

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМИ ПОСТАВКАМИ КОСМЕТИЧНИХ
ЗАСОБІВ У ФРАНЦІЮ**
(за матеріалами ТОВ «Алма Інтернешнл», м. Житомир)

Студентки 4 курсу, 4 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Барішполь
Марії
Юріївни

Науковий керівник
професор, доктор економічних наук,
завідувач кафедри міжнародного
менеджменту

Мельник
Тетяна
Миколаївна

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

П'янкova
Оксана
Василівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Спеціальність «Менеджмент», освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної спеціальності»

Затверджую

Зав. кафедри

Мельник Т. М.

«___» _____ 20__ р.

Завдання**на випускн кваліфікаційну роботу студентів**

Баришполь Марії Юріївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

«Управління експортними поставками косметичних засобів у Францію»

Затверджена наказом ДТЕУ від «___» _____ 20__ р. № _____

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи – науково-теоретичне обґрунтування напрямів та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності експортних операцій у сфері міжнародного бізнесу.

Об'єкт дослідження – процес здійснення експортної діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл».

Предмет дослідження – організація здійснення підприємством ТОВ «Алма Інтернешнл» експортних операцій, особливості здійснення експортної діяльності та напрямки підвищення її ефективності.

4 Зміст випускного кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕТШНЛ»

1.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «Алма Інтернетшнл»

1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності та дослідження ефективності експортних операцій ТОВ «Алма Інтернетшнл»

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕТШНЛ»

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку доглядової косметики.

2.2. Обґрунтування доцільності здійснення експортної операції ТОВ «Алма Інтернетшнл» у Францію

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕТШНЛ» У ФРАНЦІЮ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «Алма Інтернетшнл» у Францію

3.2. Прогнозна оцінка ефективності експорту у Францію підприємством ТОВ «Алма Інтернетшнл»

5. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	до 15 грудня	
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	до 1 лютого	
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 15 березня	
4	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 10 квітня	
5	Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 05 травня	
6	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові	до 15 травня	
7	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 22 травня	
8	Перевірка випускної кваліфікаційної роботи на унікальність	до 22 травня	
9	Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії	за окремим графіком	
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії	за окремим графіком	

6. Дата видачі завдання « _____ » _____ 20____ р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Мельник Т. М

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми П'янкova О. В.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Барішполь М. Ю.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Мельник Т. М.

(підпис, дата)

11. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Барішполь М. Ю.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

П'янкова О. В.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Мельник Т. М.

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 20 _____ р.

АНОТАЦІЯ

Баришполь М. Ю. Управління експортними поставками косметичних засобів у Францію (за матеріалами ТОВ «Алма Інтернешнл», м. Житомир)

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

Дану випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації експортної поставки косметичної продукції у Францію, що передбачає: аналіз фінансово-економічної та зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл», дослідження ефективності експортних операцій ТОВ «Алма Інтернешнл», обґрунтування вибору Франції як країни-контрагента для реалізації експортного потенціалу ТОВ «Алма Інтернешнл», реалізацію управлінського рішення щодо експорту через організаційне забезпечення та прогнозну оцінку результативності поставки досліджуваного підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, операція з експорту, суб'єкт ЗЕД, управлінське рішення, косметична продукція, Франція, ефективність.

SUMMARY

Baryshpol M. Y. Management of export supplies of cosmetics to France (based on the materials of LLC «Halma International», Zhytomyr)

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

This graduation qualification work is devoted to the practical aspects of organizing the export supply of cosmetic products to France, which includes: analysis of the financial, economic and foreign economic activities of LLC «Halma International», study of the efficiency of export operations of LLC «Halma International», justification of the choice of France as a contracting country for the realization of the export potential of LLC «Halma International», implementation of a management decision on exports through organizational support and forecasting the effectiveness of supply to France.

Key words: foreign economic activity, export operation, foreign economic entity, management decision, cosmetic products, France, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕШНЛ»	11
1.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл» ...	11
1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності та дослідження ефективності експортних операцій ТОВ «Алма Інтернешнл»	18
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕШНЛ»	29
2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку доглядової косметики.	29
2.2. Обґрунтування доцільності здійснення експортної операції ТОВ «Алма Інтернешнл» у Францію	34
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕШНЛ» У ФРАНЦІЮ	40
3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «Алма Інтернешнл» у Францію	40
3.2. Прогнозна оцінка ефективності експорту у Францію підприємством ТОВ «Алма Інтернешнл»	46
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	51
Список використаних джерел	54
Додаток А	57
Додаток Б	59
Додаток В	60
Додаток Г	70
Додаток Д	72

ВСТУП

Важливою складовою оцінки зовнішньоторговельної діяльності підприємства є дослідження діяльності з експорту суб'єктами ЗЕД та напрямків збільшення їх ефективності. Підвищення ефективності експортних операцій має провідне значення як на етапі стратегічного планування господарської діяльності самого суб'єкта ЗЕД, так і для економіки України в цілому, оскільки операції з експорту безпосередньо впливають на стан макроекономічної рівноваги держави.

Дослідження структури підприємства, діяльності та обов'язків окремих відділів є невід'ємною частиною аналізу, оскільки дані процеси забезпечують ефективне функціонування підприємства та безпосередньо впливають на фінансово-економічну складову подальших розрахунків.

Аналіз експортних операцій суб'єкта ЗЕД, в основі якого лежить дослідження його економічного та експортного потенціалу, дає можливість оцінити пріоритети подальшого розвитку підприємства та зміцнення його фінансово-економічного потенціалу.

Проведення аналізу операцій суб'єкта ЗЕД з експорту є надзвичайно важливим, особливо на сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні, адже результати даного аналізу дозволяють виявити вразливі місця фінансово-господарської діяльності підприємства, що вимагають особливої уваги керівництва та прийняття відповідних управлінських рішень. Аналіз операцій суб'єкта ЗЕД з експорту є невід'ємним елементом як фінансового менеджменту в межах підприємства, так і економічних взаємовідносин компанії з її партнерами, з фінансово-кредитною системою, з податковими органами тощо.

Метою дослідження випускної кваліфікаційної роботи є науково-теоретичне обґрунтування напрямів та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності експортних операцій у сфері міжнародного бізнесу.

Основними завданнями даної роботи є:

- розгляд основних показників діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл»;
- аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл»;

- дослідження ефективності експортних операцій ТОВ «Алма Інтернешнл»;
- визначення основних тенденцій розвитку світового ринку доглядової косметики;
- обґрунтований вибір альтернативної операції з експорту на досліджуваному підприємстві;
- оцінка ефективності запропонованої операції на підприємстві ТОВ «Алма Інтернешнл».

Об'єктом дослідження у роботі є процес здійснення експортної діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл».

Предметом дослідження виступає організація здійснення підприємством ТОВ «Алма Інтернешнл» експортних операцій, особливості здійснення експортної діяльності та напрямки підвищення її ефективності.

У цілому при написанні випускної кваліфікаційної роботи були застосовані різноманітні методи економічного аналізу, а саме:

- Методи статистичного дослідження основних показників фінансово-господарської та імпортової діяльності – загальний аналіз діяльності. Використано методи розрахунку величин динаміки (абсолютні відхилення, темпи приросту), величин структури (питома вага та її динаміка).

- Загальні методи макроекономічного дослідження, а саме: аналіз даних для структурованості та інформаційної насиченості випускної кваліфікаційної роботи, синтез окремих елементів дослідження для виявлення цілісності об'єктів, систематизація та порівняння даних, що дозволяє робити ґрунтовні висновки та виділяти основні проблеми під час дослідження.

- Методи економіко-логічного аналізу, що полягають у формуванні певних висновків та пропозицій по вдосконаленню фінансово-господарської та експортної діяльності досліджуваного об'єкта. Ці методи належать до групи методів експертної оцінки, і по суті, їх можна вважати найважливішими, оскільки на підставі зроблених висновків формуються узагальнюючі результати дослідження.

Інформаційною основою дослідження стала чинна нормативно-правова база України, офіційні матеріали Державної митної служби України, дані міжнародних статистичних баз, монографічні дослідження, матеріали міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференцій, дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, опубліковані в спеціальних літературних джерелах.



РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕТШІЛ»

1.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «Алма Інтернетшл»

Компанія «Алма Інтернетшл» була зареєстрована в 2019 році та з моменту заснування підприємство здійснює активну роботу щодо розширення сфери своєї діяльності. ТОВ «Алма Інтернетшл» спеціалізується на продажі косметичної продукції [1].

На сьогодні, компанією представлений асортимент косметичних товарів для різного виду застосування, а саме: шампуні для волосся, кондиціонери для волосся, маски для волосся, креми для обличчя, креми для рук, тіла та ін. Підприємство здійснює експорт своєї продукції на зовнішні ринки.

Проаналізуємо характеристику основних показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Алма Інтернетшл». Динаміку показників доходів, витрат та фінансових результатів досліджуваного підприємства, сформованих на основі фінансової звітності 2019-2021 рр., наведено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Динаміка доходів, витрат та фінансових результатів ТОВ «Алма Інтернетшл» за 2019-2021 рр., тис. грн

Показники	Роки			Зміна (+/-) за 2019-2020 рр.		Зміна (+/-) за 2020-2021 рр.	
	2019	2020	2021	тис. грн	%	тис. грн	%
Чистий дохід від реалізації продукції	25806	38910	49287	13104	50,8	10376	26,7
Інші операційні доходи	4067	10853	7312	6786	166,9	-3541	-32,6
Інші доходи	231	803	70	572	247,0	-733	-91,3
Разом доходи	30105	50567	56669	20462	68,0	6102	12,1
Собівартість реалізованої продукції	-16874	-24301	-31101	-7427	44,0	-6801	28,0
Інші операційні витрати	-5790	-13494	-11860	-7704	133,1	1634	-12,1
Інші витрати	-29	-3	-	26	-88,3	3	-100,0
Разом витрати	-22693	-37798	-42961	-15105	66,6	-5163	13,7

Продовження табл. 1.1

Фінансовий результат до оподаткування	7412	12769	13708	5357	72,3	939	7,4
Податок на прибуток	-1338	-2172	-2526	-833	62,2	-355	16,3
Чистий прибуток (збиток)	6073	10597	11182	4524	74,5	585	5,5

Джерело: складено автором за даними фінансової звітності ТОВ «Алма Інтернешнл»

За результатами аналізу даних табл. 1.1 видно, що обсяги чистого доходу підприємства у період з 2019 по 2020 рр. збільшились на 13104 тис. грн (+50,8%). Сума чистого прибутку підприємства ТОВ «Алма Інтернешнл» у період з 2019 по 2020 років зросла на 4524 тис. грн (+74,5%). Підвищення обсягів чистого прибутку, у свою чергу, відбулося за рахунок збільшення сукупних доходів на 20462 тис. грн або на 68,0%.

Динаміку показників обсягу активів підприємства наведено у Додатку А. Дані табл. А.1 (Додаток А) засвідчують, що обсяг активів підприємства «Алма Інтернешнл» у період 2019-2020 рр. збільшився на 9890,8 тис. грн в основному через збільшення обсягу оборотних активів на 9144,9 тис. грн. У 2020-2021 рр. збільшення вартості активів було зумовлене зростанням обсягу оборотних активів на 13314,4 тис. грн та необоротних активів на 365,4 тис. грн. У структурі активів підприємства переважну частку склали оборотні активи, а саме запаси та дебіторська заборгованість за товари, роботи та послуги (рис. 1.1).

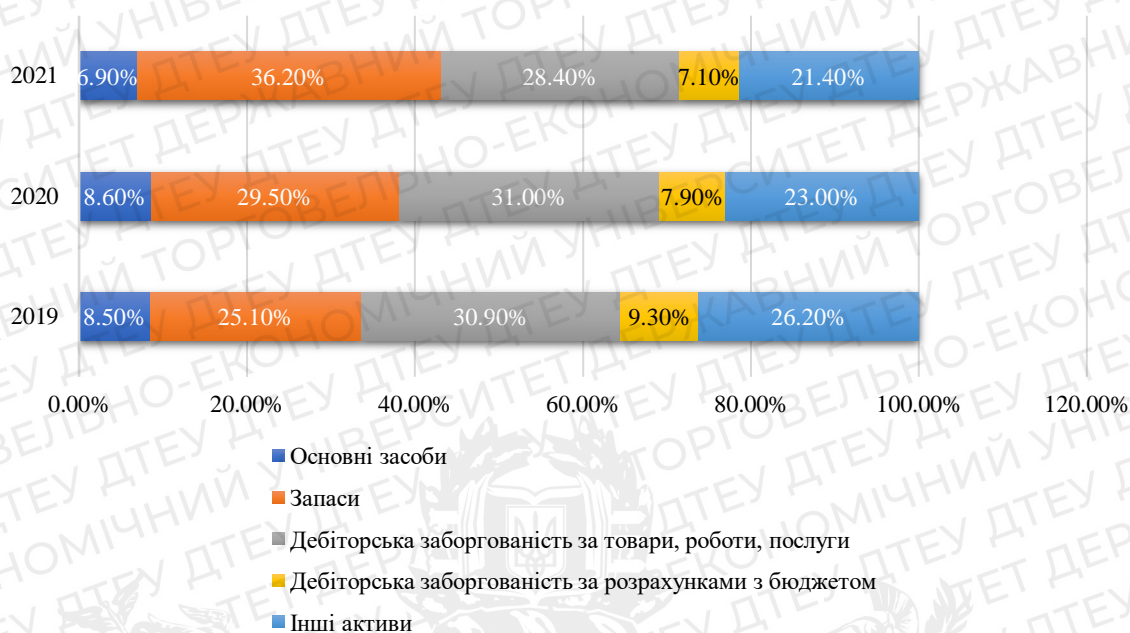
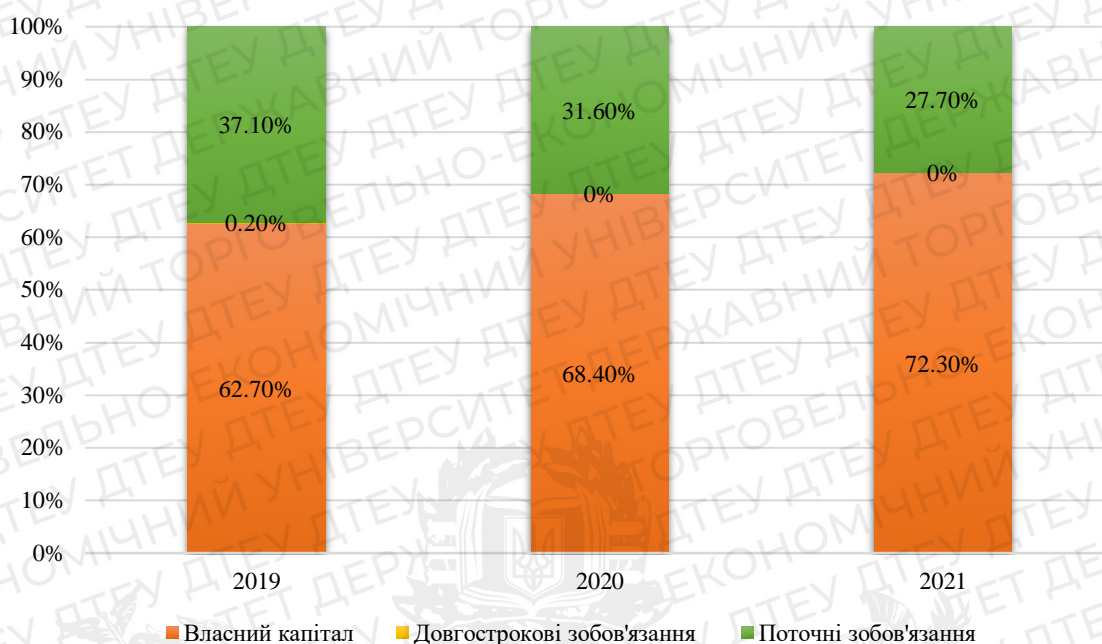


Рис. 1.1. Динаміка структури активів ТОВ «Алма Інтернешнл» за 2019-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності

У структурі активів підприємства «Алма Інтернешнл» у 2019-2021 рр. переважала частка дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги й запаси, частка яких зросла на 8,6% за досліджувані роки та склала 64,6% всіх активів підприємства у 2021 р. Окрім цього, у цей же період частка дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом (податковий кредит від здійснення експортних операцій) зменшилась на 2,2%.

Динаміку показників обсягу пасивів (капіталу) ТОВ «Алма Інтернешнл» наведено у табл. А.2 (Додаток А). На основі даних табл. А.2 можна зробити висновок, що обсяг капіталу підприємства демонстрував схожу динаміку до обсягів активів за досліджуваний період. У структурі капіталу підприємства переважала частка власного капіталу. Таким чином, упродовж досліджуваного періоду частка власного капіталу зросла на 9,6 % та сягнула позначки в 72,3% за рахунок збільшення нерозподіленого прибутку. (рис. 1.2).



**Рис. 1.2. Динаміка структури джерел фінансування діяльності
ТОВ «Алма Інтернешнл» за 2019-2021 рр.**

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності

Важливим аспектом є те, що починаючи з 2020 р. у складі джерел фінансування ТОВ «Алма Інтернешнл» були відсутні довгострокові зобов'язання перед кредиторами, при цьому станом на 2019 р. сума довгострокових зобов'язань становила 51,8 тис. грн. Не менш важливим аспектом є зменшення частки поточних зобов'язань у складі капіталу компанії на 9,6 % упродовж досліджуваного періоду.

Здійснимо оцінку ліквідності та платоспроможності ТОВ «Алма Інтернешнл» упродовж 2019-2021 рр. на основі показників, зазначених у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

**Динаміка коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності
ТОВ «Алма Інтернешнл» у період 2019-2021 рр.**

Показник	Станом на 31.12 відповідного року:			Абсолютне відхилення, (пунктів +/-)	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Коефіцієнт загального покриття	2,38	2,83	3,31	0,45	0,48
Коефіцієнт проміжного покриття	1,70	1,90	2,00	0,20	0,10

<i>Продовження табл. 1.2</i>					
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,12	0,18	0,21	0,06	0,03
Власний оборотний капітал (тис. грн)	12713	20169	31063	7455	10894

Джерело: розраховано автором на основі даних фінансової звітності

На основі даних табл. 1.2 можна зазначити, що значення коефіцієнта загального покриття стабільно зростало впродовж аналізованого періоду. Нормативне значення даного показника становить 1,5-2. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що загальна платоспроможність підприємства знаходилася на дуже високому рівні, особливо у 2021 році, перевищуючи нормативні значення вдвічі.

Хоча значення коефіцієнту проміжного покриття зростали дещо меншими темпами порівняно зі значеннями коефіцієнта загального покриття, але вони також мали тенденцію до збільшення упродовж досліджуваного періоду та перевищували рекомендоване значення даного показника у розмірі 1-1,5. Таким чином, можна сказати, що ТОВ «Алма Інтернешнл» мало достатній обсяг середньо ліквідних активів для погашення поточних зобов'язань.

Нормативне значення показника абсолютної ліквідності знаходиться в межах 0,1-0,3. Тобто, виходячи з даних табл. 1.2, ми розуміємо, що компанія мала достатній обсяг грошових активів для погашення поточних зобов'язань та щороку збільшувала значення даного показника.

Також варто зауважити, що сума власного оборотного капіталу, що доступний для щоденної операційної діяльності компанії, за досліджуваний період збільшилась на 18350 тис. грн, тобто у 2,5 рази.

Показники, що характеризують фінансову стійкість ТОВ «Алма Інтернешнл» упродовж 2019-2021 рр. наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

**Динаміка коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «Алма Інтернешнл»
у період 2019-2021 рр.**

Показник	Станом на 31.12 відповідного року:			Абсолютне відхилення, (пунктів +/-)	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Коефіцієнт автономії	0,63	0,68	0,72	0,06	0,04
Коефіцієнт фінансової залежності	1,60	1,46	1,38	-0,13	-0,08
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,82	0,85	0,88	0,03	0,04
Співвідношення позикового і власного капіталу	0,60	0,46	0,38	-0,13	-0,08

Джерело: розраховано автором на основі даних фінансової звітності

Значення показника фінансової автономії щорічно стабільно збільшувалось, це було переважно зумовлено зростанням нерозподіленого прибутку та скороченням обсягу позикового капіталу. Дана ситуація засвідчує, що загалом підприємство є фінансово-стійким згідно зазначених показників, має стабільний рівень фінансової рівноваги, оскільки всі значення знаходяться в оптимальних межах [2].

Показники, визначаючі ділову активність підприємства ТОВ «Алма Інтернешнл» упродовж 2019-2021 рр. наведено в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

**Показники, що характеризують ділову активність
ТОВ «Алма Інтернешнл» за 2019-2021 рр.**

Показник	За період (станом на 31.12 відповідного року)			Абсолютне відхилення, (пунктів +/-)	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Коефіцієнт оборотності активів	1,03	1,12	1,02	0,08	-0,10
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,77	3,54	3,67	0,77	0,14
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2,22	2,61	2,56	0,38	-0,04

Продовження табл. 1.4

Період погашення дебіторської заборгованості (дні)	162	138	141	-23,66	2,37
Період погашення кредиторської заборгованості (дні)	130	102	98	-28,13	-3,76
Коефіцієнт оборотності запасів	4,12	3,79	2,80	-0,34	-0,98
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	12,18	12,99	14,79	0,82	1,80
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,65	1,63	1,40	-0,02	-0,23

Джерело: розраховано автором на основі даних фінансової звітності

Загалом, виходячи з даних табл. 1.4, можна сказати, що активи підприємства оберталися 1,02 рази на рік у 2021 р. Що стосується періоду погашення дебіторської заборгованості, то дані по зазначеному показнику зменшувалися упродовж досліджуваних років, проте, варто зауважити, що зростання даного показника не є бажаним, оскільки це негативно впливатиме на фінансову стійкість підприємства.

Проаналізуємо динаміку показників рентабельності ТОВ «Алма Інтернешнл» упродовж 2019-2021 рр., яку наведено у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Динаміка показників рентабельності

ТОВ «Алма Інтернешнл» у період 2019-2021 рр.

Показник	За період:			Абсолютне відхилення, (пунктів +/-)	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Рентабельність активів, %	24,33	30,41	23,04	6,08	-7,37
Рентабельність власного капіталу, %	38,82	44,44	31,85	5,62	-12,59
Рентабельність реалізованої продукції (робіт, послуг), %	23,53	27,24	22,69	3,70	-4,55

Джерело: розраховано автором на основі даних фінансової звітності

Динаміка показників рентабельності варіювалась упродовж досліджуваного періоду. У 2019-2021 рр. підприємство отримувало чистий прибуток. Загалом, всі значення показників зростали у 2020 році, проте у 2021 р. показники рентабельності сягнули нижчої позначки, аніж у 2019 р.

Отже, підсумовуючи, можна зауважити, що показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл» загалом демонстрували позитивні тенденції у досліджуваній період. Обсяги чистого прибутку підприємства ТОВ «Алма Інтернешнл» у період з 2019 по 2020 рр. збільшилися на 4524 тис. грн (+74,5%). Зростання чистого прибутку відбулося за рахунок збільшення сукупних доходів на 20462 тис. грн або на 68,0% [3]. Коефіцієнти оборотності сукупних активів підприємства демонстрували тенденцію до стабільного зростання. Загалом, можна сказати, що в 2021 році активи підприємства оберталися 1,02 рази. Підприємству варто контролювати ситуацію щодо зміни періоду погашення дебіторської заборгованості, адже збільшення днів є негативним фактором у діяльності компанії, оскільки це напряду впливатиме на зниження фінансової стійкості. Рівень віддачі власного капіталу демонстрував негативні тенденції упродовж проаналізованого періоду.

1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності та дослідження ефективності експортних операцій ТОВ «Алма Інтернешнл»

Як вже раніше зазначалось, підприємство ТОВ «Алма Інтернешнл» переважно спеціалізується на експорті готової косметичної продукції. Організацією зовнішньоторговельних операцій в компанії займається менеджер ЗЕД, відповідальний за процеси оформлення умов зовнішньоторговельних контрактів та контролю їх виконання. Роботу з контрагентами у сфері ЗЕД здійснює менеджер, відповідальний за роботу з іноземними партнерами [4].

Для характеристики здійснення зовнішньоекономічних операцій на підприємстві ТОВ «Алма Інтернешнл» проаналізуємо загальний обсяг експорту компанії (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

**Динаміка показників зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Алма
Інтернешнл» у період 2019-2021 рр. (тис. грн)**

Показники	Роки	Сума, тис. грн			Відхилення за 2019-2020 рр.		Відхилення за 2020-2021 рр.	
		2019	2020	2021	тис. грн	%	тис. грн	%
Чистий дохід від експорту, тис. грн		16516	27237	35486	10721	64,9	8249	30,3
Чистий дохід від реалізації, тис. грн		25806	38910	49287	13104	50,8	10376	26,7
Частка експорту у загальних доходах від реалізації, %		64	70	72	6	9,4	2	2,9

Джерело: складено автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

На основі даних табл. 1.6 слід зазначити, що упродовж досліджуваного періоду чистий дохід від експорту на підприємстві збільшився на 18 970 тис. грн, тобто на 214,9 %, що є дуже позитивною тенденцією. Окрім цього, спостерігається стабільне зростання частки експорту у доходах від реалізації ТОВ «Алма Інтернешнл».

Розглянемо товарний асортимент експорту ТОВ «Алма Інтернешнл». Підприємство експортує доглядову косметику для шкіри тіла та обличчя, а також засоби по догляду за волоссям. Обсяги експорту косметичних засобів по видам продукції у період 2019-2021 рр. наведено в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

**Динаміка обсягів експорту продукції ТОВ «Алма Інтернешнл» упродовж
2019-2021 рр., тис. грн**

Показники	Роки	Сума, тис. грн			Відхилення за 2019-2020 рр.		Відхилення за 2020-2021 рр.	
		2019	2020	2021	тис. грн	%	тис. грн	%
Шампуні для волосся		2763	4601	5914	1838	66,5	1314	28,5
Кондиціонери для волосся		1412	2300	3020	888	62,9	720	31,3
Маски для волосся		4236	6993	9186	2757	65,1	2193	31,4
Креми для обличчя		2640	4325	5663	1685	63,8	1338	30,9
Креми для тіла		2333	3865	5034	1532	65,6	1169	30,2
Креми для рук		3193	5245	6795	2052	64,3	1550	29,6
Разом		16516	27237	35486	10721	64,9	8249	30,3

Джерело: розраховано автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

Загалом, спостерігається тенденція, що упродовж досліджуваного періоду відбувалося збільшення обсягів експорту по всім товарним позиціям.

На основі даних табл. 1.7, можна сказати, що найстрімкіше зростання обсягів експорту було притаманне продукції з категорії «Маски для волосся». У 2021 році порівняно з 2020 роком було збільшення товарообігу на суму 2193 тис. грн, що складає приріст у 31,4%. Також, варто зауважити, що у 2020 році спостерігалось значне збільшення суми експортних операцій зазначеної продукції через появу нових контрагентів та активне підписання договорів у даному році. Таким чином, по всім товарним позиціям спостерігався приріст більш ніж на 60 % у порівнянні з даними 2019 року.

На рис. 1.3 зображено динаміку фактичної структури експорту за видами косметичних засобів.

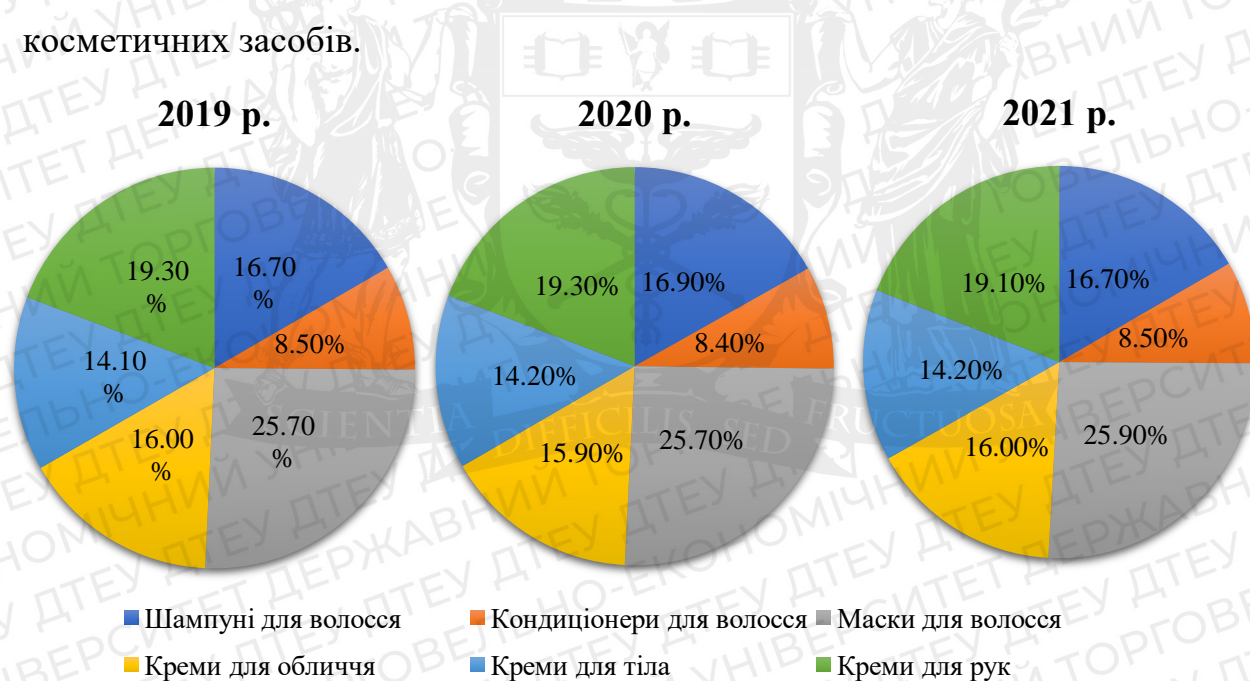


Рис. 1.3. Динаміка товарної структури експорту продукції ТОВ «Алма Інтернешнл» упродовж 2019-2021 рр., %

Джерело: складено автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

У структурі експорту продукції переважають товарні групи «Маски для волосся», «Креми для рук» та «Шампуні для волосся». Дані товари є найбільш популярними у продажах продукції на зовнішній ринок.

Розглянемо та дослідимо регіональну структуру експорту товарів підприємством ТОВ «Алма Інтернешнл» (табл. 1.8).

Динаміка регіональної структури експорту ТОВ «Алма Інтернешнл» у період 2019-2021 рр., тис. грн

Показники	Роки	Сума, тис. грн			Відхилення за 2019-2020 рр.		Відхилення за 2020-2021 рр.	
		2019	2020	2021	тис. грн	%	тис. грн	%
Італія		5979	9142	11842	3163	52,9	2700	29,5
Іспанія		4096	8105	10710	4009	97,9	2605	32,1
Бельгія		3421	5987	7135	2566	75,0	1148	19,2
Інші		3020	4003	5799	983	32,5	1796	44,9
Разом		16516	27237	35486	10721	64,9	8249	30,3

Джерело: складено автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

Дані табл. 1.8 засвідчують, що експорт продукції ТОВ «Алма Інтернешнл» переважно здійснювався до Італії, Іспанії та Бельгії. На рис. 1.4 зображена регіональна структура експорту у відсотковому співвідношенні упродовж 2019-2021 рр.

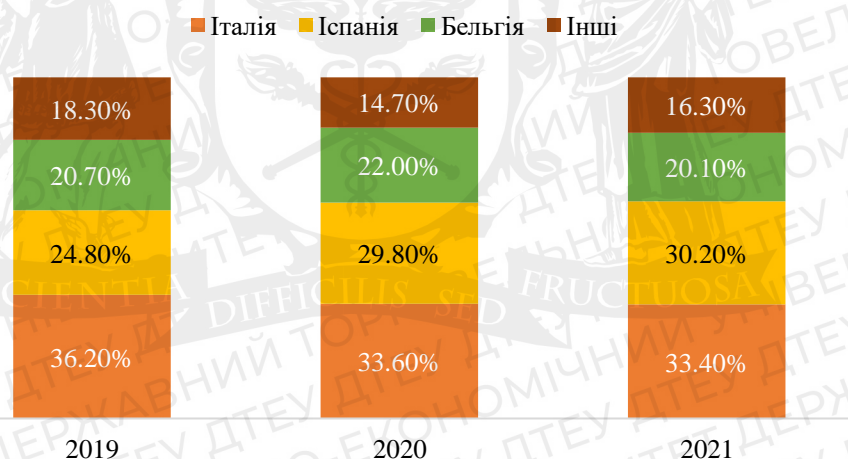


Рис. 1.4. Регіональна структура експорту ТОВ «Алма Інтернешнл» у період 2019-2021 рр., %

Джерело: складено автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

В регіональній структурі продажів ТОВ «Алма Інтернешнл» у досліджуваний період переважала частка експорту до Італії, а також Іспанії. Станом на 2021 р., доля Італії склала 33,4 % від усіх продажів до країн-контрагентів компанії ТОВ «Алма Інтернешнл».

Як вже раніше зазначалося, у 2020 р. спостерігався значний приріст обсягів експорту продукції завдяки новим підписаним угодам з іноземними замовниками.

Таким чином, у 2020 р. суми експортних поставок товарів до Іспанії збільшилися майже вдвічі порівняно з 2019 р. та склали 8105 тис. грн. Також, у 2020 р. значно зросла вартість виконаних експортних операцій у Бельгію, збільшившись на 75 % порівняно з 2019 р [5].

Отже, проведений аналіз динаміки загальних обсягів експорту засвідчує, що суми та обсяги експортних операцій демонстрували позитивні тенденції до стабільного збільшення. Загалом, у 2020 р. порівняно з 2019 р. обсяг експорту товарів підприємством збільшився на 10721 тис. грн, тобто на 64,9%.

В структурі експорту продукції переважає товарна група «Маски для волосся», а також такі товарні позиції як «Креми для рук» та «Шампуні для волосся». Дані товари користуються найбільшим попитом з боку іноземних компаній-замовників та є стратегічними продуктами у роботі ТОВ «Алма Інтернешнл». У регіональній структурі експорту підприємства у досліджуваній період переважала частка експорту до Італії та Іспанії, окрім цього частка Бельгії в даному переліку також стабільно зростала.

Для оцінки ефективності зовнішньоторговельних операцій підприємства необхідно визначити ряд ключових показників, що відображають результати проведення експортних операцій на зовнішніх ринках [6]. З метою визначення спроможності ТОВ «Алма Інтернешнл» здійснювати дієві зовнішньоторговельні операції на європейських ринках доцільно [7]:

- проаналізувати динаміку та розміри прибутковості експортних операцій підприємства ТОВ «Алма Інтернешнл»;
- дослідити вплив факторів організації та планування під час здійснення зовнішньоторговельних операцій на прибуток від експортних операцій.

У табл. 1.9 наведено прибутковість експортних операцій та розраховано ефективність підприємства ТОВ «Алма Інтернешнл» при здійсненні ЗЕД .

Показники прибутковості та ефективності від здійснення експортних операцій ТОВ «Алма Інтернешл» у період 2019-2021 рр.

Показники	Формула	Період			Відхилення			
					2020/2019		2021/2020	
		2019	2020	2021	Абс, +/-	Відн., %	Абс, +/-	Відн., %
Чистий дохід від експортної реалізації, тис. грн	Де	16516	27237	35486	10721	64,91	8249	30,29
Виробничі витрати (прямі та напрямі), тис. грн	Вв	12095	19416	24916	7321	60,53	5500	28,33
Накладні витрати, тис. грн	Нв	1965	3773	4908	1808	92,01	1135	30,08
Сукупні виробничі витрати (повна собівартість), тис. грн	СВ = Вв + Нв	14060	23188	29824	9128	64,92	6636	28,62
Витрати на експорт, тис. грн	Ве	1351	2208	3901	857	63,43	1693	76,68
Загальні витрати на експорт, тис. грн	ЗВ = СВ + Ве	15411	25397	33725	9986	64,80	8328	32,79
Ефект від експорту, тис. грн	Ефе = Де - ЗВ	1105	1840	1762	735	66,52	-78	-4,24
Ефективність експорту	Ее = Де / ЗВ	1,07	1,07	1,05	0	0,00	-0,02	-1,87
Рентабельність витрат на здійснення експорту, %	Ре = Ефе / ЗВ x 100%	7,2	7,2	5,2	0	0,00	-2	-27,78
Рентабельність експортної реалізації, %	Ре = Ефе / Де x 100%	6,7	6,8	5	0,1	1,49	-1,8	-26,47

Джерело: складено автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

У період 2019-2020 рр. показник ефективності експортних операцій підприємства залишався незмінним та був зафіксований на позначці 1,07, але в 2021 р. спостерігалось зниження його ефективності на 0,02% у порівнянні з попередніми періодами. Хоч показники ефективності експорту залишались незмінними упродовж перших двох досліджуваних років, ефект від експорту у 2020 році зріс на 66,52 % порівняно з даними 2019 року.

Також, на основі наведеної динаміки показників ефективності експорту можна сказати, що у 2021 році також спостерігалось зниження показників рентабельності експортної реалізації (на 1,8 %) та рентабельності витрат на здійснення експорту (на 2 %). Тим не менш, чистий дохід від здійснення експортних операцій поступово зростав упродовж проаналізованих років, збільшившись на 64,91 % у 2020 р. та на 30,29 % у 2021 р. На рис. 1.5 зображена динаміка рентабельності витрат та доходів від експортних операцій.

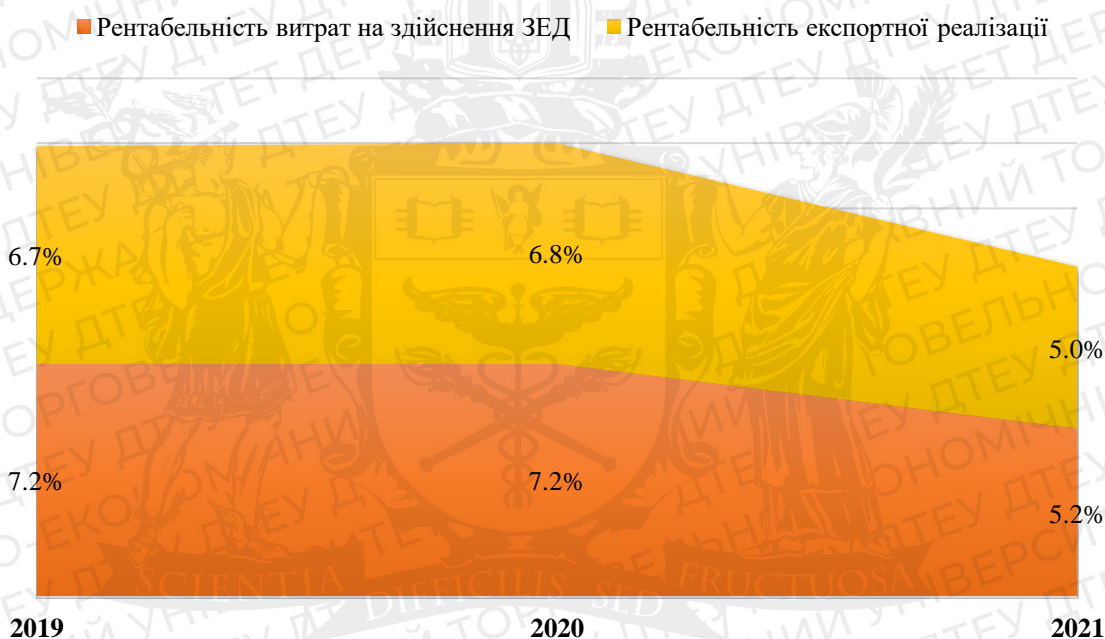


Рис. 1.5. Динаміка рентабельності витрат та доходів від експортної діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл» у період 2019-2021 рр., %

Джерело: складено автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

Спостерігається, що у 2021 році був спад по досліджуваним показникам, що можна пояснити впровадженням ТОВ «Алма Інтернешнл» знижок на продукцію з метою заохочення нових контрагентів.

Проаналізуємо вплив зміни розміру націнки на продукцію, що напряму демонструє рівень організації та планування експортних операцій порівнюючи з обсягами ефекту від здійснення ЗЕД. Розрахунки наведено в табл. 1.10.

Розрахунок впливу зміни рівня цін та розміру витрат ТОВ «Алма Інтернешнл» на ефект від здійснення експорту у період 2019-2021 рр.

Показники	Формула	Період		
		2019	2020	2021
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, тис. грн	Де	16516	27237	35486
Сукупні витрати ЗЕД, тис. грн	ЗВ	15411	25397	33725
Сума чистої націнки, тис. грн	$CH = Де - ЗВ$	1105	1840	1762
Рівень чистої націнки	$Рчн = CH / ЗВ$	0,072	0,072	0,052
Ефект від здійснення ЗЕД, тис. грн	$Ефе = ЗВ \times Рчн$	1105	1840	1762
Зміна ефекту від здійснення ЗЕД за рахунок:				
- зміни витрат на ЗЕД, тис. грн	-	-	716	603
- зміни націнки, тис. грн	-	-	19	-682
Загальна зміну ефекту від здійснення ЗЕД, тис. грн	-	-	735	-79

Джерело: складено автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

З даних табл. 1.10 помітно, що в 2019-2020 рр. обсяг ефекту від здійснення експорту зріс на 735 тис. грн, окрім цього, збільшення рівня націнки підвищило ефект від здійснення ЗЕД на 19 тис. грн. У 2021 р. ефект від здійснення експорту понизився на суму 79 тис. грн відносно 2020 року через зменшення цін підприємством на продукцію у зв'язку із появою нових конкурентів на ринку.

Наступним кроком, здійснимо аналіз впливу рівня прибутковості експортної реалізації та суми доходів від експорту на ефект від експорту, наведених у табл. 1.11.

Таблиця 1.11

Розрахунок впливу зміни прибутковості від реалізації та доходів від експорту ТОВ «Алма Інтернешнл» на прибуток від здійснення ЗЕД у період 2019-2021 рр.

Показники	Формула	Період		
		2019	2020	2021
Доходи від експортної реалізації продукції на зовнішні ринки, тис. грн	Де	16516	27237	35486

<i>Продовження таблиці 1.11</i>				
Ефект від здійснення експорту, тис. грн	Ефе	1105	1840	1762
Зміна ефекту від здійснення експорту за рахунок:				
- зміни доходів від експорту, тис. грн	-	-	717	557
- зміни прибутковості експорту, тис. грн	-	-	18	-636
Загальна зміна ефекту від здійснення експорту, тис. грн	-	-	735	-79

Джерело: складено автором на основі даних, наданих менеджером ЗЕД підприємства

За даними таблиці 1.11 можна констатувати, що у період 2019-2020 рр. обсяг ефекту від здійснення експорту зріс на суму 735 тис. грн та завдяки збільшенню доходів з експортних операцій ефект від здійснення експорту збільшився на 717 тис. грн, а завдяки підвищенню прибутковості експорту – на 18 тис. грн. Аналізуючи 2021 р., розмір ефекту від здійснення експорту знизився на 79 тис. грн, окрім цього, завдяки підвищенню експортної реалізації ефект збільшився на 557 тис. грн. Тим не менш, через зниження прибутковості експорту ефект від здійснення експорту знизився на 636 тис. грн.

Таким чином, можна констатувати, що динаміка ефективності експортної діяльності є неоднозначною, хоч й у досліджуваний період переважно спостерігались позитивні тенденції. У 2019 році показник ефективності експортних операцій сягнув позначки 1,07, але вже у 2021 році був зафіксований спад ефективності до позначки 1,05, а ефект від експорту становив 1762 тис. грн.

Виходячи з наведеної динаміки показника ефективності ЗЕД можна сказати, що хоч ефективність зовнішньоекономічної політики підприємства дещо зменшилась у 2021 році, показники обсягу експортної реалізації та доходи від експорту стабільно зростали. Так, доходи від експортної реалізації збільшились на 64,9 % у 2020 р. порівняно з 2019 р. та на 30,3 % у 2021 р. відповідно, що складає 35486 тис. грн. Виробничі витрати, у свою чергу, зросли вдвічі упродовж досліджуваних років.

Проаналізуємо зовнішньоторговельний експортний контракт № ЕХ 57-АТ від 07 лютого 2021 р. (додаток В) укладеного між ТОВ «Алма Інтернешнл» та ПП

«Сіме». Довідка по товару зволожуючий крем для тіла наведена в додатку Г. Загальні дані про товар наведені в табл. 1.12.

Таблиця 1.12

Загальні дані про товар постачання

Назва товару	Код згідно УКТЗЕД	Обсяг згідно контракту (шт.)	Ціна за 1 шт. (€)	Загальна сума (€)	Країна походження товару та постачальник товару
Зволожуючий крем для тіла	3304990000	1500	7,50	11250	Україна
Разом: 11250 (Одинадцять тисяч двісті п'ятдесят) євро					

Джерело: складено автором на основі даних контракту

Вказана ціна на товар включає в себе вартість пакування, маркування, комісійні платежі за послуги банків-кореспондентів, а також транспортування. Поставка відбувається на умовах СІР Завентем. Оплата за товар здійснюється завдяки прямому банківському переказу на рахунок постачальника по 100% передоплаті. Розподіл витрат між постачальником та покупцем по оплаті товару наведено у табл. 1.13.

Таблиця 1.13

Розподіл витрат щодо оплати товару

Покупець	Постачальник
1. Усі витрати на території Бельгії	1. Витрати на оплату банківської комісії банку-кореспондента
	2. Всі витрати поза територією Бельгії

Джерело: складено автором на основі даних контракту

Поставка здійснюється автомобільним транспортом (митно-пропускний пункт Устилуг). Відвантаження здійснюється з м. Київ не пізніше 10 календарних днів після підписання договору та специфікації покупцем.

З урахуванням вищенаведеної інформації, проведено аналіз ефективності даного зовнішньоторговельного контракту та пораховано показники ефективності експортної операції, які наведені у табл. 1.14.

Показники ефективності експортної операції ТОВ «Алма Інтернешнл»

№	Показники	Механізм розрахунку	Результати розрахунку існуючої операції
1	Кількість одиниць товару, шт.	Q	1500 шт.
2	Контрактна ціна, €/шт.	РЗР	7,50 €/шт.
3	Обсяг реалізації на зовн. ринку, €	ОРЗР = РЗР * Q	11 250 €
4	Обсяг реалізації на внутр. ринку, грн	ОРВР = РВР * Q	225 225 грн
5	Курс валюти, грн/€	ВК	30,86 грн/€
6	Ціна реалізації на внутр. ринку, грн	РВР	150,15 грн
7	Виробнича собівартість, грн	СВ	136500 грн
8	Додаткові витрати, пов'язані з експортом товару, €/ грн	ВЕХР	2 842,75 €/ 87727,27 грн
9	Витрати, пов'язані з реалізацією товару на внутрішньому ринку, грн	ВРВР	59347 грн
10.1	Ефект при продажу на зовнішньому ринку, грн	$EЗР = ОРЗР * ВК - (СВ + ВЕХР)$	122 947,73 грн
10.2	Ефект продажу на внутр. ринку, грн	$EВР = ОРВР - (СВ + ВРВР)$	29 378 грн
11.1	Ефективність при продажу на зовнішньому ринку	$KEЗР = ОРЗР / (СВ + ВЕХР)$	1,55
11.2	Ефективність при продажу на внутрішньому ринку	$KEВР = ОРВР / (СВ + ВРВР)$	1,15

Джерело: розраховано автором

Таким чином, коефіцієнт ефективності операції на зовнішньому ринку становив 1,55, перевищуючи ефективність реалізації даного товару на українському ринку на 0,40 та пояснює доцільність здійснення експортної операції підприємством. Окрім цього, ефект даної операції при продажі на зовнішньому ринку більше ніж в чотири рази перевищує ефект від реалізації продукції на внутрішньому ринку.

Результати проведеного аналізу засвідчують про достатню ефективність зовнішньоторговельної операції ТОВ «Алма Інтернешнл». Проте підприємство має значний потенціал для покращення результатів експортної діяльності завдяки виходу на нові ринки.

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕСНЛ»

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку доглядової косметики.

У 2022 році обсяг світового ринку косметики оцінювався в 262,21 мільярда доларів США, і очікується, що в період з 2023 по 2030 рік він зростатиме зі середньорічним темпом приросту (CAGR) на рівні 4,2%. Одним із ключових факторів, що сприятимуть розширенню ринку впродовж прогнозованого періоду, є значне збільшення використання засобів для догляду за шкірою та особистої гігієни, а також зростання кількості вікового населення в усьому світі. Посилення модних тенденцій та значні інновації у сфері фарбування волосся та інших засобів по догляду за шкірою, а також у складових продукту та пакуванні товарів – все це сприяє розширенню ринку. Проте, протягом прогнозованого періоду очікується, що несприятливі наслідки щоденного використання косметичних товарів через вміст небезпечних хімічних речовин обмежать розширення ринку.

Залежно від продукту, світова косметична промисловість поділяється на засоби для догляду за шкірою, волоссям, макіяжу, парфумерію та інші (засоби догляду та особистої гігієни). Серед них сегмент засобів по догляду за шкірою зайняв у 2022 році найбільшу частку ринку - понад 38%. Тенденція до зростання попиту на косметику для догляду за шкірою, таку як крем для обличчя, пудра та сонцезахисні лосьйони, завдяки широкій доступності у різних варіантах, є основним фактором, що сприяє її найбільшій частці на ринку [8].

Упродовж останніх років лідируючі позиції на світовому косметичному ринку займають такі країни як Франція, Південна Корея, Сінгапур, Японія та ін. Інформація по обсягам експорту й імпорту країн-лідерів косметичної продукції товарної групи 3304 (косметичні препарати або засоби для макіяжу та препарати для догляду за шкірою, крім лікарських препаратів, включаючи сонцезахисні

препарати або препарати для загару; засоби для манікюру та педикюру) наведено в табл. 2.1

Таблиця 2.1

**Обсяги експорту й імпорту косметичної продукції товарної групи 3304
упродовж 2018-2022 рр. по країнам**

№	Країна	Експорт, тис. дол. США				
		2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
1	Франція	9606291	9986822	8958479	10777113	10665137
2	Південна Корея	4926714	5325724	6115434	7663204	6687419
3	Сінгапур	5185100	6270254	6236091	6602658	-
4	Японія	3894299	4417880	5260979	6233553	4928370
5	США	5800771	6084159	5086323	5506532	5998501
6	Німеччина	2534536	3112391	4076475	4550769	3830584
7	Китай	3898334	3818676	3423762	4020472	4137572
8	Велика Британія	2473285	2773423	2177571	2504161	2828865
9	Італія	2213379	2260280	2048809	2353315	2221632
10	Польща	2341936	2277850	1865105	2292289	2388274
11	Бельгія	1398283	1372659	1343709	1319839	1241786
12	Україна	17509	20589	35428	52235	35615
13	Світ	59237573	63745233	62133562	71471357	-
№	Країна	Імпорт, тис. дол. США				
		2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
1	Китай	9909374	13225274	17328613	20287362	18014517
2	Гонконг, Китай	5321731	5023259	7234182	7280376	6214780
3	США	5377270	5103602	4484098	5555889	6351334
4	Макао, Китай	603137	867431	2358495	3221960	-
5	Сінгапур	2860330	3216620	2894321	3087914	-
6	Німеччина	2739250	2603911	2247672	2677190	2569696
7	Велика Британія	2489014	2383555	2029567	2082046	2362385
8	Франція	1997379	2030784	1710845	1909227	2005248
9	Канада	1681724	1663919	1408225	1576076	1803418
10	Японія	1386051	1529974	1388820	1474404	1487465
11	Бельгія	1363693	1399200	1294076	1395477	1341630
12	Україна	201082	228375	211412	265571	-
13	Світ	58477829	62602536	64907749	74740220	-

Джерело: складено автором на основі даних [9]

Загалом, щороку спостерігається позитивна тенденція розширення даного ринку. Наприклад, у 2021 р. було збільшення обсягів експорту косметичної продукції товарної групи 3304 на 15% порівняно з 2020 р. Країнами-лідерами по

експорту даного виду продукції є розвинуті країни з потужною економікою. У 2022 році Україна зайняла 55 місце у світовому чарті експортерів даного виду доглядової косметики та 37 місце серед імпортерів. Франція є лідером по експорту даного виду продукції та посідає 8 місце серед основних країн-імпортерів. Китай випереджає всі країни по обсягам імпорту даного сегменту косметичних товарів та займає 7 місце у переліку світових експортерів у 2022 році.

У табл. 2.2 наведені головні країни-імпортери косметичної продукції товарної групи 3304 з України.

Таблиця 2.2

**Обсяги імпорту косметичної продукції товарної групи 3304 з України
упродовж 2018-2022 рр. по країнам, тис. дол. США**

№	Країна	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
	Світ	45111	42310	38730	55091	25306
1	Польща	7428	6104	11380	17182	8146
2	Німеччина	2349	5967	3762	2750	1785
3	Молдова	928	1022	901	1087	1636
4	Італія	474	326	663	1421	1483
5	Литва	1235	1835	1808	1991	1313

Джерело: складено автором на основі даних [9]

Загалом, розглянувши дані табл. 2.2, можна сказати, що спостерігались нестабільні тенденції при експорті косметичної продукції товарної групи 3304 з України. Тим не менш, у 2022 році, не зважаючи на початок повномасштабного вторгнення Росії на територію України Молдові та Італії вдалось збільшити обсяги імпорту даного виду продукції та досягти найвищої позначки за проаналізований період. Окрім цього, варто зауважити, що найбільше української косметичної продукції товарної групи 3304 імпортують саме Європейські країни.

Розглядаючи світовий ринок косметики з точки зору кінцевого споживача, світова косметична промисловість поділяється на чоловічу та жіночу. Серед них жіночий сегмент становив більшу частку ринку - понад 62,05% у 2022 році. Одним з основних факторів, який суттєво вплинув на найбільшу частку ринку, був високий попит серед жінок на засоби по догляду за шкірою та косметичні засоби для

макіяжу і волосся. Той факт, що жінки витрачають більше грошей на косметику та товари для краси, ніж чоловіки, також пояснює, чому жіночий сегмент займає найбільшу частку ринку. Розподіл покупців косметичної продукції за статтю наведений на рис. 2.1.

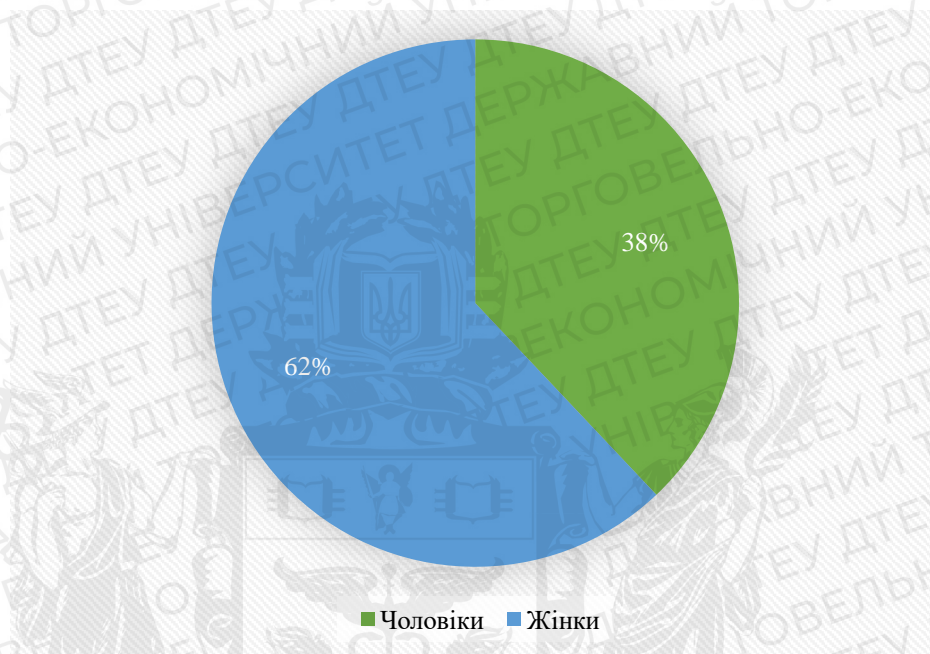


Рис. 2.1. Покупці косметичної продукції залежно від статі у світі у 2022 р.

Джерело: складено автором на основі даних [10]

Перелік та країну реєстрації ключових виробників косметичної продукції у світі наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Основні виробники косметичної продукції у світі

№	Назва компанії	Країна реєстрації компанії
1	Coty Inc.	Франція
2	L'Oréal S.A.	Франція
3	Estée Lauder Companies Inc.	США
4	Revlon, Inc.	США
5	Avon Products Inc.	США
6	Unilever PLC	Велика Британія
7	Shiseido Company, Limited	Японія
8	Godrej	Індія
9	Procter & Gamble	США
10	Beiersdorf AG	Німеччина

Джерело: складено автором на основі даних [10]

Підсумовуючи, з метою забезпечення комплексного аналізу, на рис. 2.2 наведено інформацію про світовий ринок косметики на основі продукту, кінцевого споживача, каналу дистрибуції та регіону.

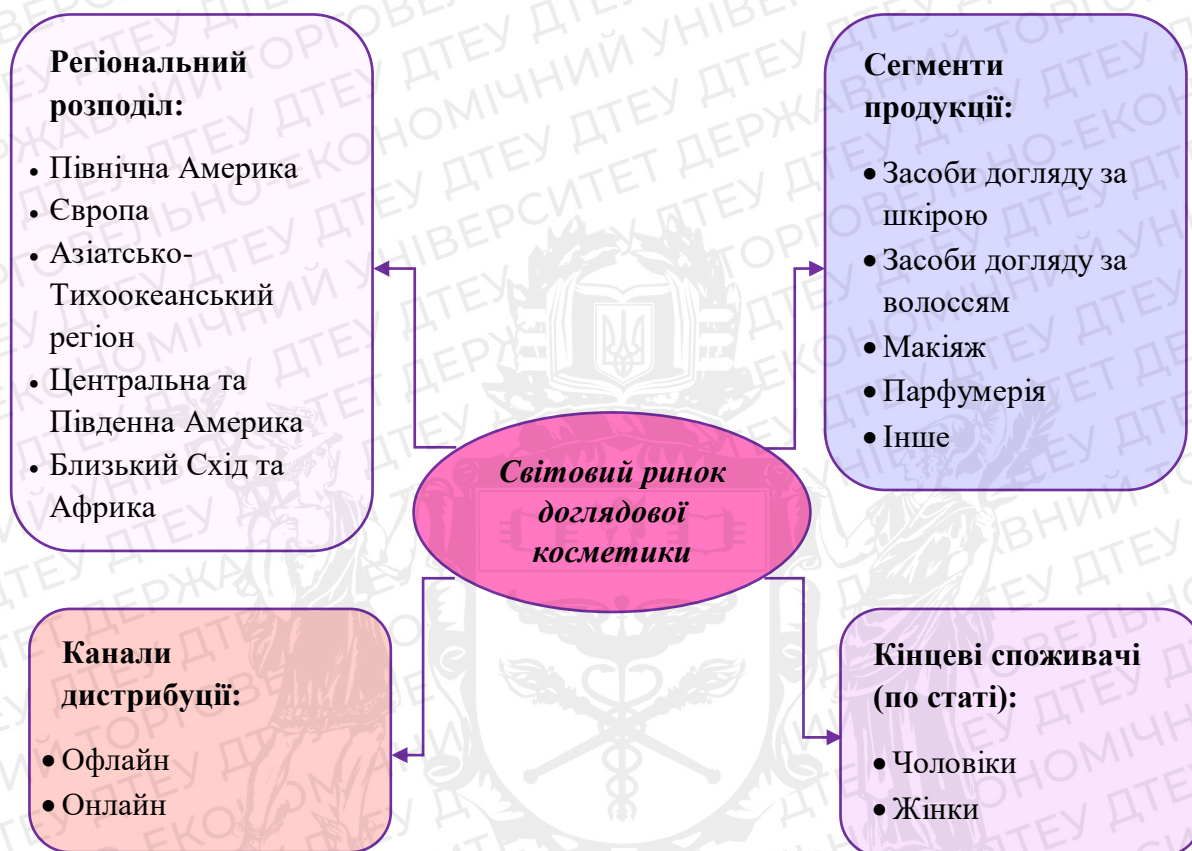


Рис. 2.2. Сегментація світового ринку доглядової косметики

Джерело: складено автором на основі даних [10]

Аналізуючи світові тенденції на ринку косметики, можна виділити декілька основних аспектів та здійснити попередні прогнози на наступні роки, базуючись на сьогоденніших трендах.

Перш за все, сталий розвиток перетворився з тренду на невід'ємну частину косметичної індустрії. Зараз компанії інтегрують принципи сталого розвитку у джерела сировини, формули продукції, виробничі процеси, пакування, дистрибуцію та маркетинг, а також у питання, пов'язані із кінцевим циклом використання продукції. Зростання споживчого попиту на соціально відповідальну продукцію є ключовим фактором, що зумовлює дану тенденцію [11].

Окрім цього, компанії активно імплементують політику виробництва органічної продукції з мінімальним додаванням хімічних препаратів. На

сьогоднішній день споживачі все більше стають уважними до складу та компонентів продукції, котру вони купують.

Важливим аспектом є персоналізація продукції для кінцевих споживачів. Зростає попит на косметичні продукти, що враховують індивідуальні потреби та переваги кожного споживача. Бренди пропонують персоналізовані рішення, включаючи вибір формули, кольору, запаху тощо.

Також варто згадати про активне маркетингове просування продукції на просторах інтернету. Особливо стрімко дана сфера розвивалась під час пандемії Covid-19, оскільки фізичні магазини залишалися зачиненими. Саме в той момент виникнув бум платформи TikTok, завдяки якій споживачі активно ділились відгуками та порадами щодо різних косметичних продуктів. Окрім TikTok, таргетована реклама користується попитом на таких платформах як Instagram, Facebook, Google, Ebay, Amazon, Snapchat, Pinterest та ін.

Підсумовуючи, можна сказати, що ключові позиції на світовому ринку косметики займають такі країни як Франція, Китай, США, Японія, Північна Корея, Сінгапур та ін. Україна поки що не займає лідируючих позицій, проте стабільно збільшує свою частку ринку на світовій арені (експорт косметичної продукції товарної групи 3304 з України збільшився на 103% у 2022 р. порівняно з 2018 р.). Більшу частину ринку споживачів займають жінки та саме сегмент жіночої доглядової косметики є ширшим та більш розвиненим порівняно з чоловічим. Зараз, компаніям необхідно звертати увагу на соціальну та екологічну складову ведення бізнесу, адже дані тенденції активно зростають та впливають на косметичний ринок у світі.

2.2. Обґрунтування доцільності здійснення експортної операції ТОВ «Алма Інтернешнл» у Францію

Як можливий варіант підвищення ефективності експортних операцій ТОВ «Алма Інтернешнл» доречно розглянути появу нової країни-контрагента для здійснення поставок своєї продукції. Під час вибору цільового ринку для експортної діяльності компанії розглянемо такі країни як Нідерланди та Францію.

Ці країни мають урегульовану законодавчу базу, високий економічний потенціал та застосовують ліберальну експортну політику. Окрім цього, споживчий ринок та законодавче врегулювання є подібними до тих, що є в Бельгії, тобто тієї країни, з якою вже співпрацює ТОВ «Алма Інтернешнл». У табл. 2.4 наведений порівняльний аналіз ринків вищезазначених країн.

Таблиця 2.4

Аналіз цільових ринків Нідерландів та Франції для здійснення експортної операції ТОВ «Алма Інтернешнл»

№	Фактори, що визначають вибір ринку	Нідерланди	Франція
1	Низький потенціал збуту	-	-
2	Високий потенціал збуту	+	+
3	Монополістична конкуренція	-	-
4	Олігополістична конкуренція	-	-
5	Обмежувальна політика щодо експорту	-	-
6	Ліберальна політика щодо експорту	+	+
7	Коротка географічна відстань	+	+
8	Значна географічна відстань	-	-
9	Економіка, що динамічно розвивається	+	+
10	Економіка зі стагнаційними процесами	-	-
11	Жорсткий валютний контроль	-	-
12	Ліберальна валютна політика	+	+
13	Незначні відмінності соціально-культурного середовища	+	+
14	Значні відмінності соціально-культурного середовища	-	-
15	Невисокий політичний ризик	+	+
16	Високий політичний ризик	-	-

Джерело: складено автором на основі даних [12]

Франція і Нідерланди є важливими ринками косметичної продукції, і обидва мають свої переваги і можливості для експорту з України. Однак, є деякі фактори, які можуть робити Францію більш привабливим вибором для експорту косметичної продукції з України. Розмір французького ринку значно перевищує ринок Нідерландів, а також Франція має вищий попит з боку споживачів порівняно з Нідерландами у зв'язку з більшою кількістю населення. Також варто зауважити,

що обидві країни мають нульові ставки мита на вид продукції, котрий ми розглядаємо для експорту підприємством «Алма Інтернешнл» у межах даної роботи. Окрім цього, членство ТОВ «Алма Інтернешнл» у Франко-українській торгово-промисловій палаті допоможе компанії найлегшим чином налагодити процеси поставок та дослідити запропонований ринок.

Франція відома своїм модним та культурним впливом, а французькі косметичні продукти часто асоціюються зі стилем, якістю та розкішшю. Це може забезпечити високий попит на українську косметичну продукцію, яка пропонує унікальність та якість. Така прив'язка до французької косметики може створити позитивний імідж для української косметичної продукції, що експортується в Францію.

З наведеної у табл. 2.1 інформації щодо обсягів експорту та імпорту косметичної продукції товарної групи 3304 видно, що Франція займає лідируючі позиції у даному сегменті ринку.

У Франції продажі косметичної продукції розподіляються наступним чином:

- 40% - догляд за шкірою.
- 21% - догляд за волоссям.
- 18%: - макіяж.
- 11 % - парфумерія.
- 10% - засоби гігієни.

В середньому мешканці Франції купують близько п'ятдесяти косметичних засобів на рік і виділяють 10% свого споживчого бюджету на придбання косметичних товарів.

Щомісяця французи витрачають в середньому 31 € на косметику, а щороку французьки витрачають близько 250 € лише на макіяж. Найдорожчими косметичними продуктами є сироватка і тональний крем, на які вони витрачають в середньому 24,83 € [13].

Франція відома своїми власними високоякісними косметичними брендами, але також імпортує продукцію з інших країн. Декілька найбільш популярних

французьких брендів, які імпортують продукцію, включають:

1. L'Oréal є одним з найбільших косметичних концернів у світі. Вони мають широкий асортимент брендів, таких як Lancôme, Maybelline, Garnier, Kiehl's і багато інших. L'Oréal також співпрацює з іншими країнами та імпортує продукцію з різних джерел.
2. Chanel - це відомий французький бренд, відомий своїми парфумами, косметикою та продуктами догляду за шкірою. Вони створюють власні продукти, але також імпортують окремі продукти з інших країн для розширення свого асортименту.
3. Dior - ще один престижний французький бренд, який виробляє парфуми, макіяж та продукти для догляду за шкірою. Вони володіють власними фабриками, але також можуть імпортувати окремі продукти для задоволення попиту споживачів.
4. Guerlain - це старовинний французький бренд, який відомий своїми розкішними парфумами, косметикою та продуктами для догляду за шкірою. Хоча вони мають свої власні лабораторії та виробничі майданчики, вони також можуть імпортувати деякі інгредієнти та продукти з інших країн.
5. Clarins - це французький бренд, який спеціалізується на продуктах для догляду за шкірою та косметиці. Вони володіють власними фабриками, але також можуть імпортувати окремі продукти для використання у своїх формулах.

Це лише кілька прикладів французьких брендів, які імпортують продукцію. Франція також відкрита для імпорту косметичних продуктів з інших країн з усього світу, що створює можливості для українських компаній експортувати свою косметичну продукцію в цю країну.

З метою проведення всебічного аналізу потенційного ринку, розглянемо діяльність компаній-лідерів по виробництву та продажу косметичної продукції. Обсяги продажів провідних французьких косметичних компаній зображено на рис.

2.3.

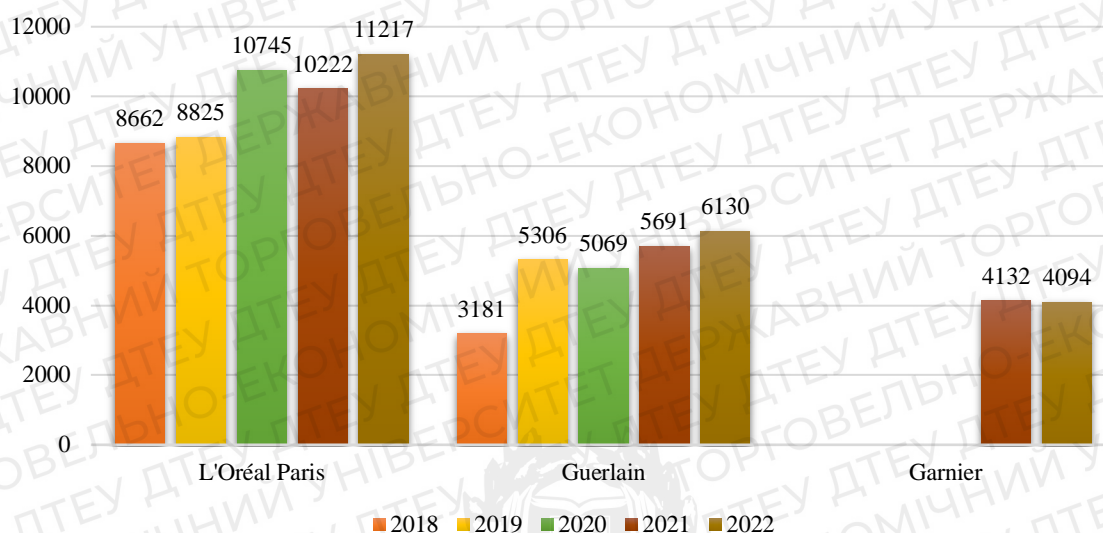


Рис. 2.3. Обсяги продажів косметичної продукції провідних французьких косметичних компаній у 2018-2022 рр., тис. дол. США

Джерело: складено автором на основі даних [14]

Виходячи з даних рис. 2.3, можна сказати, що найбільші обсяги продажів упродовж досліджуваного періоду спостерігались у компанії «L'Oréal Paris». У період 2018-2022 рр. обсяги продажів бренду збільшились на 2555 тис. дол. США, тобто на 29,5%.

Цільовою аудиторією на французькому ринку доглядової косметики є жінки віком від 16 до 70 років. Попит з боку чоловічої аудиторії поки що не аналізується компанією ТОВ «Алма Інтернешнл», адже на даний момент підприємство спеціалізується на продажі саме жіночої доглядової косметики.

Україні може бути вигідно експортувати косметичну продукцію у Францію з кількох причин:

1. Репутація. Франція вважається однією з провідних країн у галузі косметики. Французькі косметичні бренди відомі своєю високою якістю, інноваціями та елегантним дизайном. Експорт косметичної продукції в Францію може допомогти українському бренду отримати визнання на міжнародному рівні та підвищити свою репутацію.
2. Великий ринок. Франція має значний ринок споживання косметики. Це дозволяє українському виробнику отримати доступ до широкої аудиторії споживачів і збільшити свої продажі. Французькі споживачі часто цінують якісну косметичну продукцію.

що надає українському бренду можливість зайняти своє місце на цьому ринку.

3. Конкурентоспроможність. Український косметичний бренд може бути конкурентоспроможним на ринку Франції завдяки своїй вигідній ціновій політиці та використанню натуральних інгредієнтів. Французькі споживачі все більше шукають альтернативи традиційним брендам і готові спробувати нові продукти.
4. Можливості співпраці. Експорт косметичної продукції у Францію може створити можливості для співпраці зі знаменитими французькими брендами або дистриб'юторами. Це може відкрити двері до нових ринків і розширити потенціал українських компаній у косметичній галузі.

У цілому, експорт косметичної продукції з України до Франції може допомогти розвивати косметичну промисловість країни, залучати іноземні інвестиції та підвищувати міжнародний престиж українських брендів.

Враховуючи все вище зазначене, для здійснення альтернативної експортної операції підприємством «Алма Інтернешнл» було обрано країну-контрагента Францію, адже даний ринок є перспективним та добре розвинутим у досліджуваній сфері. Окрім цього, компанії ТОВ «Алма Інтернешнл» буде легше поширювати продукцію на даний зовнішній ринок завдяки підтримці з боку Франко-української ТПП в Україні, а також у схожому споживчому попиті у країні до вже існуючого партнера-контрагента Бельгії.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «АЛМА ІНТЕРНЕСНЛ» У ФРАНЦІЮ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «Алма Інтернешнл» у Францію

Після проведеного аналізу, компанії ТОВ «Алма Інтернешнл» пропонується укласти договір з ПП «Melvita» (м. Аржантей) на експорт 1500 шт. живильного крему для тіла з екстрактом ментолу за ціною 7,30 €/шт. на умовах акредитивної форми розрахунку та з базисними умовами поставки FCA Київ автомобільним транспортом (митний пункт пропуску Краковець). Оскільки дана експортна операція буде здійснюватися вперше з запропонованим контрагентом, перевага надаватиметься розрахунку у формі акредитиву. Перш за все, дана форма розрахунку забезпечує надійність та гарантію своєчасного отримання оплати за товари, а також буде забезпечувати швидкість одержання платежу. Умови поставки FCA Incoterms 2020 («Free Carrier») передбачають, що ТОВ «Алма Інтернешнл» будучи продавцем доставить товар, що пройшов митне очищення, зазначеному покупцем перевізнику до вказаного місця, а перехід ризиків від продавця до покупця відбуватиметься в момент передачі перевізнику товару на складі продавця [15].

Щоб підсумувати процес організації експортної поставки продукції ТОВ «Алма Інтернешнл» побудуємо діаграму Ганта, рис. 3.1

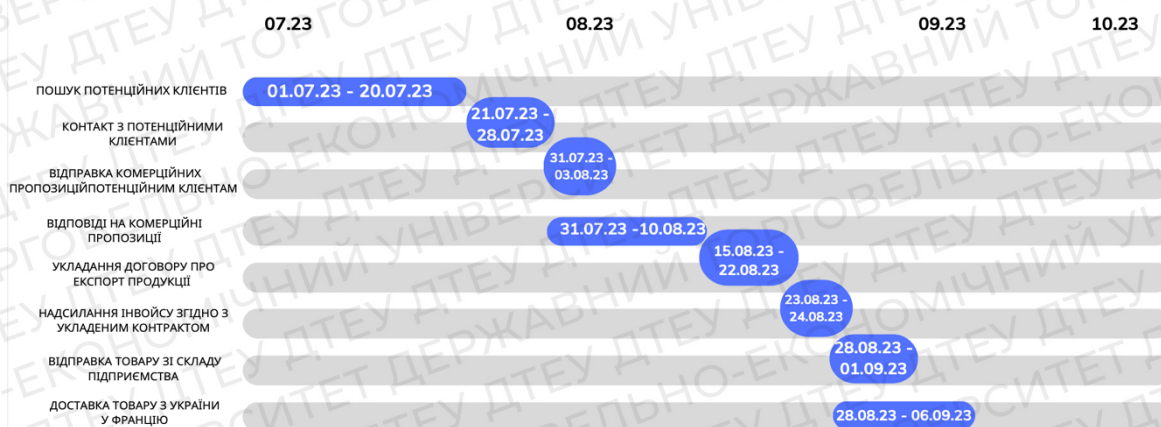


Рис. 3.1 Діаграма Ганта

Джерело: складено автором

При встановленні ціни контракту для здійснення альтернативної експортної операції була використана пропозиція на поставку аналогічних товарів ТОВ Науково-виробниче підприємство «Екотех» (Україна), ТОВ «Eco-Verde» (Литва) та ТОВ «Manufaktura» (Чехія). Дані конкурентних матеріалів наведені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Конкурентні матеріали для оцінки альтернативних зовнішньоторговельних операцій

№ з/п	Умови контракту	Конкурентні матеріали		
1	Підприємство-експортер	ТОВ «Екотех»	ТОВ «Eco-Verde»	ТОВ «Manufaktura»
2	Країна продавець	Україна	Литва	Чехія
3	Продукція	Зволожуючий крем для тіла		
4	Ціна в валюті за 1 шт.	7,00 €	12,00 \$	8,50 €
5	Рік конкурентного матеріалу	2020	2021	2021
6	Базисні умови поставки	FCA Чернігів	СРТ Люблін	СІР Дюссельдорф
7	Умови оплати	100% передплата	Акредитив	Акредитив
8	На виторгування	Контракт	Контракт	Оферта
9	Загальний обсяг (шт.)	800	1500	1300

Джерело: складено автором на основі даних [16], [17], [18]

Для порівняння конкурентних матеріалів з метою оцінки альтернативних зовнішньоторговельних операцій та обґрунтування ціни запропонованого контракту було створено конкурентний лист (табл. 3.5). Під час проведеного аналізу були розраховані необхідні поправки до ціни, а саме: поправка на інфляцію, поправка на базисні умови поставки, поправка на умови оплати, поправка на кількість та поправка на виторгування.

Поправка на інфляцію розраховується за формулою:

$$K1 = \text{Ціна товару у конкурентному матеріалі (ЦТкм)} * \text{Індекс цін на момент укладання контракту} / \text{Індекс цін на дату конкурентного матеріалу}$$

В даному випадку розрахунок для ТОВ Науково-виробниче підприємство «Екотех» буде такий:

$$K1 = 7 \text{ €} * 110\% / 105\% = +0,3 \text{ €}$$

Таким чином, поправка на інфляцію (K1), розрахована виключно для українського підприємства ТОВ «Екотех» була порахована беручи до уваги індекси цін за 2020 р. – 105 % та за 2021 р. – 110 % [19].

Порядок розрахунку поправок на базисні умови поставки (K2) для ТОВ «Manufaktura» на умовах СІР Дюссельдорф та ТОВ «Есо-Verde» на умовах СРТ Люблін наведений у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Розрахунок поправки за базисними умовами постачання

Понесені витрати (у відсотку від вартості товару)	Розрахунок для ТОВ «Eco-Verde»	Розрахунок для ТОВ «Manufaktura»
Страховання – 7%	СРТ Люблін $10,63 * (0,005 + 0,18) =$ $= -1,96 \text{ €}$	СІР Дюссельдорф $8,50 * (0,07 + 0,006 + 0,16) =$ $= -2,01 \text{ €}$
Навантаження (склад в м. Вільнюс) – 0,5%		
Транспортування з м. Вільнюс – 18%		
Навантаження (склад в м. Прага) – 0,6%		
Транспортування з м. Прага – 16%		

Джерело: розраховано автором

Поправка (K2) розраховується зі знаком «+» якщо базис поставки за майбутнім контрактом передбачає більше зобов'язань зі сторони об'єкта дослідження, тобто є більш вигідним для контрагента ніж у конкурентних матеріалах, і, навпаки, якщо базис поставки майбутнього контракту є менш сприятливим для іноземного контрагента, ніж базис поставки за конкурентними матеріалами, ставиться знак «-». [20].

Поправка на умови платежу (K3) здійснюється за принципом порівняння витрат на здійснення розрахунків за різними формами платежу [21]. Таким чином, приведення умов контракту ТОВ «Екотех» (100% передплата) представлене у табл. 3.3.

Розрахунок поправки на умови платежів

Дані розрахунку	Порядок розрахунку
- Витрати за акредитивом – 4% від вартості ціни товару;	1. $7 \text{ €} * 0,04 = +0,28 \text{ €}$
- Середньомісячний банківський відсоток – 0,5%;	2. $7 - 7/1,005 = 7 - 6,97 = +0,03 \text{ €}$
- Термін постачання – 30 днів.	3. $0,28 + 0,03 = +0,31 \text{ €}$

Джерело: складено автором

Поправка на кількість (K4) враховує обсяг проданого чи закупленого товару порівняно із планованими умовами майбутньої угоди. Відповідно, її розраховано до контрактів ТОВ «Екотех» (обсяг постачання – 800 шт.) та ТОВ «Manufaktura» (обсяг постачання – 1300 шт.). Розрахунки наведені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Розрахунок поправки на кількість

ТОВ «Екотех»	ТОВ «Manufaktura»
$7 \text{ €} * (-0,05) = -0,35 \text{ €}$	$8,5 \text{ €} * (0,03 - 0,05) = -0,17 \text{ €}$

Джерело: складено автором

Розрахунок поправки на кількість (K4) здійснюється з урахуванням знижки на кількість товару згідно даних конкурентних матеріалів, а саме 3% за умови постачання від 1000 шт. товару, та 5% – від 1500 шт. товару.

Поправка на вторгування (K5) розраховується лише тоді, коли конкурентним матеріалом виступає пропозиція [22]. До контракту ТОВ «Manufaktura» було пораховано поправку K5, де ціна оферти завищена на 10%. Таким чином, поправка на вторгування розраховується як добуток ціни контракту у конкурентному матеріалі та відсотку завищення ціни у пропозиції.

$$8,50 \text{ €} * 10 \% = 0,85 \text{ €}$$

Тобто, запропонована ціна 7,30 €/шт. є доцільною, за умови середньої ціни, порахованої за даними конкурентних матеріалів, яка становить 7,13 €/шт.

У табл. 3.5 наведений конкурентний лист.

Конкурентний лист

№	Поправки	Умови майбутнього контракту	Конкурентні матеріали					
			ТОВ «Екотех»		ТОВ «Manufaktura»		ТОВ «Eco-Verde»	
			Дані	Поправка	Дані	Поправка	Дані	Поправка
1	Ціна за шт.	7,30 €	7,00 €	X	8,50 €	X	12,00 \$	X
2	Ціна за шт. в єдиній валюті (У 2021 р. курс становив 1,129 \$ за 1 €)	7,30 €	7,00 €	X	8,50 €	X	10,63 €	X
3	Вартість контракту в єдиній валюті	10 950 €	5 600 €		11 050 €		15 945 €	
4	Поправка на інфляцію	2023 р.	2020 р.	+ 0,30	2021 р.	X	2021 р.	X
5	Поправка на базисні умови поставки	FCA Київ	FCA Київ	X	СРТ Дюссельдорф	-1,96	СІР Люблін	-2,01
6	Поправка на умови оплати	Акредитив	100% передоплата	+ 0,31	Акредитив	X	Акредитив	X
7	Поправка на кількість	1500 шт.	800	-0,35	1300	-0,17	1500	X
8	Поправка на виторгування	Контракт	Контракт	X	Оферта	-0,85	Контракт	X
9	Сумарна поправка	€	X	0,26	X	-2,98	X	-2,01
10	Приведена ціна	€	7,26		5,52		8,62	
11	Середня ціна	€	7,13					

Джерело: складено автором на основі даних [16], [17], [18]

Таким чином, для підвищення ефективності експортних операцій ТОВ «Алма Інтернешнл» було відібрано нову країну-контрагента для здійснення зовнішньоторговельних операцій – Францію. Приватне підприємство «Melvita» зареєстроване та здійснює свою діяльність у Франції (м. Аржантей). Пропонується укласти договір з цією компанією на експорт 1500 шт. живильного крему для тіла з екстрактом ментолу за ціною 7,30 €/шт. на умовах акредитивної форми розрахунку та з базисними умовами поставки FCA Київ автомобільним транспортом (митний пункт пропуску Краковець). Запропонований контракт для даної експортної операції наведено в додатку Д.

Здійснюючи експорт косметичної продукції до Франції, необхідно дотримуватись правил та вимог, прописаних в регламенті ЄС 1223/2009. Експортеру (ТОВ «Алма Інтернешнл») необхідно пройти нотифікацію продукції у розділі CPNP (Cosmetic Product Notification Portal) на веб-порталі Єврокомісії. Даний процес включає в себе декілька етапів, серед яких перевірка на відповідність складу продукції, підготовка технічної документації, перевірка етикетки, підготування звіту про безпечність (CPSR) та інше. Виробничі потужності мають відповідати вимогам ЄС GMP (Good Manufacturing Practice), для підтвердження відповідності вимогам необхідно отримати міжнародний сертифікат ISO 22716 (GMP). Окрім цього, експортером повинно бути представлено Certificate of Conformity (Compliance) ЄС Сертифікат Відповідності, type-examination certificate (ЄС Сертифікат випробування типу) на продукцію, яка розміщується на ринку країн членів Європейського Союзу та повинна мати маркування CE (CE Mark). Дані вимоги є обов'язковими не лише для експорту косметичної продукції у Францію, а й в інші країни Європи [23]. Враховуючи те, що ТОВ «Алма Інтернешнл» попередньо експортувало свою продукцію до таких країн як Бельгія, Італія, Іспанія та ін., даний пакет документів підприємство вже має в наявності.

Для співставлення конкурентних матеріалів з метою оцінки альтернативних зовнішньоторговельних контрактів й обґрунтування вартості запропонованого контракту створено конкурентний лист, який демонструє, що середня ціна серед досліджених конкурентів за 1 шт. експортованої продукції підприємством «Алма Інтернешнл» складає 7,13 €, що підтверджує оптимальність обраної ціни. Для порівняння були застосовані пропозиції на поставку аналогічних товарів від ТОВ Науково-виробниче підприємство «Екотех» (Україна), ТОВ «Есо-Verde» (Литва) та ТОВ «Manufaktura» (Чехія).

3.2. Прогнозна оцінка ефективності експорту у Францію підприємством ТОВ «Алма Інтернешнл»

Підвищення ефективності експортних операцій є важливим завданням для компаній, що займаються міжнародною торгівлею, оскільки даний процес відіграє важливу роль в успіху підприємств на міжнародному ринку.

Для збільшення ефективності при здійсненні подальших експортних операцій, компанії ТОВ «Алма Інтернешнл» пропонується у 2024 році імплементувати в роботу ряд заходів, наведених у табл. 3.6.

Заходи підвищення ефективності експорту ТОВ «Алма Інтернешнл» на 2024 р.

Таблиця 3.6

ЗАХОДИ	1 КВАРТАЛ			2 КВАРТАЛ			3 КВАРТАЛ			4 КВАРТАЛ		
	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень
Упровадження акційних пропозицій на сезонні товари												
Розсилання комерційних пропозицій та переговори з потенційними клієнтами												
Участь у міжнародних ярмарках та виставках												
Заходи івент-маркетингових комунікацій для стимулювання продажів												
Співпраця з інфлюенсерами для просування продукції												
Опанування нових підходів в роботі маркетолога та менеджера ЗЕД через участь у курсах підвищення кваліфікації												

Джерело: складено автором

У зовнішньоекономічному контракті між ТОВ «Алма Інтернешнл» та ПП «Melvita» вказується:

1. Найменування сторін: Продавець - ТОВ «Алма Інтернешнл», представлене Лаборд С. Д., та Покупець – ПП «Melvita», представлене Ліонелем Торо.
2. Предмет договору. ТОВ «Алма Інтернешнл» постачає товар – живильний крем для тіла з екстрактом ментолу за ціною 7,30 €/шт. у кількості 1500 шт.

3. Умови поставки. Відповідно до Інкотермс 2020 року компанія обрала умову поставки FCA Incoterms 2020 («Free Carrier»). Дані умови передбачають, що ТОВ «Алма Інтернешнл» будучи продавцем доставить товар, що пройшов митне очищення, зазначеному покупцем перевізнику до вказаного місця, а перехід ризиків від продавця до покупця відбуватиметься в момент передачі перевізнику товару на складі продавця.
4. Загальна ціна контракту – 10 950 €.
5. Спосіб оплати – банківський переказ на рахунок ТОВ «Алма Інтернешнл».
6. Гарантії якості товару. У даному пункті прописується гарантії продавця, а також гарантійний строк товару. Строк гарантії, який надається виробником складає 6 місяців. Крім того, якщо протягом гарантійного строку будуть виявлені недоліки в якості товару, Продавець зобов'язується за свій рахунок усунути всі виявлені дефекти замінивши товар.
7. Форс-мажорні обставини. Тобто, сторони звільняються від відповідальності за часткове або повне невиконання обов'язків по даному Контракту, якщо воно є наслідком обставин непереборної сили, і, якщо дані обставини впливають на безпосереднє виконання даного Контракту.
8. Арбітраж. У даному пункті визначається, що за умови неможливості вирішення суперечки шляхом мирних переговорів, конфлікт може бути вирішений в Суді, який вказаний в контракті.
9. Юридичні адреси сторін. У контракті конкретизуються відомості про Продавця і Покупця.

Варто зазначити, що контракт укладається двома мовами як і специфікація та інвойс – українською та англійською.

Для прогнозування ефективності запропонованої альтернативної експортної операції, необхідно розрахувати показники ефективності на основі даних, наведених у табл. 3.7.

Контрактні умови для розрахунку показників ефективності

№	Умови контрагенту	Дані
1	Країна-імпортер	Франція
2	Ціна за одиницю, €	7,30
3	Загальна кількість, шт.	1500
4	Умови постачання	FCA Київ
6	Вартість транспортування товару до основного перевізника, €	255
7	Вартість товару на внутрішньому ринку за шт., грн	150,15
8	Витрати на реалізацію товару на території України, грн	59347
9	Виробнича собівартість, грн	136500

Джерело: складено автором

Таким чином, результати аналізу довели, що ефективність альтернативної експортної операції збільшиться вдвічі, а коефіцієнт ефективності операції набуде значення 3,18. Таким суттєвим змінам найбільше сприятиме вибір нових базисних умов постачання (з СІР Завентем до FCA Київ), що значно зменшить зобов'язання по контракту експортера, тим самим скорочуючи його витрати майже на 40%. Результати здійснених розрахунків наведені в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Показники ефективності експортної операції ТОВ «Алма Інтернешнл»

№	Показники	Механізм розрахунку	Результати розрахунку запропонованої операції
1	Кількість одиниць товару, шт.	Q	1500 шт.
2	Контрактна ціна, €/шт.	PЗР	7,30 €/шт.
3	Обсяг реалізації на зовн. ринку, €	OPЗР = PЗР * Q	10 950 €
4	Обсяг реалізації на внутр. ринку, грн	OPВР = PВР * Q	225 225 грн
5	Курс валюти, грн/€	ВК	39,91 грн/€
6	Ціна реалізації на внутр. ринку, грн	PВР	150,15 грн.
7	Виробнича собівартість, грн	СВ	136500 грн
8	Додаткові витрати, пов'язані з експортом товару, €/грн	ВЕХР	255 €/грн

			10177,05грн
<i>Продовження табл. 3.8</i>			
9	Витрати, пов'язані з реалізацією товару на внутрішньому ринку, грн	ВРВР	59347 грн
10.1	Ефект при продажу на зовнішньому ринку, грн	$EЗР = ОРЗР * BK - (CB + ВЕХР)$	290 337,45 грн
10.2	Ефект продажу на внутр. ринку, грн	$ЕВР = ОРВР - (CB + ВРВР)$	29 378 грн
11.1	Ефективність при продажу на зовнішньому ринку	$КЕЗР = ОРЗР / (CB + ВЕХР)$	2,97
11.2	Ефективність при продажу на внутрішньому ринку	$КЕВР = ОРВР / (CB + ВРВР)$	1,15

Джерело: розраховано автором

На рис. 3.1 зображена можлива зміна обсягів ефектів експортної операції ТОВ «Алма Інтернешнл» внаслідок упровадження змін щодо базисних умов поставки продукції, з урахуванням зниження ціни на продукцію та можливого укладення договору з новим контрагентом на зовнішньому ринку Франції.

■ Ефект від продажу на зовнішньому ринку, грн. ■ Ефект від продажу на внутрішньому ринку, грн.

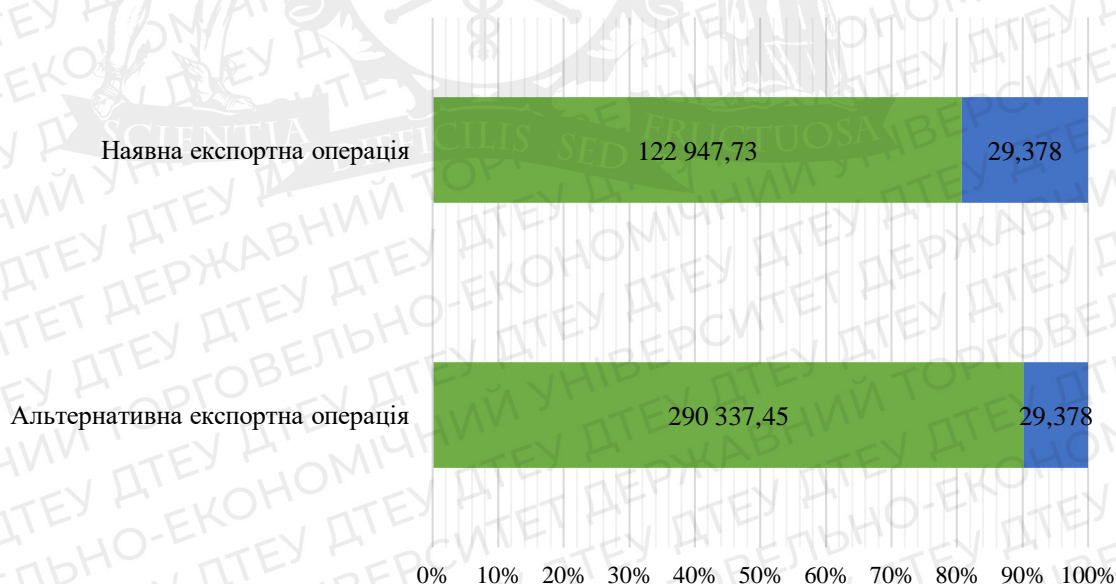


Рис. 3.1. Ефект від здійснення експортної операції живильного крему для тіла з екстрактом ментолу ТОВ «Алма Інтернешнл», грн

Джерело: складено автором за даними табл. 3.6 і табл. 3.7

Таким чином, обсяг ефекту експортної операції зросте більше ніж вдвічі та становитиме 290 337,45 грн за рахунок зміни базисної умови поставки та

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Основною сферою діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл» є торгівля косметичною продукцією. Компанією представлений асортимент доглядової косметики, а саме: шампуні для волосся, кондиціонери для волосся, маски для волосся, креми для обличчя, креми для рук, тіла та ін. Підприємство постачає свою продукцію на зовнішні ринки.

Результати аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «Алма Інтернешнл» довели, що фінансова стійкість компанії перебуває на стабільному рівні. Проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності та особливості менеджменту ТОВ «Алма Інтернешнл». Обсяги чистого прибутку підприємства упродовж 2019-2020 рр. збільшились на 4524 тис. грн (+74,5%). Зростання чистого прибутку відбулося за рахунок збільшення сукупних доходів на 20462 тис. грн, тобто на 68,0%. Показники оборотності сукупних активів підприємства поступово зростали.

Упродовж досліджуваного періоду суми та обсяги експортних операцій демонстрували позитивні тенденції до стабільного зростання. Загалом, у 2020 р. порівняно з 2019 р. обсяг експорту товарів підприємством збільшився на 10721 тис. грн. У 2021 р. порівняно з 2020 р., також спостерігається тенденція до збільшення обсягів експорту на 8249 тис. грн.

У структурі експорту продукції переважають товарні групи «Маски для волосся», «Креми для рук» та «Шампуні для волосся». Дані товари є найбільш популярними при продажі продукції на зовнішній ринок. В регіональній структурі експорту підприємства у досліджуваній період переважала частка постачання до Італії (33,4% у 2021 р.) та Іспанії (30,2% у 2021 р.), при цьому частка Бельгії (20,1% у 2021 р.) в даному переліку також стабільно зростала.

У період 2019-2020 рр. показник ефективності експортних операцій залишався незмінним та був зафіксований на позначці 1,07, але в 2021 р. спостерігалось зниження ефективності на 0,02%. Хоч показники ефективності експорту залишались незмінними упродовж перших двох досліджуваних років, ефект від

експорту у 2020 р. зріс на 66,52 % порівняно з даними 2019 р. У 2021 р. також спостерігалось зниження показників рентабельності експортної реалізації (на 1,8 %) та рентабельності витрат на здійснення ЗЕД (на 2 %). Тим не менш, чистий дохід від здійснення експортних операцій поступово зростав упродовж проаналізованих років, збільшившись на 64,91 % у 2020 р. та на 30,29 % у 2021 р.

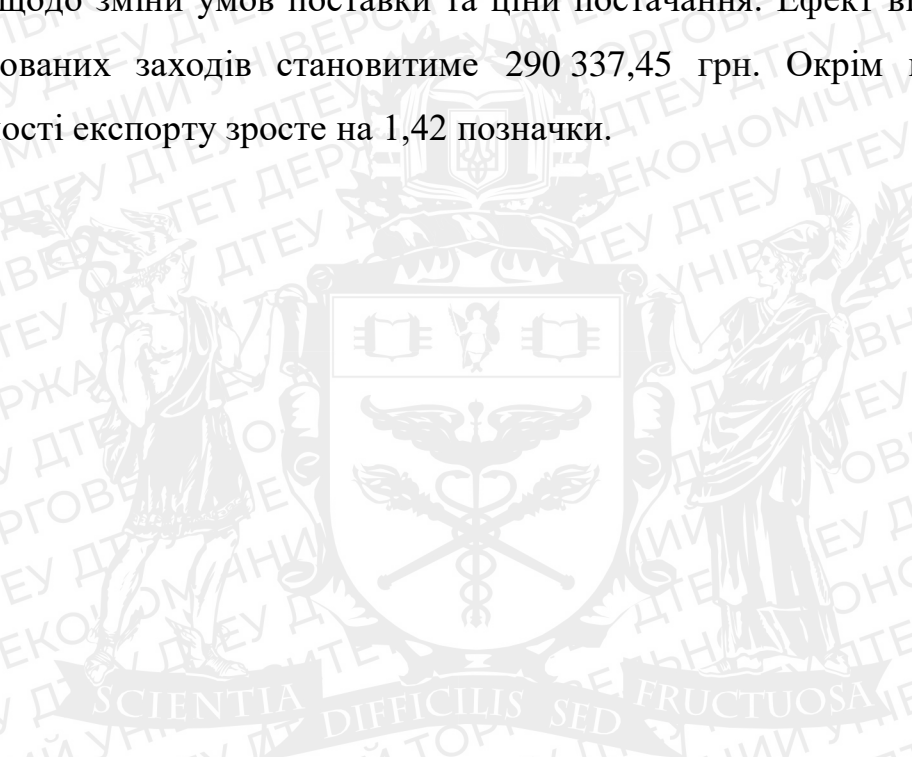
Аналіз існуючого контракту експортної операції ТОВ «Алма Інтернешнл» довів, що коефіцієнт ефективності операції на зовнішньому ринку становив 1,55, перевищуючи ефективність реалізації даного товару на українському ринку на 0,40.

Світовий ринок косметичної продукції щорічно розширюється та розвивається. У 2022 році він оцінюється в 262,21 мільярда дол. США. Залежно від продукту, світова косметична промисловість поділяється на декілька категорій доглядової косметики. Серед них сегмент засобів по догляду за шкірою зайняв найбільшу частку ринку - понад 38% у 2022 році. Упродовж досліджуваних років лідируючі позиції на світовому косметичному ринку зайняли такі країни як Франція, Південна Корея, Сінгапур, Японія та ін. Жіноча косметика займає більшу частку ринку порівняно з чоловічою (62,05% у 2022 р.) та є більш диверсифікованою. Основними тенденціями на світовому косметичному ринку на найближчі роки є сталий розвиток, органічне виробництво, соціальна складова бізнесу та маркетингове просування продукції на онлайн-платформах.

З метою збільшення ефективності експортних операцій було обґрунтовано доцільність появи нової країни-контрагента та умов зовнішньоторговельного контракту для здійснення альтернативної операції ТОВ «Алма Інтернешнл» на експорт живильного крему для тіла з екстрактом ментолу зі зміною ціни з 7,50 €/шт. на 7,30 €/шт. (через зміну умов поставки). Задля підвищення ефективності експортної операції було запропоновано змінити базисні умови постачання продукції з СІР Аржантей на FCA Київ. Обраним зовнішнім ринком для поставки є Франція, оскільки косметична сфера є дуже розвинуеною в даній країні та користується високим попитом серед споживачів. Окрім цього, було виявлено, що Франція займає лідируючі позиції як в експорті, так і в імпорті досліджуваної

товарно групи. Сприятливим фактором також є схожість ринків з вже існуючим контрагентом ТОВ «Алма Інтернешнл» в такій країні як Бельгія.

Розраховано прогнозну оцінку ефективності альтернативної зовнішньоторговельної операції ТОВ «Алма Інтернешнл», яка довела, що експорт живильного крему для тіла з екстрактом ментолу на умовах FCA Київ за ціною 7,30 €/шт. є вигідніше, ніж на умовах CIF Завентем за ціною 7,50 €/шт., пояснюючи рішення щодо зміни умов поставки та ціни постачання. Ефект від впровадження запропонованих заходів становитиме 290 337,45 грн. Окрім цього, значення ефективності експорту зросте на 1,42 позначки.



10. Global Cosmetics Market (2022 Edition) - Analysis By Product Category (Skincare, Haircare, Makeup, Others), By Distribution Channel, By Region, By Country: Market Insights and Forecast with Impact of COVID-19 (2021-2026). 200 pages.
11. Which trends offer opportunities or pose threats on the European market of natural ingredients for cosmetics? CBI/ Ministry of foreign affairs. – URL: <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/trends>
12. Economic Outlook Note – Romania. OECD. – URL: <https://www.oecd.org/economy/romania-economic-snapshot/>
13. LES CHIFFRES CLÉS DE LA BEAUTÉ ET MARCHÉ DES COSMÉTIQUES EN 2022-2023. Alioze. URL: <https://www.alioze.com/chiffres-beaute>.
14. Les marques françaises les plus valorisées du secteur cosmétique mondial en 2017 et 2022. Statista. URL: <https://fr.statista.com/statistiques/503917/produits-beaute-marques-francaises-valeurs-monde/>.
15. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: монографія / А.О. Длігач - К.: ВД "Професіонал". - 304 с.
16. Bishoff [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://bishoff.com.ua>.
17. Eco-verde [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ecco-verde.com>.
18. Manufaktura cosmetics [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://manufaktura.cz>.
19. Міністерство Фінансів України [Електронний ресурс] // Дані та аналітика. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mof.gov.ua/uk>.
20. Терміни Інкотермс-2020 і нюанси їх застосування [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://balance.ua/news/post/pravila-inkoterms-tablica-podskazka>.
21. Георгіаді Н.Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні основи і прикладні аспекти: навч.-метод. посіб. / Н.Г. Георгіаді. - Л.: Інтеллект-Захід, - 260 с.

22. Трифонова О. Д. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на зовнішньоекономічну діяльність України, шляхом дослідження експортно-імпортних операцій / О. Д. Трифонова, Є. С. Дорошкевич // Ефективна економіка. – 2017. – № 6. – С. 82-87

23. ЄС Сертифікат Відповідності. Center for testing and European certification. URL: <https://www.ctec.lv/ua/ec-sertifikat-vidpovidnosti-eu/>.



**Динаміка обсягу активів підприємства ТОВ «Алма Інтернешл»
за 2019-2021 рр.**

Актив	Код рядка	Станом на кінець року (тис. грн)			Відхилення за 2019-2020 рр.		Відхилення за 2020-2021 рр.	
		2019	2020	2021	тис. грн	%	тис. грн	%
I. Необоротні активи								
Незавершені капітальні інвестиції	1005	796,4	666,8	695,8	-129,6	-16,3	29,0	4,3
Основні засоби:	1010	2119,5	2995,0	3331,4	875,5	41,3	336,4	11,2
первісна вартість	1011	2665,2	3825,6	4652,2	1160,4	43,5	826,6	21,6
знос	1012	-545,7	-830,6	-1320,8	-284,9	52,2	-490,2	59,0
Інші необоротні активи	1090	14,7	14,7	14,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Усього за розділом I	1095	2930,6	3676,5	4041,9	745,9	25,5	365,4	9,9
II. Оборотні активи								
Запаси:	1100	6257,0	10274,1	17578,4	4017,1	64,2	7304,3	71,1
у тому числі готова продукція	1103	225,5	419,7	657,3	194,2	86,1	237,6	56,6
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	7724,0	10812,2	13761,6	3088,2	40,0	2949,4	27,3
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	2319,5	2748,1	3454,7	428,6	18,5	706,6	25,7
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1555,1	1370,4	2021,0	-184,7	-11,9	650,6	47,5
Гроші та їх еквіваленти	1165	1139,5	2033,7	2836,5	894,2	78,5	802,8	39,5
Витрати майбутніх періодів	1170	0,0	0,0	1,0	0,0	-	1,0	-
Інші оборотні активи	1190	3033,4	3934,9	4834,6	901,5	29,7	899,7	22,9
Усього за розділом II	1195	22028,5	31173,4	44487,8	9144,9	41,5	13314,4	42,7
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	-	-	-	-	-
Баланс	1300	24959,1	34849,9	48529,7	9890,8	39,6	13679,8	39,3

Таблиця А.2

**Динаміка обсягу пасивів підприємства ТОВ «Алма Інтернешнл»
за 2019-2020рр.**

Пасив	Код рядка	Станом на кінець року (тис. грн)			Відхилення за 2019-2020 рр.		Відхилення за 2020-2021 рр.	
		2019	2020	2021	тис. грн	%	тис. грн	%
I. Власний капітал								
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	600,0	600,0	600,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15044,3	23246,0	34505,8	8201,7	54,5	11259,8	48,4
Усього за розділом I	1495	15644,3	23846,0	35105,8	8201,7	52,4	11259,8	47,2
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення								
	1595	51,8	-	-	-51,8	-100,0	0,0	-
III. Поточні зобов'язання								
товари, роботи, послуги	1615	5996,7	6099,6	8698,6	102,9	1,7	2599,0	42,6
розрахунками з бюджетом	1620		987,9	2,2	987,9	-	-985,7	-99,8
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	985,7	-	985,7	-	-985,7	-100,0
розрахунками зі страхування	1625	99,1	14,7	22,9	-84,4	-85,2	8,2	55,8
розрахунками з оплати праці	1630	131,8	6,9	6,9	-124,9	-94,8	0,0	0,0
Інші поточні зобов'язання	1690	3035,4	3894,8	4693,3	859,4	28,3	798,5	20,5
Усього за розділом III	1695	9263,0	11003,9	13423,9	1740,9	18,8	2420,0	22,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття								
	1700	-	-	-	0,0	-	0,0	-
Баланс	1900	24959,1	34849,9	48529,7	9890,8	39,6	13679,8	39,3

**Звіт про фінансові результати ТОВ «Алма Інтернешнл»
за 2019-2020рр.**

Стаття	Код рядка	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	17 432,8	25 806,2	38 910,4
Інші операційні доходи	2120	3 539,0	4 067,2	10 853,4
Інші доходи	2240	97,0	231,4	803,0
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	21 068,8	30 104,8	50 566,8
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	12 269,5	16 874,0	24 300,7
Інші операційні витрати	2180	5 460,4	5 789,9	13 493,8
Інші витрати	2270	65,1	29,1	3,4
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	17 795,0	22 693,0	37 797,9
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	3 273,8	7 411,8	12 768,9
Податок на прибуток	2300	650,5	1 338,4	2 171,5
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	2 623,3	6 073,4	10 597,4

Contract № EX 57-AT	Контракт № EX 57-AT
Ukraine, Kiev area, Kiev 07.02.2021	Україна, Київська обл., м. Київ 07.02.2021
Private Company “Cime”, Belgium, Flandre, Zaventem, Frans Smoldersstraat 28 str., in the person of the General Director Isabel Coppens acting on the basis of Statute, hereinafter referred to as “the BUYER” on the one part, and	ПП «Сіме», Бельгія, Фландрія, Завентем, вул. Франс Смолдерсstraat, 28, в особі генерального директора Ізабель Коппенс, що діє на підставі Статуту, іменоване надалі «ПОКУПЕЦЬ», з одного боку, та
LLC «Halma International», 10029, Ukraine, Zhytomyr, Stepan Bandera str, 7, office. 206, in the person of the General Director Laborde Sophie, acting on the basis of statute, hereinafter referred to as “the SELLER” on the other part, both referred to as “PARTIES” and each separately is named as “the PARTY”, have concluded the present Contract as follows:	ТОВ «Алма Інтернешнл», 10029, Україна, м.Житомир, вул.Степана Бандери, буд. 7, оф. 206, , в особі Генерального директора Лаборд Софі Джой, що діє на підставі Статуту, іменована надалі «ПРОДАВЕЦЬ», з іншого боку, які іменуються надалі «СТОРОНИ», а кожна окремо «СТОРОНА», уклали цей Контракт про наступне:
1. THE SUBJECT OF THE CONTRACT 1.1. The SELLER undertakes to supply and the BUYER undertakes to accept and pay for the materials, named below as “Goods”, in compliance with the APPENDIXES being the integral part of the Contract.	1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТУ 1.1.ПРОДАВЕЦЬ зобов'язується поставити, а ПОКУПЕЦЬ прийняти та оплатити матеріали, далі іменовані «Товар», відповідно до ДОДАТКІВ, які є невід'ємною частиною цього Контракту.
2. PRICES AND TOTAL VALUE OF THE CONTRACT 2.1. The price of the goods is established in Euro (EUR) and is understood to be CIP Zaventem, in accordance with the international rules of interpretation of commercial terms INCOTERMS 2020 and terms of the present Contract.	2. ЦІНА ТА ЗАГАЛЬНА СУМА КОНТРАКТУ 2.1. Ціна товару встановлена в Євро (EUR) та здійснюється на умовах СІР Завентем, відповідно до Міжнародних правил тлумачення торгових термінів ІНКОТЕРМС 2020 та умов цього Контракту.
2.2. The total value of the Contract amounts 11.250,00 € (eleven thousand two hundred fifty Euros).	2.2. Загальна сума Контракту складає 11.250,00 € (одиннадцять тисяч двісті п'ятдесят євро).
2.3. The price of goods includes: the cost of packaging, labeling, commission fees for correspondent bank services, transportation.	2.3. У ціну товару включено: вартість пакування, маркування, комісійні платежі за послуги банків-кореспондентів, транспортування.

<p>2.4. The prices of the goods are firm for the duration of the present Contract and shall not be subject to any revision.</p>	<p>2.4. Ціни залишаються незмінними протягом усього терміну дії цього Контракту.</p>
<p>3. THE TERMS OF PAYMENT</p> <p>3.1. The currency of payment under the present Contract is Euro (EUR)</p>	<p>3. УМОВИ ОПЛАТИ</p> <p>3.1. Валютою платежу за цим Контрактом є Євро (EUR).</p>
<p>3.2. The BUYER effects a payment by the bank transfer onto the account of the SELLER on the ground of the APPENDICES which are the integral part of the present Contract.</p>	<p>3.2. Оплата товару здійснюється ПОКУПЦЕМ банківським переказом на рахунок ПРОДАВЦЯ на підставі ДОДАТКІВ, які є невід'ємною частиною цього Контракту.</p>
<p>4. TERMS AND DATES OF DELIVERY</p> <p>4.1. The goods are delivered on terms of CIP Zaventem, Belgium, in accordance with the international rules of interpretation of commercial terms INCOTERMS 2020 and terms of the present Contract.</p>	<p>4. УМОВИ І ТЕРМІНИ ПОСТАВКИ</p> <p>4.1. Товар поставляється на умовах СІР Завентем, Бельгія, відповідно до міжнародних правил тлумачення торгових термінів ІНКОТЕРМС 2020 та умов цього Контракту.</p>
<p>4.2. The shipping documents should indicate that the goods are to be delivered to the BUYER's storehouse to the following address: Belgium, Flandre, Zaventem, Frans Smoldersstraat 28 str .</p>	<p>4.2. У відвантажувальних документах має бути зазначено, що товар має бути поставлений на склад ПОКУПЦЯ за наступною адресою: Бельгія, Фландрія, Завентем, вул. Франс Смолдерсстраат, 28.</p>
<p>4.3. The consignee of the goods: Private Company "Cime", Belgium, Flandre, Zaventem, Frans Smoldersstraat 28 str.</p>	<p>4.3. Вантажодержувач товару: ПП «Сіме», Бельгія, Фландрія, Завентем, вул. Франс Смолдерсстраат, 28</p>
<p>4.4. The terms and dates of delivery are agreed by the PARTIES in a written form for each consignment and are drawn up as the APPENDIXES to the present Contract. The pre-term deliveries are allowed.</p>	<p>4.4. Терміни поставки узгоджуються СТОРОНАМИ письмово на кожну партію товару та оформлюються ДОДАТКАМИ до цього Контракту. Дострокові поставки дозволені.</p>
<p>4.5. The delivery date is understood to be the date of the transmission of goods to the carrier, which is indicated in the appropriate document of title (CMR).</p>	<p>4.5. Датою поставки вважається дата передачі ПРОДАВЦЕМ товару перевізнику, що зазначається у відповідному товаросупровідному документі (CMR).</p>
<p>4.6. The SELLER is obliged to dispatch the following documents of title together with goods for processing their customs formalities at the territory of Ukraine:</p>	<p>4.6. Для проведення митного оформлення товару на території України ПРОДАВЕЦЬ має надіслати разом із товаром такі товаросупровідні документи:</p>

- the Invoice of the SELLER for the cost of goods – 3 (three) originals and 1 (one) copy;	- Рахунок ПРОДАВЦЯ на вартість товару – 3 (три) оригінали та 1 (одна) копія;
- a set of Packing Lists – 3 (three) originals;	- комплект Пакувальних Листів – 3 (три) оригінали;
- the Certificate of Quality of goods issued by the SELLER – 1 (one) original;	- Сертифікат Якості товару, виданий ПРОДАВЦЕМ – 1 (один) оригінал;
- The Certificate of Origin issued by Chamber of Commerce and Industry of the SELLER's country – 1 (one) original;	- Сертифікат Походження, виданий Торгово-промисловою палатою країни ПРОДАВЦЯ – 1 (екз.) оригінал;
- Waybill (CMR) – 1 (one) copy;	- Накладна (CMR) – 1 (одна) копія;
- Technical documentation of goods (instruction, operating rules, schemes and other) – 2 (two) copies;	- Технічна документація на товар (інструкція, правила експлуатації, схеми тощо) – 2 (дві) копії.
4.7. The originals of the documents are sent immediately to the BUYER with the help of courier service.	4.7. Оригінали документів передаються негайно ПОКУПЦЮ кур'єрською поштою.
4.8. The shipping documents provided by the SELLER should correspond to the following requirements:	4.8. Відвантажувальні документи, що надаються ПРОДАВЦЕМ, повинні відповідати наступним вимогам:
4.8.1. The following should be indicated in the Commercial Invoice written out on the cost of the dispatched consignment (3 numbers of originals):	4.8.1. У Комерційному Рахунку, випisanому на вартість відвантаженої партії товару (3 екземпляри оригіналу), має бути зазначено:
- the number of the Contract; - the terms of delivery in compliance with the Contract; - name of the SELLER and the BUYER and their banking details; - the weight of the goods: net and gross (kg); - the country of origin; - the quantity of goods on each position; - the price of goods on each position in the currency of the Contract.	- номер контракту; - Умови поставки за Контрактом; - найменування ПРОДАВЦЯ та ПОКУПЦЯ та їх банківські реквізити; - вага товару: нетто та брутто (кг); - країна походження; - кількість товару з кожної позиції; - ціна товару за кожною позицією у валюті Контракту.
4.8.2. A Packing List (3 numbers of originals) should indicate: - the quantity of the places according to the types of packing; - the type and quantity of packing inside each place of goods; - net and gross weight on each place; - the number of Commercial Invoice and its date; - the number of the Contract and its date; - net and gross weight on each position.	4.8.2. В пакувальному листі (3 екземпляри оригіналу) має бути зазначено: - кількість місць за видами пакування; - вид та кількість упаковок усередині кожного вантажного місця; - вага нетто/брутто за кожним місцем; - номер комерційного рахунку та його дата; - номер Контракту та його дата; - вага нетто/брутто з кожної позиції.

4.9. All the documents should be executed in English.	4.9. Усі документи мають бути оформлені англійською мовою.
4.10. All the expenses, taxes, customs charges and other costs, related to the export of goods from Ukraine, are borne by the BUYER on CIP Zaventem terms.	4.10. Усі витрати, податки, мита та інші витрати, що виникають у зв'язку з вивезенням товару з України, несе ПОКУПЕЦЬ. На основі умов CIP Завентем.
4.11. The liability of the SELLER on the goods delivery is considered as executed since the moment indicated in CLAUSE 4.6. of the present Contract. From this point the right of goods' disposal is transferred from the SELLER to the BUYER, as well as the risks in case of losses or damage of goods.	4.11. Обов'язок ПРОДАВЦЯ на постачання товару вважається виконаним з моменту, зазначеного в ПУНКТІ 4.6. цього Контракту. З цього моменту з ПРОДАВЦЯ на ПОКУПЦЯ переходить право розпорядження на товар, а також ризики у разі втрати або пошкодження товару.
5. PACKING	5. ПАКУВАННЯ
5.1. The SELLER is liable to deliver the goods in packages which correspond to the type of goods and are applied for export products in the country of the SELLER. The packing should provide complete safety of goods, keeping them from any damages and corrosion while transportation, frequent transshipments, and long-term storage at the warehouse.	5.1. ПРОДАВЕЦЬ зобов'язаний поставити товар в пакуванні, що відповідає характеру товару та застосовується для експортних товарів у країні ПРОДАВЦЯ. Пакування повинне забезпечити повне збереження товару від різноманітних пошкоджень і корозії під час перевезення, багаторазових навантажень, і навіть від тривалого зберігання у складському приміщенні.
5.2. The SELLER bears full responsibility for the damages of goods and losses occurred due to improper packing.	5.2. ПРОДАВЕЦЬ несе повну відповідальність за пошкодження товару та збитки, що сталися внаслідок неналежної упаковки.
5.3. Each separate place of packed goods is enclosed with the packing list.	5.3. Кожне окреме місце упакованого товару забезпечується пакувальним листом.
5.4. The Buyer obliged to sign the contracts with the third parties and to act according to the current Belgium legislation regarding the procedure of packages collection and utilization.	5.4. Покупець зобов'язується вжити необхідних дій, укласти необхідні договори на території Бельгії з метою збору та утилізації пакування на виконання вимог чинного законодавства Бельгії.
6. MARKING	6. МАРКУВАННЯ
6.1. Each package is to be marked with the following markings made in indelible paint (in French and/or English):	6.1. На кожну упаковку фарбою, що не змивається, наноситься наступне маркування (французькою та/або англійською мовою):
<ul style="list-style-type: none"> - the BUYER, the SELLER; - Contract №, № of Appendix; - consignee and his address; - gross weight, kg; 	<ul style="list-style-type: none"> - ПОКУПЕЦЬ, ПРОДАВЕЦЬ; - контракт №, № додатка; - вантажоодержувач та його адреса; - вага бруто, кг;

<p>- net weight, kg; - warnings (careful, do not turn over, upper side); - the size of package.</p>	<p>- вага нетто, кг; - застереження (обережно, не кантувати, верх); - Розміри тари.</p>
<p>6.2. The marking on each item of goods must correspond to the names according to Appendix to the present Contract.</p>	<p>6.2. Маркування на кожній одиниці товару має відповідати найменуванням згідно з Додатком до цього Контракту.</p>
<p>6.3. The places of each delivery is numbered by fractional numbers, numerator indicates the sequence number of place, denominator – total quantity of places where the goods are packed.</p>	<p>6.3. Місця кожної поставки нумеруються дробовими числами, чисельник – порядковий № місця, а знаменник – загальна кількість місць, у яких упакований товар.</p>
<p>6.4. The place of the centre of gravity must be indicated by indelible paint on each place which gross weight is more than 500 kg and/or height more than 1 m. The centre of gravity is to be marked by the sign “+” and the letters “CG”. The points of place’s strapping of goods must be marked as well.</p>	<p>6.4. На кожному місці вагою брутто більше 500 кг та/або висотою більше 1м, повинно бути вказане незмивною фарбою місце знаходження центру ваги, позначеного знаком «+» та літерами «ЦТ». Точки стропування місця товару також мають бути марковані.</p>
<p>6.5. The SELLER is obliged to reimburse to the BUYER all additional expenses, which may arise due to incorrect and/or incomplete marking of the goods.</p>	<p>6.5. ПРОДАВЕЦЬ зобов'язаний відшкодувати ПОКУПЦЮ всі додаткові витрати, які можуть виникнути внаслідок неправильного та/або неповного маркування товару.</p>
<p>7. GUARANTEE</p> <p>7.1. The SELLER guarantees to deliver the newly produced goods, which were not stored more than 6 months prior the delivery date, according to construction, material quality and the fulfillment corresponding to the terms of the Contract and requirements of the plant-producer. The last ones are confirmed by the Certificate of Quality.</p>	<p>7. ГАРАНТІЯ</p> <p>7.1. ПРОДАВЕЦЬ гарантує постачання нововиготовленого товару, який не зберігався більш ніж 6 місяців до дати поставки, за конструкцією, якістю матеріалів та виконанням відповідного контрактним умовам та вимогам заводу виробника, що підтверджується Сертифікатом Якості.</p>
<p>7.2. If delivered goods do not correspond with the terms of the present Contract, ia. they have defects and/or the guaranteed characteristics are absent, then the SELLER is obliged to substitute low-quality goods for free.</p>	<p>7.2. Якщо поставлений товар не відповідає умовам цього Контракту, тобто має дефекти та/або відсутні гарантовані властивості, то ПРОДАВЕЦЬ зобов'язується безкоштовно замінити неякісний товар.</p>
<p>7.3. The filling up of the incomplete delivery on terms of «CIP Zaventem» or substitution of the defective goods and the filling of shortage on terms of «CIP Zaventem» is carried out not later than 15 (fifteen) calendar days since the date of claim receipt from the BUYER.</p>	<p>7.3. Заповнення недопоставки на умовах «CIP Завентем» або заміна браку та поповнення недостачі на умовах «CIP Завентем» провадиться не пізніше 15 (п'ятнадцяти) календарних днів від дати отримання претензії ПОКУПЦЯ.</p>

<p>7.4. The guarantee period for the goods amounts 12 (twelve) months since the date of beginning of exploitation, but not more than 18 (eighteen) months since the date of delivery.</p>	<p>7.4. Гарантійний термін на товар становить 12 (дванадцять) місяців від дати початку експлуатації, але не більше ніж 18 (вісімнадцять) місяців від дати поставки.</p>
<p>8. CLAIMS</p> <p>8.1. The BUYER has the right to assert the claim as to the quality of goods not later than in 60 (sixty) days from the date of the document of title (CMR) pointed out in the CLAUSE 4.6.</p>	<p>8. ПРЕТЕНЗІЇ</p> <p>8.1. Покупець має право заявити претензію щодо якості товару не пізніше 60 (шістдесяти) днів з моменту, зазначеного у товаророзпорядчому документі (CMR), зазначеному в пункті 4.6.</p>
<p>8.2. The date of postmark on the envelope while posting is considered the date of claim announcement.</p>	<p>8.2. Датою заяви претензії вважається дата поштового штемпеля на конверті під час надсилання кореспонденції.</p>
<p>8.3. The SELLER must reply to the BUYER within 30 (thirty) calendar days, from the date of claiming, about the subject of claim and accept or decline it, having indicated the reasons of its declining.</p>	<p>8.3. Протягом 30 (тридцяти) календарних днів від дати заяви претензії ПРОДАВЕЦЬ повинен відповісти ПОКУПЦЮ по суті претензії та прийняти або відхилити її із зазначенням причин, з яких вона відхиляється.</p>
<p>8.4. The allowance of claim is arranged within the term of 10 (ten) days, but the substitution of the defected goods is performed within the term of 15 (fifteen) calendar days from the date of corresponding claim announcement or according to the date of delivery agreed in the Contract.</p>	<p>8.4. Задоволення претензії здійснюється у строк 10 (десять) днів, однак заміна дефектного товару провадиться у строк до 15 (п'ятнадцяти) календарних днів від дати пред'явлення відповідної претензії або за погодженими у Контракті термінами постачання.</p>
<p>8.5. The substitution of the defected goods or the filling up of the incomplete delivery of goods' volume on time, does not release from responsibility foreseen in the present Contract.</p>	<p>8.5. Заміна браку або доповнення недопоставленого в строк обсягу товару не звільняє від відповідальності, передбаченої цим Контрактом.</p>
<p>8.6. In case of refusal to deliver the goods on payment receipt by the SELLER, the SELLER must pay back the sums of advance payment within 5 (five) banking days and reimburse all expenses to the BUYER borne by him in connection with the payment on the present Contract.</p>	<p>8.6. У разі відмови від поставки товару після отримання оплати ПОДАВЦЕМ, ПРОДАВЕЦЬ протягом 5 (п'яти) банківських днів зобов'язаний повернути суми передоплати та відшкодувати всі витрати ПОКУПЦЯ, понесені ним у зв'язку з оплатою за цим Контрактом.</p>
<p>9. FORCE-MAJEURE</p> <p>9.1. Under force-majeure circumstances the irreversible, unforeseen, independent from the will of the PARTIES circumstances are</p>	<p>9. ФОРС-МАЖОР</p> <p>9.1. Під форс-мажорними обставинами маються на увазі незворотні, непередбачені, незалежні від волі СТОРІН обставини (наприклад, війни, у</p>

<p>understood (for example wars, including those which are not declared, embargo, disorders, rebellions, fire, sabotage, nature disasters, inhibitory actions of the government authorities, delays in receipt of entrance visas to Italy which exceed 30 days).</p> <p>Force-majeure circumstances are confirmed:</p> <ul style="list-style-type: none"> - from the side of BUYER – by the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine; - from the side of the SELLER – by the Chamber of Commerce and Industry of France. 	<p>тому числі не оголошені, ембарго, заворушення, повстання, пожежа, саботаж, природні лиха, що забороняють дії урядової влади, затримки в отриманні що перевищують 30 днів).</p> <p>Форс-мажорні обставини підтверджуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - з боку ПОКУПЦЯ – Торгово-промисловою палатою України; - з боку ПРОДАВЦЯ – Торгово-промислової палати Франції.
<p>9.2. When force-majeure circumstances occur, the obligations of the PARTIES, which could not be fulfilled due to such circumstances, are automatically prolonged for the validity of force-majeure circumstances without applying penalty provisions.</p> <p>In any case PARTIES will do all possible to renew with the shortest possible delay the fulfillment of obligations, postponed due to occurrence of the force-majeure circumstances. The PARTIES must inform each other within the next 7 (seven) calendar days about the beginning and cessation of force-majeure circumstances. If one of the PARTIES does not fulfill above mentioned obligations, such PARTY will not have the right to refer to the force-majeure circumstances in the corresponding authorities.</p>	<p>9.2. У разі настання форс-мажорних обставин зобов'язання СТОРІН, які через них не можуть виконуватись, автоматично продовжуються, без накладення штрафних санкцій, на період дії таких обставин.</p> <p>У будь-якому випадку, СТОРОНИ зроблять все можливе, щоб у найкоротший термін відновити виконання зобов'язань. СТОРОНИ зобов'язані проінформувати один одного протягом наступних 7 (семи) календарних днів про початок та завершення форс-мажорних обставин. Якщо одна зі СТОРІН не виконає вищезгадане зобов'язання, то вона не матиме права посилаючись на форс-мажорні обставини у відповідних інстанціях.</p>
<p>9.3. In case if force-majeure circumstances last more than three months, the BUYER has the right to cancel the present Contract unilaterally.</p>	<p>9.3. У випадку, якщо форс-мажорні обставини триватимуть понад три місяці, ПОКУПЕЦЬ має право в односторонньому порядку розірвати цей Контракт.</p>
<p>9.4. The PARTY which is unable to fulfill its obligations under the present Contract is to inform other PARTY within 7 (seven) calendar days about the beginning and cessation of the circumstances preventing from the obligations' fulfillment.</p>	<p>9.4. СТОРОНА, яка не може виконати своїх зобов'язань за цим Контрактом, зобов'язана протягом 7 (семи) календарних днів інформувати інший СТОРОНУ про виникнення та припинення обставин, що перешкоджають виконанню зобов'язань.</p>
<p>Untimely, more than 7 (seven) calendar days notification of beginning and cessation of the force-majeure circumstances, releases PARTIES from the right to refer to the force-majeure circumstances in future.</p>	<p>Несвоєчасне, понад 7 (сім) календарних днів, повідомлення про настання або припинення форс-мажорних обставин позбавляє СТОРОНИ права посилаючись на них надалі.</p>
<p>The certificate issued by the regional subdivision of Chamber of Commerce and Industry of the country, where the force-</p>	<p>The certificate issued by the regional subdivision of Chamber of Commerce and Industry of the country, where the force-majeure circumstances occurred is</p>

<p>majeure circumstances occurred is sufficient evidence of presence of such force-majeure circumstances and their duration.</p>	<p>sufficient evidence of presence of such force-majeure circumstances and their duration.</p>
<p>10. RESPONSIBILITIES OF THE PARTIES</p> <p>10.1. The responsibilities of the PARTIES come into force in case of non-fulfillment or improper fulfillment of their obligations as to the present Contract.</p>	<p>10. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН</p> <p>10.1. Відповідальність СТОРІН настає у разі невиконання або неналежного виконання своїх зобов'язань за цим Контрактом.</p>
<p>10.2. On untimely payment for goods the BUYER pays to the SELLER a forfeit in the amount of 0,1% (zero comma one percent) from the amount of payment for each day of delay.</p>	<p>10.2. При несвоєчасній оплаті товару ПОКУПЕЦЬ сплачує ПРОДАВЦЮ неустойку у розмірі 0,1% (нуль кома одного відсотка) від суми платежу за кожен день прострочення.</p>
<p>10.3. On delivery of goods of improper quality the SELLER pays to the BUYER on his demand the penalty in amount of 10 % (ten percent) from the cost of the goods of improper quality, and also the Seller substitute the goods of improper quality on DDP – Belgium, Flandre, Zaventem, Frans Smoldersstraat 28 str., terms.</p>	<p>10.3. При поставці товару неналежної якості ПРОДАВЕЦЬ на вимогу ПОКУПЦЯ виплачує останньому штрафну неустойку у розмірі 10% (десяти відсотків) від вартості товару неналежної якості, а також Продавець здійснює заміну неякісного Товару на умовах DDP – Бельгія, Фландрія, Завентем, вул. Франс Смолдерсстраат, 28.</p>
<p>10.4. In case if delivery of goods and/or documents' transmission, foreseen by the present Contract are delayed, the SELLER pays to the BUYER a forfeit in the amount of 0,1% (zero comma one decimal percent) from the cost of untimely delivered goods, or from the cost of goods for which the documents were sent with delay, for each day of such delay.</p>	<p>10.4. У разі прострочення постачання товару та/або прострочення передачі документів, передбачених цим Контрактом, продавець сплачує ПОКУПЦЮ неустойку у розмірі 0,1% (нуль одна десята відсотка) від вартості не поставленого в строк товару або від вартості товару, на який документи були передані з простроченням, за кожен день запізнення.</p>
<p>10.5. In case of incomplete delivery of the Goods the SELLER at the request of the BUYER has to pay to the Buyer the penalty in amount 10% (ten percents) from the cost of the undelivered Goods and also the Seller has to complete the delivery of Goods on CIP Zaventem terms.</p>	<p>10.5. При недопоставці товару ПРОДАВЕЦЬ на вимогу ПОКУПЦЯ виплачує останньому штрафну неустойку у розмірі 10% (десяти відсотків) від вартості недопоставленого товару, а також Продавець здійснює доставку Товару на умовах CIP Завентем.</p>
<p>11. ARBITRATION</p> <p>11.1. All disputes or disagreements which may arise from the present Contract or in connection therewith, if it is not possible to settle by negotiations, shall be subject to final settlement in accordance with the</p>	<p>11. АРБИТРАЖ</p> <p>11.1. Усі суперечки або розбіжності, які можуть виникнути з цього Контракту або у зв'язку з ним, у разі неможливості їх врегулювання шляхом переговорів, підлягають остаточному вирішенню відповідно до</p>

Rules of Conciliation and Arbitration of Paris International Chamber of Commerce by one or two arbiters appointed in accordance with the above-mentioned Rules. Arbitration proceedings shall take place in the Arbitration Chamber of the city of Lugano (Switzerland).	Регламенту Примирення та Арбітражу Міжнародної торгової палати Парижа одним або двома призначеними суддями відповідно до зазначеного Регламенту. Місцем провадження арбітражу буде Арбітражна Палата м. Лугано (Швейцарія).
11.2. The place of arbitration – city of Lugano (Switzerland). The applied law is the law of Ukraine.	11.2. Місце проведення арбітражу – Лугано (Швейцарія). Право, що застосовується – право України.
11.3. The official language for the arbitrage is English.	11.3. Офіційна мова арбітражного провадження – англійська.
12. OTHER TERMS	12. ІНШІ УМОВИ
12.1. The observance of formalities related to the receipt of permission for goods applying in Ukraine is liability of the BUYER.	12.1. Дотримання формальностей, пов'язаних із отриманням дозволу на застосування товару в Україні, є відповідальністю ПОКУПЦЯ.
The liability of the SELLER is to provide the BUYER with the technical documentation related to the receipt of such permission on his request.	Обов'язком ПРОДАВЦЯ є забезпечення ПОКУПЦЯ всією технічною документацією, що стосується отримання такого дозволу на його прохання.
12.2. All correspondence related to the execution of the present Contract will be performed in Ukrainian or English.	12.2. Все листування, пов'язане з виконанням цього Контракту, вестиметься українською або англійською мовами.
12.3. A metric system is used in the drawings and technical documentation.	12.3. У кресленнях та технічній документації використовується метрична система.
12.4. After the Contract has been signed all the preliminary agreements, discussions, and also previous contracts and correspondence between the PARTIES which have concluded this Contract are to be considered null.	12.4. Після підписання Контракту всі попередні угоди, домовленості, а також попередні контракти та листування між Сторонами, що уклали цей Контракт, стають недійсними.
12.5. None of the PARTIES has the right to delegate its rights and liabilities according to the present Contract to the third party.	12.5. Жодна зі СТОРІН не має права передавати свої права та обов'язки з цього Контракту третій стороні.
12.6. The present Contract becomes effective and comes into full force from the moment of signing by both PARTIES and is valid till 31.12.2021.	12.6. Цей Контракт стає дійсним і набуває чинності з моменту його підписання обома Сторонами та діє до 31.12.2021 р.
12.7. The APPENDIXES are the integral part of the present Contract.	12.7. ДОДАТКИ є невід'ємною частиною цього Контракту.

<p>12.8. The Contract and all documentation connected to it, changes, addendums and appendixes which were sent by e-mail or facsimile communication, operate equally.</p>	<p>12.8. Контракт та всі документи, пов'язані з цим Контрактом, зміни, доповнення та додатки, надіслані за допомогою електронної пошти або факсимільного зв'язку, мають однакову юридичну силу.</p>
<p>12.9. The present Contract is executed in three copies in English and Russian. For interpretation of the present Contract the text written in Russian is prevailing, even if the Contract is executed in other language. Two originals are for the BUYER and one is for the SELLER.</p>	<p>12.9. Цей Контракт складено у трьох примірниках англійською та українською мовами. Для інтерпретації цього Контракту текст українською є превалюючим, навіть якщо цей Контракт складений іншою мовою. Два оригінали - для ПОКУПЦЯ і один - для ПРОДАВЦЯ.</p>
<p>13. LEGAL ADDRESSES OF THE PARTIES</p>	<p>13. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ СТОРІН</p>
<p><u>13.1. BUYER</u></p>	<p><u>13.1. ПОКУПЕЦЬ</u></p>
<p>Private Company "Cime" Belgium, Flandre, Zaventem, Frans Smoldersstraat 28 str. The Bank of the Buyer: BNP Paribas - Branch BNP Paribas Fortis / BELGIUM IBAN: BE71 K062 2560 7521 0000 0003 829 abi 06225 – cab 60752 SWIFT: IBSPIT2P541</p>	<p>ПП " Cime " Бельгія, Фландрія, Завентем, вул. Франс Смолдерсстраат, 28 Банк покупця: BNP Paribas - Філія BNP Paribas Fortis / БЕЛЬГІЯ IBAN: BE71 K062 2560 7521 0000 0003 829 abi 06225 - cab 60752 SWIFT: IBSPIT2P541</p>
<p><u>13.2. SELLER</u></p>	<p><u>13.2. ПРОДАВЕЦЬ</u></p>
<p>LLC Halma International Location: 10029, Zhytomyr, Stepan Bandera str, 7, office. 206 EDRPOU code 43028768 account No. UA 683117440000026003055831638 in Zhytomyr branch of JSC CB "PRIVATBANK", MFO 311744</p>	<p>ТОВ «Алма Інтернешл» Місцезнаходження: 10029, м.Житомир, вул.Степана Бандери, буд. 7, оф. 206 Код ЄДРПОУ 43028768 р/р № UA 683117440000026003055831638 в Житомирському РУ АТ КБ «ПРИВАТБАНК», МФО 311744</p>

Довідка по товару УКТЗЕД

Код товару : 3304990000

Експорт:***Вільна торгівля (експорт)***

- Преференція по миту: "400" - країни СНД;
- Преференція по миту: "401" - Республіка Грузія;
- Преференція по миту: "402" - Республіка Македонія;
- Преференція по миту: "404" - країни ГУАМ.

Азербайджан

- **Міждержавна угода від 28.07.1995**
Угода між Урядом України та Урядом Азербайджанської Республіки про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Грузія

- **Міждержавна угода від 09.01.1995**
Угода між Урядом України та Урядом Республіки Грузія про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Узбекистан

- **Міждержавна угода від 29.12.1994**
Угода між Урядом України та Урядом Республіки Узбекистан про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 13/13-2101-ЕП від 25.04.2001**

Туркменістан

- **Міждержавна угода від 05.11.1994**
Угоду між Урядом України та Урядом Туркменістану про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Киргизістан

- **Міждержавна угода від 26.05.1995**
Угода між Урядом України та Урядом Киргизької Республіки про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Таджикістан

- **Міждержавна угода від 06.07.2001**
Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Таджикистан про науково-технічне співробітництво

Вірменія

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**
Договір про зону вільної торгівлі
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Чорногорія

- **Міждержавна угода від 18.11.2011**
Угода про вільну торгівлю між Урядом України та Урядом Чорногорії
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 16/1-16.1/2472-ЕП від 08.11.2012**

Діє за умови:

Сертифікат про походження EUR.1

Казахстан

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**
Договір про зону вільної торгівлі
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Молдова

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**
Договір про зону вільної торгівлі
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Білорусь

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**
Договір про зону вільної торгівлі
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Македонія

- **Міждержавна угода від 18.01.2001**
Угода про вільну торгівлю між Республікою Македонія та Україною

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого транспортування"*

Ліцензія Мінекономіки(експорт)

Видається Мінекономіки України або його уповноваженими підрозділами та подається митниці разом з ВМД на товари, що підлягають ліцензуванню при експорті.

Діє з **01.01.2023** до **31.12.2023**

Підстава:

Постанова КМУ № 1466 від 27.12.2022

Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2023 рік

Contract № EX 58-AT	Контракт № EX 58-AT
Ukraine, Kiev area, Kiev 01.09.2023	Україна, Київська обл., м. Київ 01.09.2023
Private Company “Melvita”, France, Ile-de-France, Argenteuil, Avenue de Stalingrad 3 str., in the person of the General Director Lionel Thoreau acting on the basis of Statute, hereinafter referred to as “the BUYER” on the one part, and	ПП «Melvita», Франція, Іль-де-Франс, Аржантей, Проспект Сталінград, 3, в особі генерального директора Ліонеля Торо, що діє на підставі Статуту, іменоване надалі «ПОКУПЕЦЬ», з одного боку, та
LLC «Halma International», 10029, Ukraine, Zhytomyr, Stepan Bandera str, 7, office. 206, in the person of the General Director Laborde Sophie, acting on the basis of statute, hereinafter referred to as “the SELLER” on the other part, both referred to as “PARTIES” and each separately is named as “the PARTY”, have concluded the present Contract as follows:	ТОВ «Алма Інтернешнл», 10029, Україна, м.Житомир, вул.Степана Бандери, буд. 7, оф. 206, в особі Генерального директора Лаборд Софі Джой, що діє на підставі Статуту, іменована надалі «ПРОДАВЕЦЬ», з іншого боку, які іменуються надалі «СТОРОНИ», а кожна окремо «СТОРОНА», уклали цей Контракт про наступне:
1. THE SUBJECT OF THE CONTRACT	1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТУ
1.1. The SELLER undertakes to supply and the BUYER undertakes to accept and pay for the materials, named below as “Goods”, in compliance with the APPENDIXES being the integral part of the Contract.	1.1. ПРОДАВЕЦЬ зобов'язується поставити, а ПОКУПЕЦЬ прийняти та оплатити матеріали, далі іменовані «Товар», відповідно до ДОДАТКІВ, які є невід'ємною частиною цього Контракту.
2. PRICES AND TOTAL VALUE OF THE CONTRACT	2. ЦІНА ТА ЗАГАЛЬНА СУМА КОНТРАКТУ
2.1. The price of the goods is established in Euro (EUR) and is understood to be FCA Kyiv, in accordance with the international rules of interpretation of commercial terms INCOTERMS 2020 and terms of the present Contract.	2.1. Ціна товару встановлена в Євро (EUR) та здійснюється на умовах FCA Київ, відповідно до Міжнародних правил тлумачення торгових термінів ІНКОТЕРМС 2020 та умов цього Контракту.
2.2. The total value of the Contract amounts 10.950,00 € (ten thousand nine hundred fifty Euros).	2.2. Загальна сума Контракту складає 10.950,00 € (десять тисяч дев'ятсот п'ятдесят євро).
2.3. The price of goods includes: the cost of packaging, labeling, commission fees for correspondent bank services.	2.3. У ціну товару включено: вартість пакування, маркування, комісійні платежі за послуги банків-кореспондентів.

<p>2.4. The prices of the goods are firm for the duration of the present Contract and shall not be subject to any revision.</p>	<p>2.4. Ціни залишаються незмінними протягом усього терміну дії цього Контракту.</p>
<p>3. THE TERMS OF PAYMENT</p> <p>3.1. The currency of payment under the present Contract is Euro (EUR)</p>	<p>3. УМОВИ ОПЛАТИ</p> <p>3.1. Валютою платежу за цим Контрактом є Євро (EUR).</p>
<p>3.2. The BUYER effects a payment by the bank transfer onto the account of the SELLER on the ground of the APPENDICES which are the integral part of the present Contract.</p>	<p>3.2. Оплата товару здійснюється ПОКУПЦЕМ банківським переказом на рахунок ПРОДАВЦЯ на підставі ДОДАТКІВ, які є невід'ємною частиною цього Контракту.</p>
<p>4. TERMS AND DATES OF DELIVERY</p> <p>4.1. The goods are delivered on terms of FCA Kyiv, in accordance with the international rules of interpretation of commercial terms INCOTERMS 2020 and terms of the present Contract.</p>	<p>4. УМОВИ І ТЕРМІНИ ПОСТАВКИ</p> <p>4.1. Товар поставляється на умовах FCA Київ, відповідно до міжнародних правил тлумачення торгових термінів ІНКОТЕРМС 2020 та умов цього Контракту.</p>
<p>4.2. The shipping documents should indicate that the goods are to be delivered to the BUYER's storehouse to the following address: France, Ile-de-France, Argenteuil, Avenue de Stalingrad 3 str.</p>	<p>4.2. У відвантажувальних документах має бути зазначено, що товар має бути поставлений на склад ПОКУПЦЯ за наступною адресою: Франція, Іль-де-Франс, Аржантей, Проспект Сталінград, 3.</p>
<p>4.3. The consignee of the goods: Private Company "Melvita", France, Ile-de-France, Argenteuil, Avenue de Stalingrad 3 str.</p>	<p>4.3. Вантажодержувач товару: ПП «Melvita», Франція, Іль-де-Франс, Аржантей, Проспект Сталінград, 3</p>
<p>4.4. The terms and dates of delivery are agreed by the PARTIES in a written form for each consignment and are drawn up as the APPENDIXES to the present Contract. The pre-term deliveries are allowed.</p>	<p>4.4. Терміни поставки узгоджуються СТОРОНАМИ письмово на кожну партію товару та оформлюються ДОДАТКАМИ до цього Контракту. Дострокові поставки дозволені.</p>
<p>4.5. The delivery date is understood to be the date of the transmission of goods to the carrier, which is indicated in the appropriate document of title (CMR).</p>	<p>4.5. Датою поставки вважається дата передачі ПРОДАВЦЕМ товару перевізнику, що зазначається у відповідному товаросупровідному документі (CMR).</p>
<p>4.6. The SELLER is obliged to dispatch the following documents of title together with goods for processing their customs formalities:</p>	<p>4.6. Для проведення митного оформлення товару ПРОДАВЕЦЬ має надіслати разом із товаром такі товаросупровідні документи:</p>

- the Invoice of the SELLER for the cost of goods – 3 (three) originals and 1 (one) copy;	- Рахунок ПРОДАВЦЯ на вартість товару – 3 (три) оригінали та 1 (одна) копія;
- a set of Packing Lists – 3 (three) originals;	- комплект Пакувальних Листів – 3 (три) оригінали;
- the Certificate of Quality of goods issued by the SELLER – 1 (one) original;	- Сертифікат Якості товару, виданий ПРОДАВЦЕМ – 1 (один) оригінал;
- The Certificate of Origin issued by Chamber of Commerce and Industry of the SELLER's country – 1 (one) original;	- Сертифікат Походження, виданий Торгово-промисловою палатою країни ПРОДАВЦЯ – 1 (екз.) оригінал;
- Waybill (CMR) – 1 (one) copy;	- Накладна (CMR) – 1 (одна) копія;
- Technical documentation of goods (instruction, operating rules, schemes and other) – 2 (two) copies;	- Технічна документація на товар (інструкція, правила експлуатації, схеми тощо) – 2 (дві) копії.
4.7. The originals of the documents are sent immediately to the BUYER with the help of courier service.	4.7. Оригінали документів передаються негайно ПОКУПЦЮ кур'єрською поштою.
4.8. The shipping documents provided by the SELLER should correspond to the following requirements:	4.8. Відвантажувальні документи, що надаються ПРОДАВЦЕМ, повинні відповідати наступним вимогам:
4.8.1. The following should be indicated in the Commercial Invoice written out on the cost of the dispatched consignment (3 numbers of originals):	4.8.1. У Комерційному Рахунку, випсаному на вартість відвантаженої партії товару (3 екземпляри оригіналу), має бути зазначено:
- the number of the Contract; - the terms of delivery in compliance with the Contract; - name of the SELLER and the BUYER and their banking details; - the weight of the goods: net and gross (kg); - the country of origin; - the quantity of goods on each position; - the price of goods on each position in the currency of the Contract.	- номер контракту; - Умови поставки за Контрактом; - найменування ПРОДАВЦЯ та ПОКУПЦЯ та їх банківські реквізити; - вага товару: нетто та брутто (кг); - країна походження; - кількість товару з кожної позиції; - ціна товару за кожною позицією у валюті Контракту.
4.8.2. A Packing List (3 numbers of originals) should indicate: - the quantity of the places according to the types of packing; - the type and quantity of packing inside each place of goods; - net and gross weight on each place; - the number of Commercial Invoice and its date; - the number of the Contract and its date; - net and gross weight on each position.	4.8.2. В пакувальному листі (3 екземпляри оригіналу) має бути зазначено: - кількість місць за видами пакування; - вид та кількість упаковок усередині кожного вантажного місця; - вага нетто/брутто за кожним місцем; - номер комерційного рахунку та його дата; - номер Контракту та його дата; - вага нетто/брутто з кожної позиції.

4.9. All the documents should be executed in English.	4.9. Усі документи мають бути оформлені англійською мовою.
4.10. All the expenses, taxes, customs charges and other costs, related to the export of goods from Ukraine, are borne by the BUYER on FCA Kyiv terms.	4.10. Усі витрати, податки, мита та інші витрати, що виникають у зв'язку з вивезенням товару з України, несе ПОКУПЕЦЬ. На основі умов FCA Київ.
4.11. The liability of the SELLER on the goods delivery is considered as executed since the moment indicated in CLAUSE 4.6. of the present Contract. From this point the right of goods' disposal is transferred from the SELLER to the BUYER, as well as the risks in case of losses or damage of goods.	4.11. Обов'язок ПРОДАВЦЯ на постачання товару вважається виконаним з моменту, зазначеного в ПУНКТІ 4.6. цього Контракту. З цього моменту з ПРОДАВЦЯ на ПОКУПЦЯ переходить право розпорядження на товар, а також ризики у разі втрати або пошкодження товару.
5. PACKING	5. ПАКУВАННЯ
5.1. The SELLER is liable to deliver the goods in packages which correspond to the type of goods and are applied for export products in the country of the SELLER. The packing should provide complete safety of goods, keeping them from any damages and corrosion while transportation, frequent transshipments, and long-term storage at the warehouse.	5.1. ПРОДАВЕЦЬ зобов'язаний поставити товар в пакуванні, що відповідає характеру товару та застосовується для експортних товарів у країні ПРОДАВЦЯ. Пакування повинне забезпечити повне збереження товару від різноманітних пошкоджень і корозії під час перевезення, багаторазових навантажень, і навіть від тривалого зберігання у складському приміщенні.
5.2. The SELLER bears full responsibility for the damages of goods and losses occurred due to improper packing.	5.2. ПРОДАВЕЦЬ несе повну відповідальність за пошкодження товару та збитки, що сталися внаслідок неналежної упаковки.
5.3. Each separate place of packed goods is enclosed with the packing list.	5.3. Кожне окреме місце упакованого товару забезпечується пакувальним листом.
5.4. The Buyer obliged to sign the contracts with the third parties and to act according to the current Belgium legislation regarding the procedure of packages collection and utilization.	5.4. Покупець зобов'язується вжити необхідних дій, укласти необхідні договори на території Бельгії з метою збору та утилізації пакування на виконання вимог чинного законодавства Бельгії.
6. MARKING	6. МАРКУВАННЯ
6.1. Each package is to be marked with the following markings made in indelible paint (in French and/or English):	6.1. На кожну упаковку фарбою, що не змивається, наноситься наступне маркування (французькою та/або англійською мовою):
<ul style="list-style-type: none"> - the BUYER, the SELLER; - Contract №, № of Appendix; - consignee and his address; - gross weight, kg; 	<ul style="list-style-type: none"> - ПОКУПЕЦЬ, ПРОДАВЕЦЬ; - контракт №, № додатка; - вантажоодержувач та його адреса; - вага бруто, кг;

<p>- net weight, kg; - warnings (careful, do not turn over, upper side); - the size of package.</p>	<p>- вага нетто, кг; - застереження (обережно, не кантувати, верх); - Розміри тари.</p>
<p>6.2. The marking on each item of goods must correspond to the names according to Appendix to the present Contract.</p>	<p>6.2. Маркування на кожній одиниці товару має відповідати найменуванням згідно з Додатком до цього Контракту.</p>
<p>6.3. The places of each delivery is numbered by fractional numbers, numerator indicates the sequence number of place, denominator – total quantity of places where the goods are packed.</p>	<p>6.3. Місця кожної поставки нумеруються дробовими числами, чисельник – порядковий № місця, а знаменник – загальна кількість місць, у яких упакований товар.</p>
<p>6.4. The place of the centre of gravity must be indicated by indelible paint on each place which gross weight is more than 500 kg and/or height more than 1 m. The centre of gravity is to be marked by the sign “+” and the letters “CG”. The points of place’s strapping of goods must be marked as well.</p>	<p>6.4. На кожному місці вагою брутто більше 500 кг та/або висотою більше 1м, повинно бути вказане незмивною фарбою місце знаходження центру ваги, позначеного знаком «+» та літерами «ЦТ». Точки стропування місця товару також мають бути марковані.</p>
<p>6.5. The SELLER is obliged to reimburse to the BUYER all additional expenses, which may arise due to incorrect and/or incomplete marking of the goods.</p>	<p>6.5. ПРОДАВЕЦЬ зобов'язаний відшкодувати ПОКУПЦЮ всі додаткові витрати, які можуть виникнути внаслідок неправильного та/або неповного маркування товару.</p>
<p>7. GUARANTEE</p> <p>7.1. The SELLER guarantees to deliver the newly produced goods, which were not stored more than 6 months prior the delivery date, according to construction, material quality and the fulfillment corresponding to the terms of the Contract and requirements of the plant-producer. The last ones are confirmed by the Certificate of Quality.</p>	<p>7. ГАРАНТІЯ</p> <p>7.1. ПРОДАВЕЦЬ гарантує постачання нововиготовленого товару, який не зберігався більш ніж 6 місяців до дати поставки, за конструкцією, якістю матеріалів та виконанням відповідного контрактним умовам та вимогам заводу виробника, що підтверджується Сертифікатом Якості.</p>
<p>7.2. If delivered goods do not correspond with the terms of the present Contract, ia. they have defects and/or the guaranteed characteristics are absent, then the SELLER is obliged to substitute low-quality goods for free.</p>	<p>7.2. Якщо поставлений товар не відповідає умовам цього Контракту, тобто має дефекти та/або відсутні гарантовані властивості, то ПРОДАВЕЦЬ зобов'язується безкоштовно замінити неякісний товар.</p>
<p>7.3. The filling up of the incomplete delivery on terms of «CIP Zaventem» or substitution of the defective goods and the filling of shortage on terms of «CIP Zaventem» is carried out not later than 15 (fifteen) calendar days since the date of claim receipt from the BUYER.</p>	<p>7.3. Заповнення недопоставки на умовах «CIP Завентем» або заміна браку та поповнення недостачі на умовах «CIP Завентем» провадиться не пізніше 15 (п'ятнадцяти) календарних днів від дати отримання претензії ПОКУПЦЯ.</p>

<p>7.4. The guarantee period for the goods amounts 12 (twelve) months since the date of beginning of exploitation, but not more than 18 (eighteen) months since the date of delivery.</p>	<p>7.4. Гарантійний термін на товар становить 12 (дванадцять) місяців від дати початку експлуатації, але не більше ніж 18 (вісімнадцять) місяців від дати поставки.</p>
<p>8. CLAIMS</p>	<p>8. ПРЕТЕНЗІЇ</p>
<p>8.1. The BUYER has the right to assert the claim as to the quality of goods not later than in 60 (sixty) days from the date of the document of title (CMR) pointed out in the CLAUSE 4.6.</p>	<p>8.1. Покупець має право заявити претензію щодо якості товару не пізніше 60 (шістдесяти) днів з моменту, зазначеного у товаророзпорядчому документі (CMR), зазначеному в пункті 4.6.</p>
<p>8.2. The date of postmark on the envelope while posting is considered the date of claim announcement.</p>	<p>8.2. Датою заяви претензії вважається дата поштового штемпеля на конверті під час надсилання кореспонденції.</p>
<p>8.3. The SELLER must reply to the BUYER within 30 (thirty) calendar days, from the date of claiming, about the subject of claim and accept or decline it, having indicated the reasons of its declining.</p>	<p>8.3. Протягом 30 (тридцяти) календарних днів від дати заяви претензії ПРОДАВЕЦЬ повинен відповісти ПОКУПЦЮ по суті претензії та прийняти або відхилити її із зазначенням причин, з яких вона відхиляється.</p>
<p>8.4. The allowance of claim is arranged within the term of 10 (ten) days, but the substitution of the defected goods is performed within the term of 15 (fifteen) calendar days from the date of corresponding claim announcement or according to the date of delivery agreed in the Contract.</p>	<p>8.4. Задоволення претензії здійснюється у строк 10 (десять) днів, однак заміна дефектного товару провадиться у строк до 15 (п'ятнадцяти) календарних днів від дати пред'явлення відповідної претензії або за погодженими у Контракті термінами постачання.</p>
<p>8.5. The substitution of the defected goods or the filling up of the incomplete delivery of goods' volume on time, does not release from responsibility foreseen in the present Contract.</p>	<p>8.5. Заміна браку або доповнення недопоставленого в строк обсягу товару не звільняє від відповідальності, передбаченої цим Контрактом.</p>
<p>8.6. In case of refusal to deliver the goods on payment receipt by the SELLER, the SELLER must pay back the sums of advance payment within 5 (five) banking days and reimburse all expenses to the BUYER borne by him in connection with the payment on the present Contract.</p>	<p>8.6. У разі відмови від поставки товару після отримання оплати ПОДАВЦЕМ, ПРОДАВЕЦЬ протягом 5 (п'яти) банківських днів зобов'язаний повернути суми передоплати та відшкодувати всі витрати ПОКУПЦЯ, понесені ним у зв'язку з оплатою за цим Контрактом.</p>
<p>9. FORCE-MAJEURE</p>	<p>9. ФОРС-МАЖОР</p>
<p>9.1. Under force-majeure circumstances the irreversible, unforeseen, independent from the will of the PARTIES circumstances are</p>	<p>9.1. Під форс-мажорними обставинами маються на увазі незворотні, непередбачені, незалежні від волі СТОРІН обставини (наприклад, війни, у</p>

<p>understood (for example wars, including those which are not declared, embargo, disorders, rebellions, fire, sabotage, nature disasters, inhibitory actions of the government authorities, delays in receipt of entrance visas to Italy which exceed 30 days).</p> <p>Force-majeure circumstances are confirmed:</p> <ul style="list-style-type: none"> - from the side of BUYER – by the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine; - from the side of the SELLER – by the Chamber of Commerce and Industry of France. 	<p>тому числі не оголошені, ембарго, заворушення, повстання, пожежа, саботаж, природні лиха, що забороняють дії урядової влади, затримки в отриманні що перевищують 30 днів).</p> <p>Форс-мажорні обставини підтверджуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - з боку ПОКУПЦЯ – Торгово-промисловою палатою України; - з боку ПРОДАВЦЯ – Торгово-промислової палати Франції.
<p>9.2. When force-majeure circumstances occur, the obligations of the PARTIES, which could not be fulfilled due to such circumstances, are automatically prolonged for the validity of force-majeure circumstances without applying penalty provisions.</p> <p>In any case PARTIES will do all possible to renew with the shortest possible delay the fulfillment of obligations, postponed due to occurrence of the force-majeure circumstances. The PARTIES must inform each other within the next 7 (seven) calendar days about the beginning and cessation of force-majeure circumstances. If one of the PARTIES does not fulfill above mentioned obligations, such PARTY will not have the right to refer to the force-majeure circumstances in the corresponding authorities.</p>	<p>9.2. У разі настання форс-мажорних обставин зобов'язання СТОРІН, які через них не можуть виконуватись, автоматично продовжуються, без накладення штрафних санкцій, на період дії таких обставин.</p> <p>У будь-якому випадку, СТОРОНИ зроблять все можливе, щоб у найкоротший термін відновити виконання зобов'язань. СТОРОНИ зобов'язані проінформувати один одного протягом наступних 7 (семи) календарних днів про початок та завершення форс-мажорних обставин. Якщо одна зі СТОРІН не виконає вищезгадане зобов'язання, то вона не матиме права посилаючись на форс-мажорні обставини у відповідних інстанціях.</p>
<p>9.3. In case if force-majeure circumstances last more than three months, the BUYER has the right to cancel the present Contract unilaterally.</p>	<p>9.3. У випадку, якщо форс-мажорні обставини триватимуть понад три місяці, ПОКУПЕЦЬ має право в односторонньому порядку розірвати цей Контракт.</p>
<p>9.4. The PARTY which is unable to fulfill its obligations under the present Contract is to inform other PARTY within 7 (seven) calendar days about the beginning and cessation of the circumstances preventing from the obligations' fulfillment.</p>	<p>9.4. СТОРОНА, яка не може виконати своїх зобов'язань за цим Контрактом, зобов'язана протягом 7 (семи) календарних днів інформувати інший СТОРОНУ про виникнення та припинення обставин, що перешкоджають виконанню зобов'язань.</p>
<p>Untimely, more than 7 (seven) calendar days notification of beginning and cessation of the force-majeure circumstances, releases PARTIES from the right to refer to the force-majeure circumstances in future.</p>	<p>Несвоєчасне, понад 7 (сім) календарних днів, повідомлення про настання або припинення форс-мажорних обставин позбавляє СТОРОНИ права посилаючись на них надалі.</p>
<p>The certificate issued by the regional subdivision of Chamber of Commerce and Industry of the country, where the force-</p>	<p>The certificate issued by the regional subdivision of Chamber of Commerce and Industry of the country, where the force-majeure circumstances occurred is</p>

<p>majeure circumstances occurred is sufficient evidence of presence of such force-majeure circumstances and their duration.</p>	<p>sufficient evidence of presence of such force-majeure circumstances and their duration.</p>
<p>10. RESPONSIBILITIES OF THE PARTIES</p> <p>10.1. The responsibilities of the PARTIES come into force in case of non-fulfillment or improper fulfillment of their obligations as to the present Contract.</p>	<p>10. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН</p> <p>10.1. Відповідальність СТОРІН настає у разі невиконання або неналежного виконання своїх зобов'язань за цим Контрактом.</p>
<p>10.2. On untimely payment for goods the BUYER pays to the SELLER a forfeit in the amount of 0,1% (zero comma one percent) from the amount of payment for each day of delay.</p>	<p>10.2. При несвоєчасній оплаті товару ПОКУПЕЦЬ сплачує ПРОДАВЦЮ неустойку у розмірі 0,1% (нуль кома одного відсотка) від суми платежу за кожен день прострочення.</p>
<p>10.3. On delivery of goods of improper quality the SELLER pays to the BUYER on his demand the penalty in amount of 10 % (ten percent) from the cost of the goods of improper quality, and also the Seller substitute the goods of improper quality on DDP – France, Ile-de-France, Arganteuil, Avenue de Stalingrad 3 str., terms.</p>	<p>10.3. При поставці товару неналежної якості ПРОДАВЕЦЬ на вимогу ПОКУПЦЯ виплачує останньому штрафну неустойку у розмірі 10% (десяти відсотків) від вартості товару неналежної якості, а також Продавець здійснює заміну неякісного Товару на умовах DDP – Франція, Іль-де-Франс, Аржантей, Проспект Сталінград, 3.</p>
<p>10.4. In case if delivery of goods and/or documents' transmission, foreseen by the present Contract are delayed, the SELLER pays to the BUYER a forfeit in the amount of 0,1% (zero comma one decimal percent) from the cost of untimely delivered goods, or from the cost of goods for which the documents were sent with delay, for each day of such delay.</p>	<p>10.4. У разі прострочення постачання товару та/або прострочення передачі документів, передбачених цим Контрактом, продавець сплачує ПОКУПЦЮ неустойку у розмірі 0,1% (нуль одна десята відсотка) від вартості не поставленого в строк товару або від вартості товару, на який документи були передані з простроченням, за кожен день запізнення.</p>
<p>10.5. In case of incomplete delivery of the Goods the SELLER at the request of the BUYER has to pay to the Buyer the penalty in amount 10% (ten percents) from the cost of the undelivered Goods and also the Seller has to complete the delivery of Goods on FCA Kyiv terms.</p>	<p>10.5. При недопоставці товару ПРОДАВЕЦЬ на вимогу ПОКУПЦЯ виплачує останньому штрафну неустойку у розмірі 10% (десяти відсотків) від вартості недопоставленого товару, а також Продавець здійснює доставку Товару на умовах FCA Київ.</p>
<p>11. ARBITRATION</p> <p>11.1. All disputes or disagreements which may arise from the present Contract or in connection therewith, if it is not possible to settle by negotiations, shall be subject to final settlement in accordance with the</p>	<p>11. АРБИТРАЖ</p> <p>11.1. Усі суперечки або розбіжності, які можуть виникнути з цього Контракту або у зв'язку з ним, у разі неможливості їх врегулювання шляхом переговорів, підлягають остаточному вирішенню відповідно до</p>

Rules of Conciliation and Arbitration of Paris International Chamber of Commerce by one or two arbiters appointed in accordance with the above-mentioned Rules. Arbitration proceedings shall take place in the Arbitration Chamber of the city of Lugano (Switzerland).	Регламенту Примирення та Арбітражу Міжнародної торгової палати Парижа одним або двома призначеними суддями відповідно до зазначеного Регламенту. Місцем провадження арбітражу буде Арбітражна Палата м. Лугано (Швейцарія).
11.2. The place of arbitration – city of Lugano (Switzerland). The applied law is the law of Ukraine.	11.2. Місце проведення арбітражу – Лугано (Швейцарія). Право, що застосовується – право України.
11.3. The official language for the arbitrage is English.	11.3. Офіційна мова арбітражного провадження – англійська.
12. OTHER TERMS	12. ІНШІ УМОВИ
12.1. The observance of formalities related to the receipt of permission for goods applying in Ukraine is liability of the BUYER.	12.1. Дотримання формальностей, пов'язаних із отриманням дозволу на застосування товару в Україні, є відповідальністю ПОКУПЦЯ.
The liability of the SELLER is to provide the BUYER with the technical documentation related to the receipt of such permission on his request.	Обов'язком ПРОДАВЦЯ є забезпечення ПОКУПЦЯ всією технічною документацією, що стосується отримання такого дозволу на його прохання.
12.2. All correspondence related to the execution of the present Contract will be performed in Ukrainian or English.	12.2. Все листування, пов'язане з виконанням цього Контракту, вестиметься українською або англійською мовами.
12.3. A metric system is used in the drawings and technical documentation.	12.3. У кресленнях та технічній документації використовується метрична система.
12.4. After the Contract has been signed all the preliminary agreements, discussions, and also previous contracts and correspondence between the PARTIES which have concluded this Contract are to be considered null.	12.4. Після підписання Контракту всі попередні угоди, домовленості, а також попередні контракти та листування між Сторонами, що уклали цей Контракт, стають недійсними.
12.5. None of the PARTIES has the right to delegate its rights and liabilities according to the present Contract to the third party.	12.5. Жодна зі СТОРІН не має права передавати свої права та обов'язки з цього Контракту третій стороні.
12.6. The present Contract becomes effective and comes into full force from the moment of signing by both PARTIES and is valid till 31.12.2023.	12.6. Цей Контракт стає дійсним і набуває чинності з моменту його підписання обома Сторонами та діє до 31.12.2023 р.
12.7. The APPENDIXES are the integral part of the present Contract.	12.7. ДОДАТКИ є невід'ємною частиною цього Контракту.

<p>12.8. The Contract and all documentation connected to it, changes, addendums and appendixes which were sent by e-mail or facsimile communication, operate equally.</p>	<p>12.8. Контракт та всі документи, пов'язані з цим Контрактом, зміни, доповнення та додатки, надіслані за допомогою електронної пошти або факсимільного зв'язку, мають однакову юридичну силу.</p>
<p>12.9. The present Contract is executed in three copies in English and Russian. For interpretation of the present Contract the text written in Russian is prevailing, even if the Contract is executed in other language. Two originals are for the BUYER and one is for the SELLER.</p>	<p>12.9. Цей Контракт складено у трьох примірниках англійською та українською мовами. Для інтерпретації цього Контракту текст українською є превалюючим, навіть якщо цей Контракт складений іншою мовою. Два оригінали - для ПОКУПЦЯ і один - для ПРОДАВЦЯ.</p>
<p>13. LEGAL ADDRESSES OF THE PARTIES</p>	<p>13. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ СТОРІН</p>
<p><u>13.1. BUYER</u></p>	<p><u>13.1. ПОКУПЕЦЬ</u></p>
<p>Private Company “Melvita” France, Ile-de-France, Argenteuil, Avenue de Stalingrad 3 str.</p>	<p>ПП «Melvita» Франція, Іль-де-Франс, Аржантей, Проспект Сталінград, 3</p>
<p><u>13.2. SELLER</u></p>	<p><u>13.2. ПРОДАВЕЦЬ</u></p>
<p>LLC Halma International Location: 10029, Zhytomyr, Stepan Bandera str, 7, office. 206 EDRPOU code 43028768 account No. UA 683117440000026003055831638 in Zhytomyr branch of JSC CB "PRIVATBANK", MFO 311744</p>	<p>ТОВ «Алма Інтернешнл» Місцезнаходження: 10029, м.Житомир, вул.Степана Бандери, буд. 7, оф. 206 Код ЄДРПОУ 43028768 р/р № UA 683117440000026003055831638 в Житомирському РУ АТ КБ «ПРИВАТБАНК», МФО 311744</p>