	1699
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>41977</b>	<b>25585</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

Ткаченко Володимир Леонтійович

(ініціали та прізвище)

Шавловська Галина Дмитрівна

(ініціали та прізвище)



## Додаток Т

## Показники ліквідності та фінансової автономії підприємства ТОВ «Агропродукт»

Показники	Формула	На 31.12.15	На 31.12.16	На 31.12.17	На 31.12.18	На 31.12.19
<b>Показники ліквідності</b>						
Коефіцієнт покриття	Оборотні активи/ Поточні зобов'язання	10245/4370 = <b>2,34</b>	11325/4160 = <b>2,72</b>	13548/4617 = <b>2,93</b>	13693/4098 = <b>3,34</b>	15037/4014 = <b>3,75</b>
Коефіцієнт швидкої ліквідності	(Оборотні активи – запаси)/поточні зобов'язання	(10245-7798)/4370 = <b>0,55</b>	(11325-7250)/4160 = <b>0,98</b>	(13548-9618)/4617 = <b>0,85</b>	(13693-8569)/4098 = <b>1,25</b>	(15037-6702)/4014 = <b>2,08</b>
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові активи/Поточні зобов'язання	763/4370 = <b>0,17</b>	753/4160 = <b>0,18</b>	1345/4617 = <b>0,29</b>	1934/4098 = <b>0,47</b>	2601/4014 = <b>0,65</b>
Чистий оборотний капітал	поточні активи — поточні пасиви	10245-4370 = <b>5875</b>	11325-4160 = <b>7165</b>	13548-4617 = <b>8931</b>	13693-4098 = <b>9595</b>	15037-4014 = <b>11023</b>
<b>Показники фінансової автономії</b>						
Коефіцієнт автономії	Власний капітал/Валюта баланса	9391/13761 = <b>0,68</b>	11944/16104 = <b>0,74</b>	12711/17328 = <b>0,73</b>	13623/17721 = <b>0,77</b>	11639/15653 = <b>0,74</b>
Коефіцієнт фінансування	Власний капітал (Довгострокові зобов'язання + Короткострокові зобов'язання)	9391/4370 = <b>2,15</b>	11944/4160 = <b>2,87</b>	12711/4617 = <b>2,75</b>	13623/4098 = <b>3,32</b>	11639/4014 = <b>2,9</b>
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	Власні оборотні кошти / Оборотні активи	(9391-3516)/10245 = <b>0,57</b>	(11944-4779)/11325 = <b>0,63</b>	(12711-3780)/13548 = <b>0,66</b>	(13623-4028)/13693 = <b>0,7</b>	(11639-616)/15037 = <b>0,73</b>
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Власні оборотні кошти/ Власний капітал	(9391-3516)/9391 = <b>0,6</b>	(11944-4779)/11944 = <b>0,6</b>	(12711-3780)/12711 = <b>0,7</b>	(13623-4028)/13623 = <b>0,7</b>	(11639-616)/11639 = <b>0,95</b>

## Показники ділової активності ТОВ «Агропродукт»

Показники	Формула	Роки				
		2015	2016	2017	2018	2019
		Фактично	Фактично	Фактично	Фактично	Фактично
<b>Показники ділової активності</b>						
Коефіцієнт оборотності активів	Чиста виручка від реалізації продукції / Середньорічна вартість активів	43864 / (8014/2+13761/2)= <b>4,03</b>	61400 / (13761/2+16104/2)= <b>4,11</b>	60472 / (16104/2+17328/2)= <b>3,62</b>	62119 / (17328/2+17721/2)= <b>3,54</b>	63181 / (17721/2+15653/2)= <b>3,79</b>
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Собівартість за період / Середньорічна сума кредиторської заборгованості	36121 / (1660/2+2145/2)= <b>18,99</b>	55520 / (2145/2+794/2)= <b>37,78</b>	56215 / (794/2+2+1117/2)= <b>58,83</b>	56839 / (1117/2+811/2)= <b>58,96</b>	58168 / (811/2+1120/2)= <b>60,25</b>
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Виручка / Середньорічна сума дебіторської заборгованості	36121 / (2789/2+1684/2)= <b>16,15</b>	55520 / (1684/2+3322/2)= <b>22,18</b>	56215 / (3322/2+2585/2)= <b>19,03</b>	56839 / (2585/2+3190/2)= <b>19,68</b>	58168 / (3190/2+5734/2)= <b>13,04</b>
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	Собівартість продукції / Середньорічна вартість запасів	36121 / (3665/2+7798/2)= <b>6,3</b>	55520 / (7798/2+7250/2)= <b>7,38</b>	56215 / (725/2+9618/2)= <b>6,67</b>	56839 / (9618/2+8569/2)= <b>6,25</b>	58168 / (8569/2+6702/2)= <b>7,62</b>
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Виручка (Чистий дохід) / Середньорічна суму власного капіталу	36121 / (4539/2+9391/2)= <b>5,19</b>	55520 / (9391/2+11944/2)= <b>5,20</b>	56215 / (11944/2+12711/2)= <b>4,56</b>	56839 / (12711/2+13623/2)= <b>4,32</b>	58168 / (13623/2+11639/2)= <b>4,61</b>

## Додаток Ф

## Показники рентабельності підприємства ТОВ «Агропродукт»

		Показники рентабельності				
		2015	2016	2017	2018	2019
Коефіцієнт рентабельності активів	Чистий прибуток (Чистий збиток) / Середньорічна сума активів * 100%	4852/(8014/2+ 13761/2) * 100%= <b>44,56%</b>	2553/(13761/2+16104/2) * 100%= <b>17,1%</b>	767/(16104/2+17328/2) * 100%= <b>4,59%</b>	912/(17328/2+17721/2) * 100%= <b>5,2%</b>	835/(17721/2+ 15653/2) * 100%= <b>5%</b>
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Чистий прибуток (Чистий збиток) / Середньорічна сума власного капіталу * 100%	4852/(4539/2+ 9391/2) * 100%= <b>69,66%</b>	2553/(9391/2+11944/2) * 100%= <b>23,93%</b>	767/(11944/2+12711/2) * 100%= <b>6,22%</b>	912/(12711/2+13623/2) * 100%= <b>6,93%</b>	835/(13623/2+ 11639/2) * 100%= <b>6,61%</b>
Коефіцієнт рентабельності діяльності	Чистий прибуток /Чиста виручка від реалізації продукції	4852/36121* 100%= <b>13,43%</b>	2553/55520* 100%= <b>4,6%</b>	767/56215 * 100%= <b>1,36%</b>	912/56839 * 100%= <b>1,6%</b>	835/58168 * 100%= <b>1,44%</b>

## Зовнішньоторговельний контракт

**КОНТРАКТ**

купи-продажу №2/2

Україна, г. Знаменка  
от «30» января 2015г.**«Продавец»:**Общество с ограниченной ответственностью  
«Агропродукт», (Украина), в лице директора Ветер  
Владимира Васильевича, действующего на основании  
Устава, с одной стороны, и**«Покупатель»:**SC GAITANO COMPANY SRL, в лице директора *Gaitan  
Adrian*, действующего на основании Устава, с другой  
стороны, заключили настоящий контракт о  
нижеследующем:**1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТА**

- 1.1. Продавец обязуется в порядке и на условиях, определенных данным контрактом, передать в собственность Покупателя товар, а Покупатель обязуется принять товар согласно приложений (спецификаций), являющихся неотъемлемой частью данного контракта. В приложениях (спецификациях) отображаются полное наименование товара, единицы измерения, цена, количество, вид упаковки и другие необходимые данные.
- 1.2. Поставка товара осуществляется партиями, согласно заявок Покупателя.
- 1.3. Заявка на поставляемый товар предоставляется Продавцу факсимильной связью или электронной почтой не позже, чем за 7 (семь) календарных дней до подачи транспортного средства под загрузку.
- 1.4. Покупатель продает товар в рамках территории Румынии.

**2. КАЧЕСТВО ТОВАРА**

- 2.1. Качество поставляемого товара должно соответствовать требованиям нормативных документов Украины а так же странам ЕС и подтверждаться необходимыми документами подтверждающими качество и безопасность товара (например: декларация производителя, санитарно-гигиеническим заключением, сертификат качества от производителя).

**3. УСЛОВИЯ ПОСТАВКИ**

- 3.1. Базисные условия поставки – FCA г. Знаменка, Кировоградская обл.
- 3.2. Транспортировка товара осуществляется транспортом Покупателя либо нанятым им перевозчиком.
- 3.3. Транспортное средство должно быть пригодно для перевозки продуктов питания, иметь свидетельство на допуск к перевозкам под таможенными пломбами и печатями.
- 3.4. Не позже, чем за 3 (три) календарных дня до подачи транспортного средства под загрузку Покупатель передает Продавцу факсимильной связью или электронной почтой информацию о перевозчике, а именно:
  - наименование перевозчика;
  - место его регистрации;

Продавец / Seller

**CONTRACT**

of sale and purchase of goods № 2/2

Ukraine, Znamianka city  
2015, January, 30**«Seller»:**Limited liability company "Agroprodukt", Ukraine, in the person  
of its President *Veter Vladimir*, acting on the base of Statute, from  
one side, and**«Buyer»:**SC GAITANO COMPANY SRL, in the person of its President  
*Gaitan Adrian*, acting on the base of Statute from other side,  
have concluded present Contract as follows:**1. SUBJECT OF CONTRACT**

- 1.1. The Seller undertakes to transfer Goods to the Buyer, referred to terms and conditions of the current Contract; and the Buyer undertakes to accept the Goods according to Annexes (specifications), that are integral part of the present Contract. Annexes (specifications) specify full name of the Good, units of measurement, price, quantity, type of package, and other necessary information.
- 1.2. The purveyance of Goods shall accomplish in lots, according to requests of the Buyer.
- 1.3. The request for the purveyance of the Goods shall be delivered to the Seller by fax or electronic mail not later than 7 (seven) days before the carrier vehicle is delivered for loading.
- 1.4. The Buyer will sell the goods in geographical area located between the borders of Romania, the area called as "territory".

**2. QUALITY OF GOODS**

- 2.1. The quality of Goods supplied shall correspond the demands of normative documents of Ukraine and EU countries, and shall be verified with necessary documents, confirming quality and safety of the Goods (e.g. producer declaration, sanitary conclusion, producer quality certificate).

**3. DELIVERY TERMS**

- 3.1. The Seller shall supply goods to the Buyer on FCA basis from Znamianka, Kirovograd region.
- 3.2. Transportation of the Goods is accomplished by transport (carrier) provided by the Buyer.
- 3.3. Carrier vehicle shall be suitable for transportation of foodstuff, and have permit license for transportation with customs seals and stamps.
- 3.4. Within 3 (three) days before the carrier vehicle is delivered for loading, the Buyer shall provide the Seller the following information by fax or electronic mail:
  - full name of the carrier (transportation company)
  - carrier registration place
  - type and registration number of the vehicle
  - first and last name of the driver, his passport information

1

Покупатель / Buyer



- вид и номер транспортного средства;
- фамилию, имя, отчество водителя, его паспортные данные

3.5. Датой исполнения обязательств Продавца считается дата таможенного оформления документов на экспорт.

3.6. Право собственности на товар, а также риск его случайной гибели или повреждения переходит к Покупателю с момента передачи его Перевозчику.

#### 4. ЦЕНА И ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ КОНТРАКТА

- 4.1. На Товар устанавливаются свободные договорные цены, действующие на момент получения Товара, которые могут быть изменены в течение договорного периода
- 4.2. Продавец оставляет за собой право изменять договорные цены в случае изменения цены на сырье, топливо, энергоресурсы и прочее, которые подтверждается подписанными спецификациями на каждую поставку продукции отдельно, предварительно согласовав их с Покупателем.
- 4.3. Общая сумма контракта определяется в EUR, исходя из общей стоимости поставленного товара согласно спецификаций, включает в себя стоимость товара, тары (упаковки и поддоны – если таковые имеются), таможенного оформления экспорта, сертификата происхождения товара EUR-I и ориентировочно составляет 500.000 (пятьсот тысяч) EUR.

#### 5. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

- 5.1. Оплата будет проводиться путем 100% предоплаты
- 5.2. Валюта платежа – EUR
- 5.3. Покупатель оплачивает полную сумму стоимости товара за каждую согласованную партию товара путем перечисления денежных средств на счет Продавца – с указанием номера контракта № 2/2 от «30» января 2015г. по реквизитам:

**BENEFICIARY:**  
(Получатель) 26004018100046 EUR  
Limited Liability Company «Agroprodukt»,  
27400, Ukraine, Kirovograd region, Znamianka city,  
Partyzanska str., 29a

**BANK OF BENEFICIARY:**  
(Банк получателя) PJSC Ukribank, Ukraine,  
SWIFT CODE: UKRBUAUX  
INTERMEDIARY BANK:

(Банк – корреспондент)  
Commerzbank AG  
SWIFT CODE: COBADEFF  
CORRESPONDENT ACCOUNT:  
(Счет банка получателя в Банке-корреспонденте)  
400-886543801

**DETAILS OF PAYMENT:**  
according to the Contract 2/2 от 30 января 2015 г.

5.4. Датой оплаты считается день зачисления денежных средств на счет Продавца.

5.5. Сумма предоплаты должна быть зачислена на счет Продавца не позднее чем за 2 (два) календарных дня до

Продавец / Seller



3.5. Date of performance of the Seller's liability is considered the execution (registration) date of customs documents for export.

3.6. The property right for the Good as well as the risks of its accidental damage or loss shall pass to the Buyer as soon as the Good is handed over to the Carrier.

#### 4. PRICE AND TOTAL VALUE OF THE CONTRACT

- 4.1. The price for the Good are floating and negotiated. Prices shall be actual at the time of Good delivery, and may change throughout the contractual period.
- 4.2. The Seller reserves to himself the right to change contract prices in case of change in prices for raw materials, fuel, energy supply, etc. Contract prices are to be confirmed by signed specifications for each supply batch, previously agreed with the Buyer.
- 4.3. The total cost of the contract is settled in EUR, based on total cost of supplied Goods and it is mentioned in Annexes (Specifications) to the present Contract The price of the goods includes cost of packing, customs registration in territory of Ukraine, the Certificate of origin and transportation costs incurred by the Seller. Total cost of the Contract makes tentatively 500 000 (five hundred thousand) EUR.

#### 5. TERMS OF PAYMENT

5.1. **The Buyer is obliged to make 100% advance payment**

- 5.2. Payment currency is EUR.
- 5.3. The Buyer shall transfer the full price for each batch of goods agreed to the account of the Seller, stating the number of the contract

Contract №2/2 2015, January, 30  
The bank requisites of the Seller as follows:

**BENEFICIARY:**  
(Recipient) 26004018100046 EUR  
Limited Liability Company «Agroprodukt»,  
27400, Ukraine, Kirovograd region, Znamianka city,  
Partyzanska str., 29a

**BANK OF BENEFICIARY:**  
(Recipient Bank) PJSC Ukribank, Ukraine,  
SWIFT CODE: UKRBUAUX  
INTERMEDIARY BANK:

(Correspondent bank)  
Commerzbank AG  
SWIFT CODE: COBADEFF  
CORRESPONDENT ACCOUNT:  
(Recipient bank account in the correspondent bank)  
400-886543801

**DETAILS OF PAYMENT:**  
according to the Contract 2/2 2015, January, 30

5.4. Payment date shall be the date when money is credited to the account of the Seller.

5.5. An advance payment shall be received by the Seller within 2 (two) working days before the carrier vehicle is delivered for loading.

Покупатель / Buyer



подачи транспортного средства под загрузку.  
5.6. Все банковские расходы по переводу денежных средств вне территории Украины несет Покупатель.

## 6. ПОРЯДОК ПРИЕМКИ ТОВАРА

- 6.1. Срок отгрузки товара не более 2 (двух) календарных дней со дня прибытия транспортного средства к Продавцу.
- 6.2. При поставке товара Продавец передает Покупателю:
  - сертификат происхождения (EUR-1);
  - грузовую таможенную декларацию со всеми приложениями (заверенную копию);
  - счет-фактуру (Invoice) (4 экз. оригинала);
  - международную товарно-транспортную накладную (CMR);
  - отгрузочную спецификацию (2 экз. оригинала);
  - упаковочный лист (4 экземпляра оригинала);
  - декларация производителя (2 экз. оригинала);
  - копию гигиенического заключения (заверенная копия) по требованию;
  - сертификат соответствия (заверенная копия) по требованию.
- 6.3. После загрузки транспортного средства и завершения таможенного оформления экспорта Продавец передает Покупателю факсимильной связью или электронной почтой (на адрес: - [office.lumar@gmail.com](mailto:office.lumar@gmail.com)) фотокопии грузовой таможенной декларации (со всеми приложениями), счет-фактуры (Invoice), упаковочного листа и международной транспортной накладной (CMR).
- 6.4. Приемка товара по количеству тарных мест, весу осуществляется Покупателем (Перевозчиком) в момент загрузки на транспортное средство согласно товаросопроводительным документам.
- 6.5. Приемка товара по качеству осуществляется на складе Покупателя согласно декларации производителя не позже 15 (пятнадцати) дней со дня таможенного оформления в режиме «импорт».
- 6.6. При обнаружении несоответствия товара Покупатель обязан уведомить Продавца не позднее 24 часов после обнаружения несоответствия факсимильной или телеграфной связью для его участия в дальнейшей приемке.
- 6.7. В случае неявки Продавца к Покупателю для дальнейшей приемки товара в течение 5 (пяти) календарных дней со дня получения уведомления, приемка товара по качеству осуществляется представителем соответствующей отраслевой инспекции по качеству товара.

## 7. УПАКОВКА И МАРКИРОВКА

- 7.1. Тара (упаковка) – картонные ящики, стоимость которых включена в стоимость товара.
- 7.2. Тара (упаковка) является невозвратной.
- 7.3. Маркировка товара осуществляется согласно действующему законодательству Украины с наклеиванием на каждый ящик ярлыка, и в соответствии с законом ЕС.
- 7.4. Информация о товаре на ярлыках издается на двух языках: английский и румынский.

5.6. The commission of bank - the intermediary on translation of money resources is paid due to the Buyer.

## 6. ACCEPTANCE OF THE GOODS

- 6.1. The Good shall be accepted by the Buyer within 2 (two) working days upon arrival.
- 6.2. The Seller shall pass to the Buyer the following documentation:
  - Certificate of origin (EUR-1) or certificate Form A
  - Copy of customs declaration
  - Invoice (4 copies)
  - Motor waybill (CMR)
  - Shipping specification (2 original copies)
  - Packing list (4 original copies)
  - Producer declaration (2 original copies)
  - Sanitary conclusion when required
  - Conformance certificate when required
- 6.3. After the Buyer accepts the Goods, he shall notify the Seller via fax or e-mail ([office.lumar@gmail.com](mailto:office.lumar@gmail.com)), attaching copies of cargo customs declaration, invoice, packing list and shipping specification (CMR).
- 6.4. The Buyer (or Carrier) shall fulfill acceptance of the Goods quantity during loading according to accompanying documentation.
- 6.5. Acceptance of the Goods with regards to quality shall be realized in the warehouse of the Buyer not later than 15 (fifteen) days after customs registration of import.
- 6.6. In case of contradiction detection, the Buyer shall inform the Seller within 24 hours via fax or registered letter, in order for him to carry out further acceptance.
- 6.7. If the Seller shall fail to appear for further acceptance within 5 (five) calendar days, acceptance with regards to quality of Goods shall be realized by the representative of corresponding industry quality inspection.

## 7. GOODS PACKING AND MARKING

- 7.1. The goods are packed by the Seller so that to exclude its damage for the period of delivery up to destination.
- 7.2. Cost of packing is included in cost of the goods and packing is not a subject to return.
- 7.3. The type of marking shall be chosen by the decision of the Seller. It is made according to the law of Ukraine, and according to the law of UE.
- 7.4. The name and the list of ingredients on the package shall be in English and Romanian languages.

## 8. SANCTIONS AND RECLAMATIONS

Продавец / Seller



3

Покупатель / Buyer





## 8. САНКЦИИ И РЕКЛАМАЦИИ

- 8.1. Претензии предъявляются Продавцу.
- 8.2. Претензии по количеству поставляемого товара предъявляются Покупателем (перевозчиком) в момент загрузки транспортного средства.
- 8.3. Претензии по качеству поставляемого товара Покупатель имеет право предъявить в течение срока его реализации (срока годности) при соблюдении условий хранения.
- 8.4. К претензии прилагаются: акт о выявленных недостатках на русском языке, копии телеграммы об уведомлении Продавца, ярлыки с тарных мест, где выявлено несоответствие, копия счет-фактуры, товарно-транспортной накладной.
- 8.5. В случае нарушения Покупателем сроков подачи заявки, оплаты (п. 5.5.), Продавец-Комиссионер ответственности за нарушение срока отгрузки товара не несет.
- 8.6. Уплата штрафных санкций не освобождает стороны от выполнения обязательств по контракту.
- 8.7. Стороны пришли к соглашению, что они самостоятельно и непосредственно несут ответственность за выполнение настоящего контракта, а также никакая претензия, иск или другое правовое требование не могут быть предъявлены к стране Украина и Румынии, либо к отдельным ее органам за невыполнение или неполное выполнение контракта.

## 9. АРБИТРАЖ И РУКОВОДЯЩИЙ ЗАКОН

- 9.1. Применимым правом к настоящему контракту является материальное и процессуальное право страны места нахождения ответчика по делу. Суд выносит решение на основании условий настоящего Контракта, а также норм материального и процессуального права Украины.
- 9.2. Любой спор, разногласия или требования, которые возникнут между сторонами по настоящему контракту или в связи с ним, подлежат передаче на рассмотрение в Международный арбитражный суд при Торгово-промышленной палате страны места нахождения ответчика по делу.
- 9.3. Споры рассматриваются одним арбитром на русском языке.
- 9.4. На условия настоящего контракта действие Конвенции об исковой давности при международной купле-продаже от 14.06.1974 г. не распространяется.
- 9.5. Срок исковой давности по настоящему контракту 3 года, кроме вопросов взыскания штрафных санкций или требований в связи с недостатками проданного товара, где действует специальная исковая давность – 1 год.

## 10. ФОРС-МАЖОР

- 10.1. Стороны договорились, что в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств (действий непреодолимой силы, которые не зависят от воли сторон) таких как: наводнение, пожар, землетрясения или другие стихийные бедствия, война или военные действия, эмбарго, а также действие нормативных документов, принятые после заключения настоящего контракта, и обстоятельств

- 8.1. The Buyer may claim on the Seller concerning quality of Goods.
- 8.2. Claims regarding the quantity shall be made during Goods loading by the Buyer or his carrier.
- 8.3. Claims regarding quality may be made before expiration date of the Good throughout its shelf life, if the instructions concerning storing conditions are followed.
- 8.4. Together with the claim the Buyer shall provide the act of defects in Russian language, copies of the notification letter, tare tags of the defect goods, copies of invoices and motorway bills.
- 8.5. In case of time period breach by the Buyer (article 5.4), the Seller shall be not responsible for the obligation breach.
- 8.6. Penalty payment cannot be taken by parties as grounds for rejecting terms of the present contract.
- 8.7. Both parties agreed on their responsibilities with regards to the present contract. Claims may not be made to the country (Ukraine or Romania) for the breach of the current contract terms and conditions.

## 9. ARBITRATION AND APPLICABLE LEGISLATION

- 9.1. Applicable law to this contract shall be material and procedural right of respondent in the case country of origin. The Court rules based on the terms of this Contract, as well as the rules of substantive and procedural law of Ukraine.
- 9.2. All disputes that may arise out of this contract or in connection with it shall be transferred to the International Arbitrary Court under Industrial Chamber in the country of respondent.
- 9.3. The disputes shall be examined by one arbitrator in Russian language.
- 9.4. This contract does not comply with Convention on the Limitation Period in the International Sale of Goods from June, 14, 1974.
- 9.5. The limitation period allowed for claims of the present contract is 1 year, except penalties regarding quality of Goods sold.

## 10. FORCE-MAJEURE

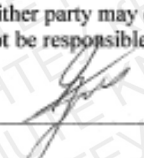

- 10.1. At approach of objective insuperable (force-majeur) circumstances (a fire, consequences of elements, war or any military actions, blockade, strikes, an interdiction on export or import), impossibility of full or partial execution of obligations, execution of obligations is removed in proportion to time of action of such circumstances.
- 10.2. In case action of force-majeur circumstances proceeds more than 30 (thirty) days, either party may cancel the present Contract and shall not be responsible for such

Продавец / Seller

  
32502825

4

Покупатель / Buyer

обязательную силу, хотя бы для одной из сторон. Стороны освобождаются от выполнения своих обязательств на время действия указанных обязательств.

- 10.2. В случае если действия этих обстоятельств длятся более чем 30 дней, каждая из сторон имеет право на расторжение контракта и не несет ответственности за такое расторжение при условии, что она уведомила другую сторону не позднее, чем за 20 дней до расторжения.
- 10.3. О наличии обстоятельств непреодолимой силы заинтересованная сторона уведомляет другую в течение 5-ти дней с момента их возникновения с предоставлением подтверждения Торгово-промышленной палаты страны их происхождения.

## 11. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

### 11.1. ПОКУПАТЕЛЬ обязуется:

11.1.1. Осуществлять эксклюзивное право по реализации товара в пределах Территории.

### 11.2. ПРОДАВЕЦ обязуется:

11.2.1. Своевременно и в полном объеме предоставлять Покупателю заказанный им Товар, исходя из наличия продукции на своем складе.

11.2.2. Предоставлять Покупателю консультативное и техническое содействие по вопросам деятельности, которая осуществляется на основании настоящего Контракта.

11.2.3. Не отгружать продукцию завода, согласованную в дополнительном соглашении к контракту, ни под какой торговой маркой физическим и юридическим лицам, находящимся на Территории, указанной в пункте 1.2 настоящего Контракта

### 11.3. ПОКУПАТЕЛЬ имеет право:

11.3.1. Заявить претензию на качество товара исключительно в течение срока годности товара.

## 12. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 12.1. Срок действия настоящего контракта со дня подписания до «31» мая 2018г. В случае если ни одна из сторон не изъявила желания за 30 календарных дней до истечения срока действия настоящего контракта о прекращении действия настоящего контракта и соответственно всех договорных обязательств, то настоящий контракт автоматически продлевается на 1 календарный год.
- 12.2. Днем подписания контракта является дата на первой странице сверху.
- 12.3. Контракт составлен на русском и английском языках в двух экземплярах по одному для каждой из сторон.
- 12.4. Настоящий контракт, дополнения, приложения, изменения к нему, переданные по факсу или электронной почтой имеют юридическую силу. В дальнейшем стороны обязуются обмениваться оригиналами в течение 20 календарных дней.
- 12.5. Изменение, расторжение контракта допускается по взаимному согласию сторон. Заинтересованная сторона обязана направить другой стороне предложение об изменении, расторжении контракта не позже, чем за 20 дней.
- 12.6. Передача прав и обязанностей по данному контракту третьим лицам допускается по

Продавец / Seller




decision if it is to inform the other party within 20 days before cancellation of the present Contract.

- 10.3. The party is obliged to inform other party on approach of force-majeur circumstances within five days from the moment of approach of such circumstances and to confirm these circumstances with the certificate of local Commercial and industrial Chamber.

## 11. RIGHTS AND LIABILITIES OF THE PARTIES

### 11.1. The Buyer undertakes:

11.1.1. To accomplish an exclusive right to sell the Good on the Territory.

### 11.2. The Seller undertakes:

11.2.1. To supply the Buyer with the Goods promptly and in full capacity according to the order placed by the Buyer.

11.2.2. Provide the Buyer with consultations regarding the activity based on the present Contract.

11.2.3. Not to ship the Goods produced, mentioned in Annexes (Specifications) to the present Contract, under any trademark to any other individuals or businesses on the Territory stated in article 1.4 of the present Contract.

### 11.3. The Buyer is eligible:

11.3.1. To claim on the Seller concerning quality of Goods sold within their expiration date.

## 12. FINAL PROVISIONS

- 12.1. This contract is operative as from the day of its signing by both parties and shall be valid until May, 31, 2018. If, 30 (thirty) calendar days before the expiration of the above period of time, neither party notifies in writing of its desire to terminate this Contract or to alter its terms and conditions, the Contract is automatically extended for 1 (one) calendar year.
- 12.2. The effective date of this Contract shall be the date of its signature on the first page.
- 12.3. This Contract is executed in English and Russian languages, in two copies, one for each party.
- 12.4. The present Contract and Annexes to it exchanged by e-mail are legal. Parties are obliged to exchange Contract originals within 20 (twenty) calendar days.
- 12.5. Amendments or termination of the present contract is only possible with the mutual agreement of both parties. The concerned party is obliged to inform the other party about amendments or termination within 20 (twenty) calendar days.
- 12.6. Neither party shall be entitled to transfer their rights and obligations according to the present Contract to any third party without prior written consent of the other party.

Покупатель / Buyer



взаимному согласию сторон

### 13. ЮРИДИЧЕСКИЕ АДРЕСА И РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

#### ПРОДАВЕЦ / THE SELLER

ООО «Агропродукт»

Юридический адрес: / Address of registered office:

27400, Украина, Кировоградская обл.,  
г. Знаменка, ул. Партизанская, 29 А.

Почтовый адрес: / Post address:

27400, Украина, Кировоградская обл.,  
г. Знаменка, ул. Партизанская, 29 А.

Тел. / Факс +38 (05233) 2-23-50

E-mail: [agroprodukt@meta.ua](mailto:agroprodukt@meta.ua)

Банковские реквизиты: / Bank details:

Расчетный счет 26004018100046 EUR

МФО 300142 Кировоградское

отделение ПАТ «Укринбанк»

ЕГРПОУ 32502825, ИНН 325028211225,

№ св-ва 15152484

**BENEFICIARY:**

(Получатель) 26004018100046 EUR

Limited Liability Company «Agroprodukt»,

27400, Ukraine, Kirovograd region, Znamianka city,

Partyzanska str., 29a

**BANK OF BENEFICIARY:**

(Банк получателя) PJSC Ukrinbank, Ukraine,

**SWIFT CODE: UKRBUAUX**

**INTERMEDIARY BANK:**

(Банк – корреспондент) Commerzbank AG

**SWIFT CODE: COBADEFF**

**CORRESPONDENT ACCOUNT:**

(Счет банка получателя в Банке-корреспонденте)

400-886543801

**DETAILS OF PAYMENT:**

according to the Contract 2/2 от 30 января 2015 г.

### 13. LEGAL ADDRESSES AND SIGNATURES OF THE PARTIES

#### ПОКУПАТЕЛЬ / THE BUYER

Юридический адрес: / Address of registered office:

ROMANIA, Suceava, Str. Grigore Antipa, Nr.8,  
cod 720111

Почтовый адрес: / Post address:

ROMANIA, Suceava, Str. Grigore Antipa, Nr.8,  
cod 720111

Tel.: 0040 230 551 581

E-mail: [office.lumar@gmail.com](mailto:office.lumar@gmail.com)

Банковские реквизиты: / Bank details:

Transilvania Bank, subsidiary Suceava- Romania

IBAN account: RO34 BTRL 0340 1202 1997 61XX

Продавец / Seller




6

Покупатель / Buyer

