

**Державний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра міжнародного менеджменту**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на тему:

**ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСПОРТУ ФАРБИ ДЛЯ ВОЛОССЯ**  
**(за матеріалами АТ «Фабрика «Комбі», м. Київ)**

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

Сорокіна Марія  
Костянтинівна

Науковий керівник  
к. е. н.,  
доцент кафедри міжнародного  
менеджменту

Слоква Марина  
Григорівна

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, освітня програма: Менеджмент, Менеджмент ЗЕД

Затверджую

Зав. кафедри \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

### Завдання

#### на випускню кваліфікаційну роботу студентці

Сорокіній Марії Костянтинівні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

Організація експорту фарби для волосся (за матеріалами АТ «Фабрика Комбі»,

м. Київ)

Затверджена наказом ДТЕУ від «12» 01 2023 р. №38

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

22 травня 2023

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи: Опрацювання пропозицій щодо розширення напрямів діяльності обраного підприємства – АТ «Фабрика «Комбі» та економічне обґрунтування його виходу на новий ринок збуту.

Об'єкт дослідження: Система менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Предмет дослідження: практичне обґрунтування напрямів розширення діяльності підприємства АТ «Фабрика «Комбі» у сфері експорту

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

### РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД АТ «ФАБРИКА «КОМБІ»

1.1. Загальна характеристика фінансового стану АТ «Фабрика «Комбі»

1.2. Аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства

### РОЗДІЛ 2. АРГУМЕНТАЦІЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ КРЕМ-ФАРБИ ДЛЯ ВОЛОССЯ АТ «ФАБРИКИ «КОМБІ»

2.1. Окреслення основних тенденції розвитку світового ринку фарб для волосся

2.2. Оцінка перспектив експорту крем-фарби АТ «Фабрика «Комбі» до Словаччини

### РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ КРЕМ-ФАРБИ ДО СЛОВАЧЧИНИ

3.1. Алгоритм здійснення експортної операції до Словаччини

3.2. Прогнозна оцінка щодо ефективності зовнішньоекономічної операції

### 5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускного кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	до 15 грудня	10 грудня
2.	Оформлення і затвердження завдання на випуск кваліфікаційну роботу	до 1 лютого	31 січня
3.	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 15 березня	7 березня
4.	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 10 квітня	9 квітня
5.	Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 05 травня	3 травня
6.	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові	до 15 травня	8 травня
7.	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 22 травня	21 травня
8.	Перевірка випускної кваліфікаційної роботи на унікальність	до 22 травня	22 травня
9.	Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії	за окремим графіком	12 червня
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії	за окремим графіком	15 червня

6. Дата видачі завдання « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи: Слоква Марина Григорівна

8. Гарант освітньої програми: П'янкova Оксана Василівна

9. Завдання прийняла до виконання студентка: Сорокіна М.К.

## 10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студенткою Сорокіною Марією Костянтинівні було підготовлено випускну кваліфікаційну роботу на здобуття освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент ЗЕД» на тему «Організація експорту фарби для волосся» за матеріалами АТ «Фабрика Комбі», м. Київ. За змістом підготовлена робота відповідає заявленій темі. Роботу було виконано та подано у встановлені графіком терміни. У першому розділі роботи було виконано аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства, його зовнішньоекономічну діяльність. У другому розділі роботи було висвітлено особливості світового ринку фарб для волосся, визначено пріоритетний Словаччину як напрям експорту для АТ «Фабрика Комбі». Третій розділ роботи присвячено обґрунтуванню управлінського рішення щодо експортної операції з постачання фарби для волосся до Словаччини та оцінці ефективності.

При написанні роботи студентка користувалась: даними бухгалтерської звітності АТ «Фабрика Комбі», статистичними даними щодо зовнішньої торгівлі фарбою для волосся, нормативно-правовими документами, що регламентують питання зовнішньої торгівлі. У роботі було застосовано різноманітний інструментарій дослідження. Студентка під час роботи продемонструвала ґрунтовні знання зі спеціальності, навички дослідницької та аналітичної роботи. Висновки та пропозиції, що містяться в роботі, є обґрунтованими та придатними до практичного застосування у діяльності АТ «Фабрика Комбі».

Отже, по роботі Сорокіної М. К. можна зробити висновок, що у цілому, вона підготовлена із дотриманням існуючих до робіт такого рівня вимог, що дозволяє її допустити до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(підпис, прізвище, ініціали)

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

## АНОТАЦІЯ

**Сорокіна М.К. « Організація експорту фарби для волосся (за матеріалами АТ «Фабрика «Комбі», м. Київ)»**

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації експортної поставки фарби для волосся до Словаччини, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку фарб для волосся, обґрунтування вибору Словаччини як країни-контрагента для реалізації експортного потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо експорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності поставки фарби до Словаччини.

**Ключові слова:** суб'єкт ЗЕД, експорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, фарба для волосся, Словаччина.

## SUMMARY

**Sorokina M.K. “Organization of hair dye export (based on materials of “Factory “Kombi” PJSC, Kyiv)”**

Graduation thesis for the “Management” specialty with a educational program in “Management of Foreign Economic Activity”. State Trade and Economics University, Kyiv, 2023.

The graduation thesis is devoted to practical aspects of organizing export supplies of hair dye to Slovakia, which includes: studying the functioning of the enterprise-subject of foreign economic activity, analyzing the global market for hair dyes, justifying the choice of Slovakia as a counterparty country for the implementation of the export potential of a domestic manufacturer, implementing a managerial decision regarding export through organizational support and a forecast evaluation of the effectiveness of supplying hair dye to Slovakia.

**Keywords:** subject of foreign economic activity, export, managerial decision, organizational support, hair dye, Slovakia.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД АТ «ФАБРИКА «КОМБІ»</b>	<b>5</b>
1.1. Загальна характеристика фінансового стану АТ «Фабрика «Комбі»	5
1.2. Аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства	11
<b>РОЗДІЛ 2. АРГУМЕНТАЦІЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ КРЕМ-ФАРБИ ДЛЯ ВОЛОССЯ АТ «ФАБРИКИ «КОМБІ»</b>	<b>17</b>
2.1. Окреслення основних тенденції розвитку світового ринку фарб для волосся	17
2.2. Оцінка перспектив експорту крем-фарби АТ «Фабрика «Комбі» до Словаччини	24
<b>РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ КРЕМ-ФАРБИ ДО СЛОВАЧЧИНИ</b>	<b>30</b>
3.1. Алгоритм здійснення експортної операції до Словаччини	30
3.2. Прогнозна оцінка щодо ефективності зовнішньоекономічної операції	37
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b>	<b>48</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>49</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	<b>53</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Зовнішньоекономічна діяльність розглядається зараз як істотний сектор національної економіки, що справляє вагомий вплив на економічний розвиток країни. Нині практично немає галузі, яка прямо чи опосередковано не мала б зв'язків із зовнішніми ринками. Ця діяльність реалізується як на рівні держави, так і на рівні окремих господарюючих суб'єктів.

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

**Метою випускної кваліфікаційної роботи** є опрацювання пропозицій щодо розширення діяльності обраного підприємства – АТ «Фабрика «Комбі» та економічне обґрунтування його виходу на новий ринок збуту. Для досягнення мети дослідження було поставлено та вирішено **основні завдання**:

- Охарактеризувати підприємство АТ «Фабрика «Комбі» та дослідити детально її фінансову діяльність;
- Дослідити діяльність підприємства на міжнародному ринку;
- Обґрунтувати можливість розширення діяльності на основі аналізу зовнішньоекономічної ситуації;
- Розробити план та процедури для реалізації експортної операції;
- Оцінити ефективність запропонованої угоди.

**Об'єктом дослідження** є система менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства у розрізі формування виходу на нові ринки збуту.

**Предмет дослідження:** практичне обґрунтування напрямів розширення діяльності підприємства АТ «Фабрика «Комбі» у сфері експорту.

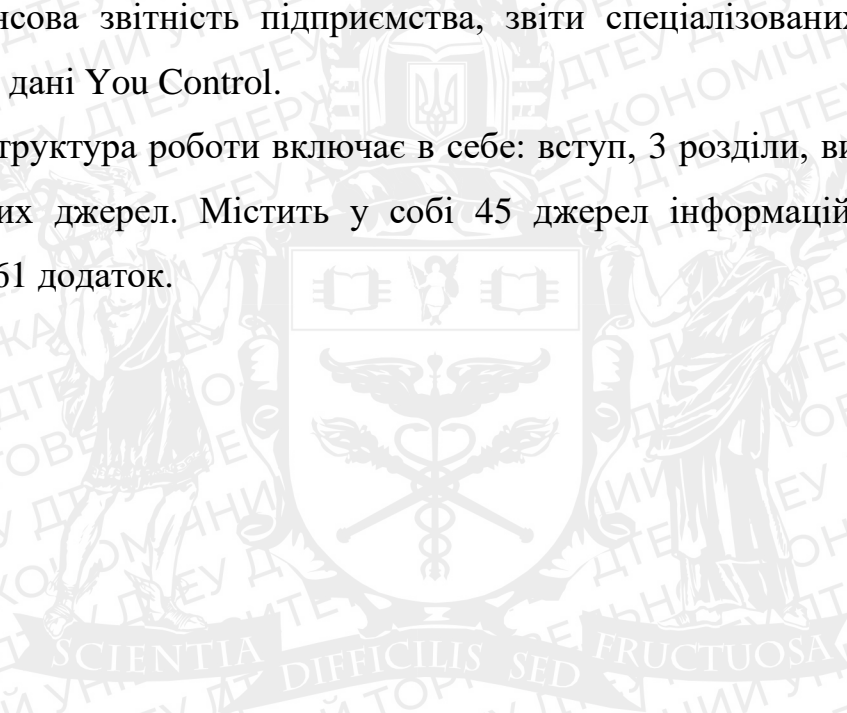
**Базою дослідження** служить АТ «Фабрика «Комбі».

**Методи дослідження.** При дослідженні розвитку ринку фарб для волосся та зовнішньоекономічної діяльності компанії "Комбі" було використано різні методи аналізу, такі як статистичний, фінансово-економічний та кількісно-якісний порівняння. Також, було застосовано метод систематизації для об'єднання

інформації у єдину систему та компаративний аналіз для порівняння наявних та альтернативних договорів. Для аргументації запропонованого напрямку розширення діяльності використовувався метод сценаріїв. Крім того, було використано методи теоретичного узагальнення, зокрема метод індукції та дедукції, які були використані для написання вступу та висновків.

В ході дослідження було використано матеріали Державної служби статистики та дані міжнародних організацій – ІТС. Інформаційною основою роботи стала фінансова звітність підприємства, звіти спеціалізованих підприємств та статистичні дані You Control.

Дана структура роботи включає в себе: вступ, 3 розділи, висновки та список використаних джерел. Містить у собі 45 джерел інформацій, 14 таблиць, 10 рисунків й 61 додаток.





## РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД АТ «ФАБРИКА «КОМБІ»

### 1.1. Загальна характеристика фінансового стану АТ «Фабрика «Комбі»

Приватне акціонерне товариство «Фабрика «Комбі» (надалі АТ «Фабрика «Комбі») є українським виробником косметики. Товариство засноване у 1992 році в місті Київ. Діє відповідно чинного законодавства України, за формою власності є приватним підприємством. Основні відомості щодо емітента надані в таблиці 1.1.

«Фабрика «Комбі» – це сучасне виробництво натуральної косметики й товарів гігієни, яке доступне для кожного. Підприємство успішно працює протягом більш ніж 30 років і має широку збутову мережу. На фабриці налічується близько 400 співробітників. Підприємство випускає продукцію під дев'ятьма брендами: Jee Cosmetics, Sensual Line, Regular, Нотатон, Elitan, Royal-Med, Perlen, L'elixir, Corallo [1]. У емітента зареєстровано 5 торгових марок та налічується близько 350 позицій.

Таблиця 1.1

#### Основні відомості про емітента

Ознака	Характеристика
Повне найменування юр.особи	Приватне акціонерне товариство «Фабрика «Комбі»
Організаційно-правова форма	Приватне акціонерне товариство
Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ	19016050
Юридична адреса	07342, Київська обл., с. Пірнове, вул. Київська, 29
Галузь	Парфюмерно-косметична промисловість
Види діяльності за КВЕД	<b>Основний:</b> 20.42 Виробництво парфумних і косметичних засобів <b>Інші:</b> 17.22 Виробництво паперових виробів господарсько-побутового та санітарно-гігієнічного призначення 20.41 Виробництво мила та мийних засобів, засобів для чищення та полірування 82.92 Пакування 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля 47.75 Роздрібна торгівля косметичними товарами та туалетними приналежностями в спеціалізованих магазинах
Розмір статутного фонду	1 530 000 грн.
Власник	Триліський Володимир Маркович

Джерело: побудовано автором на основі даних [1] та [2].

На території України підприємство «Комбі» було першим, хто запропонував розфасування фарб для волосся у саше пакети, не дивлячись на ризики. На той час чимало користувачів вже звикли до стандартного упакування, в тубиках. І не було жодних гарантій, чи зрозуміє ринок ці зміни. Однак, завдяки такому нововведенню сировинна собівартість продукції «Комбі» знизилася, а підприємство стало ефективніше працювати.

З того моменту компанія пережила багато коливань, як позитивних, так і негативних. Як очікувалося, у компанії з'явилися конкуренти, ринок з часом почав змінюватися. Проте, увага не була приділена важливому аспекту – сировинній базі, і це призвело до низької рентабельності діяльності компанії.

Але з середини 2017 року компанія розпочала процес перебудови. По-перше, проведено ребрендинг продукту, а по-друге, було покращено якість продукції та змінено сировинну базу. Також було розширено асортимент, що включало зубні пасти, косметичні креми, тонуючі засоби, маски для волосся, шампуні, міцелярну воду та інші товари. Власне 2018-2021 роки можна відзначити як етап розвитку, тому слід проаналізувати фінансовий стан компанії, його динаміку за цей період (Додаток А.1-3).

Аналіз фінансово-господарської діяльності організації – це поглиблене науково обґрунтоване вивчення діяльності організації з метою підвищення ефективності її роботи [3, ст. 209]. Проаналізувавши структуру та динаміку необоротних активів компанії за чотири роки, можемо спостерігати їх скорочення на 26% в середньому за рік (Дод. Б.1). Зменшення свідчить про продаж основних засобів, нарахування амортизації або ж про списання основних засобів у зв'язку з їх ліквідацією. На фабриці «Комбі» це відбувається шляхом зносу основних засобів.

За досліджуваний період спостерігається збільшення оборотних активів, його сума у 2021 році становить 34,2 млн грн., що на 6,4 млн грн., або 23,05% більше у порівнянні з 2018 роком. Так, приріст запасів, в середньому на 14,8% на рік, свідчить про нарощування виробництва, що є доволі позитивним фактором. Однак, постійне зростання обсягу готової продукції може вказувати на незадовільну роботу відділу збуту, зниження попиту на продукцію тощо. Збільшення

дебіторської заборгованості є позитивним знаком, за 4 роки виріс на 0,8 млн грн., або 22,5%.

Власний капітал у звітному році проти 2018-го року збільшився, його сума у 2021 р. становить 19,31 млн грн., що більше на 3,8 млн грн., або 24,44% у порівнянні з 2018 (Дод. Б.1). Розглядаючи динаміку протягом досліджуваного періоду, можемо відзначити, що капітал стабільно зростає, у середньому в рік на 7,75%.

У 2018-му році позиковий капітал становив -255 тис. грн. Це вважається негативним явищем, оскільки більша частина в складі пасивів прийшла на зобов'язання, а не на власний капітал. Натомість у 2019 році ситуація значно покращилася, показник збільшився майже на 5 млн грн.

Аналіз основних фінансових показників підприємства показує, що АТ «Фабрика «Комбі» розвивається, однак відсутня стабільність показників. Чистий дохід від реалізації продукції у 2021 році виріс на 16,7%, або 3,89 млн грн. відносно попереднього року (Дод. Б.2). А порівняно з 2018 роком значення виросло на 10,5 млн грн., або 62,9%. Проте досліджуючи показник чистого прибутку, значення є доволі волатильним, хоча й є тенденція до скорочення. Якщо аналізувати зміни за 4 роки, то прибуток збільшився на 510 тис. грн., однак у період 2019-2021 років – зменшується на 35,6% щорічно.

Одним із найважливіших показників фінансового стану компанії, які слід дослідити, є рентабельність підприємства, або, як ще називають, маржа чистого прибутку. Відстежуючи збільшення і зменшення рентабельності чистого прибутку, підприємство може оцінити, наскільки ефективною є поточна практика, і прогнозувати прибуток на основі виторгу [4, ст. 2–4].

Аналізуючи фактичні значення помітно, що чиста маржа є доволі волатильною. Показник то різко зростає, то скорочується. За підсумком 2021 року рентабельність діяльності склала 2% (Табл. 1.2). Дане значення є середнім по галузі, однак чим вища маржа, тим більш ефективною вважається компанія з точки зору конвертації продажів у реальний прибуток [5, ст. 18]. Збільшити показник можна або завдяки зниженню виробничих і комерційних витрат, або внаслідок збільшення виторгу від продажів.

### Динаміка показників рентабельності підприємства за 2018-2021 роки

Показник	Фактичні значення				Абсолютний приріст			Темпи приросту, %		
	2018	2019	2020	2021	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2019	2020	2021
Рентабельність діяльності (Чиста маржа)	0,18	13,09	4,25	1,99	12,91	-8,85	-2,26	7183,60	-67,58	-53,20
Рентабельність активів	0,10	8,13	2,99	1,52	8,03	-5,13	-1,48	8375,49	-63,16	-49,30
Рентабельність власного капіталу	0,19	14,14	5,19	2,80	13,95	-8,95	-2,39	7212,39	-63,30	-46,10
Економічна рентабельність	0,11	9,87	3,65	1,85	9,76	-6,22	-1,80	8722,85	-62,98	-49,30

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Зіставлення показників ROA і ROE дозволяє визначити ефективність застосування підприємством додаткових фінансових ресурсів. Також показовою є залежність одного коефіцієнта від іншого: що більше позикових коштів в активах компанії, то більшою буде різниця між показниками [6, с. 742]. У 2021 році рентабельність активів становила 1,5% та власного капіталу – 2,8%.

Наступним, не менш важливим показником є коефіцієнт автономії, що характеризує незалежність підприємства від позикових коштів і відбиває частку власних коштів у загальній величині всіх коштів підприємства, тобто відбиває структуру капіталу [7]. Нормативне значення показника перебуває в межах 0,4 - 0,6 (Табл. 1.3). Дещо нижче значення є свідченням високого рівня фінансових ризиків, а вище 0,6 значить, що компанія не використовує весь свій потенціал [8]. В результаті розрахунків визначено, що за підсумком 2021 року коефіцієнт у порівнянні з 2018 роком збільшився на 9,4% і становить 0,54. Тобто, компанія здатна профінансувати 54,3% активів за рахунок власного капіталу.

Коефіцієнт фінансової заборгованості – це показник, який вимірює загальну заборгованість компанії від її активів [9]. Загалом показник має тенденцію щодо скорочення, у 2018 році він становив 0,5; у 2019 р. – 0,43 та у 2020 р. – 0,42.

За три роки він зменшився на 16,1%. У 2021 році спостерігається зростання коефіцієнта до 0,46, що свідчить про збільшення частки залучених коштів.

**Динаміка показників фінансової стійкості підприємства за 2018-2021 роки**

Показник	Фактичні значення				Абсолютний приріст			Темпи приросту		
	2018	2019	2020	2021	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2019	2020	2021
1. Коефіцієнт фінансової автономії	0,50	0,57	0,58	0,54	0,08	0,002	-0,03	15,91	0,38	-5,94
2. Коефіцієнт фінансової заборгованості	0,50	0,43	0,42	0,46	-0,08	-0,002	0,03	-15,65	-0,52	8,10
3. Коефіцієнт фінансової залежності	2,02	1,74	1,73	1,84	-0,28	-0,01	0,11	-13,72	-0,38	6,31
4. Коефіцієнт покриття боргу	0,98	1,35	1,36	1,19	0,37	0,01	-0,18	37,41	0,91	-12,99

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Але загалом значення знаходиться в межах норми. Коефіцієнт фінансової залежності входить до числа показників, що зображають ступінь фінансової стійкості аналізованих підприємств. Цей показник визначається в основному на довгострокову перспективу, оцінюючи залежність від зовнішніх позикових коштів. Нормативне значення показника становить 1,67-2,5 [10]. Фінансова залежність компанії «Комбі» знижується, і у 2021 році на кожен гривню власних коштів припадає 1,84 грн. фінансових ресурсів, що на 0,17 менше, ніж 4 роки тому. Однак у порівнянні з 2020 роком показник зріс на 0,11. Водночас значення показника перебуває в нормативних межах, тож фінансові ризики підприємства становлять допустимий рівень. Коефіцієнт покриття боргу – це ключовий показник здатності компанії погашати кредити, залучати нове фінансування і виплачувати дивіденди. У 2021 році показник склав 1,19 і є більшим на 0,2 проти 2018 року.

Наостанок, коефіцієнти ліквідності – важливий клас фінансових показників, що використовуються для визначення здатності позичальника погасити поточні боргові зобов'язання без залучення зовнішнього капіталу [11].

Коефіцієнт покриття - це індикатор, який використовується для вимірювання здатності компанії обслуговувати власний борг і виконувати фінансові зобов'язання, зокрема виплати відсотків або дивідендів. Одержані дані

демонструють, що протягом досліджуваного періоду «Комбі» вчасно відповідає за поточними зобов'язаннями. У 2021 році на 1 гривню поточних зобов'язань припадає 2,1 грн. (Табл. 1.4). Розглядаючи показник в динаміці, значення зростало на 19,3% в середньому за рік. Що вищий коефіцієнт покриття, то легше компанії здійснювати відсоткові платежі за боргом або виплачувати дивіденди.

Таблиця 1.4

### Динаміка показників ліквідності та платоспроможності підприємства за 2018-2021 роки

Показник	Фактичні значення на 31.12				Абсолютний приріст			Темпи приросту, %		
	2018	2019	2020	2021	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2019	2020	2021
Загальний коефіцієнт покриття	1,76	2,14	2,21	2,10	0,38	0,07	-0,11	21,66	3,37	-5,14
Проміжний коефіцієнт покриття	0,67	0,84	0,72	0,55	0,17	-0,12	-0,17	25,19	-14,79	-23,41
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,13	0,19	0,27	0,20	0,06	0,08	-0,07	47,13	39,55	-25,09

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Коефіцієнт швидкої ліквідності за весь період був в межах норми. У 2021 році підприємство здатне погасити 0,55 частини своїх короткострокових зобов'язань незабаром. Найкраще ж значення спостерігається у 2019 році - 0,84.

Останній, коефіцієнт абсолютної ліквідності, що виявляє різницю між поточними зобов'язаннями та майном компанії, таким як грошові кошти, ринкові цінні папери тощо. У 2018 році показник був на рівні 0,13; тоді як у 2021 році виріс на 0,07 і досягнув значення 0,2. Тобто, на кожен гривню поточних зобов'язань припадає близько 0,2 гривні грошових коштів та їх еквівалентів.

Підбиваючи підсумки, можна зазначити, що фінансові результати діяльності компанії «Комбі» за 2018-2021-й роки є сприятливими. Підприємство загалом ефективно функціонує, основні показники перебувають на нормальному рівні, проте є до чого прагнути й покращувати.

## 1.2. Аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства

ЗЕД виконує вагомую роль в економічному розвитку кожної країни. Організація та провадження діяльності є сферою, що має неабияке значення у створенні нового економічного механізму, за допомогою якого країна позиціонується, здійснюється у світовій економіці. Ця діяльність здійснюється як на державному рівні, так і на рівні індивідуальних суб'єктів господарювання. Так, провадження бізнесу в інших країнах може підвищити репутацію компанії. Успіх в одній країні може повпливати на розвиток в інших країнах-сусідах, що зі свого боку допоможе підвищити авторитет підприємства у ринковій ніші. Крім того, може сприяти посиленню авторитету компанії як за кордоном, так і всередині країни.

Підприємство «Комбі» має стабільну фінансову ситуацію на поточний момент, що було виявлено після аналізу фінансового стану компанії. Тому можна перейти до аналізу зовнішньоекономічної діяльності та динаміки показників компанії. Спочатку важливо звернути увагу на виробництво готової продукції та структуру її реалізації.

Дослідивши структуру собівартості реалізованої продукції на основі статистичної звітності підприємства, виявлено, що у 2021 році було виготовлено на суму близько 20,3 млн. грн. (Дод. В). З них частка в експорті склала 36,9%. Задля детального розкриття змін у структурі були взяті дані за останні 5 років (Рис. 1.1).

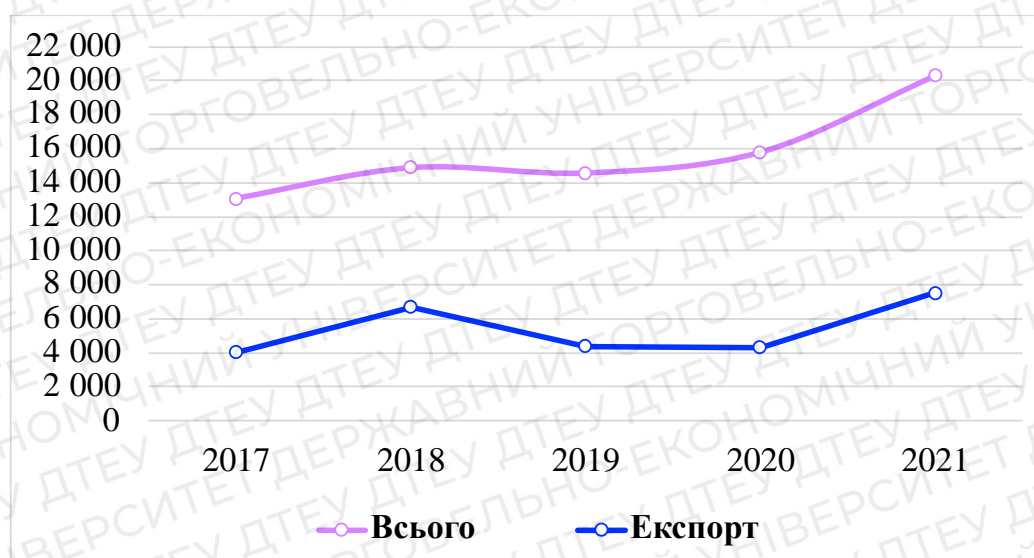
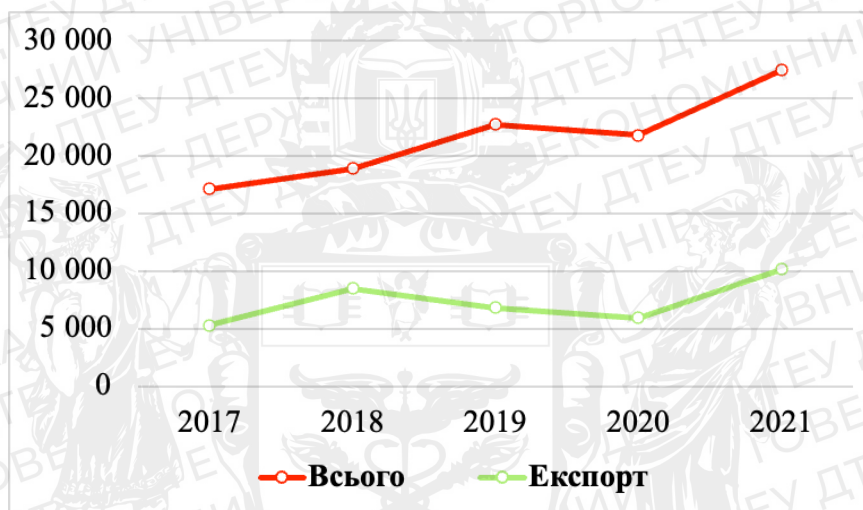


Рисунок 1.1. Динаміка собівартості реалізованої продукції за 2017-2021 рр., тис. грн

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Здійснивши аналіз звіту про рух грошових коштів, що служить для відбиття надходжень коштів від основної діяльності, картина загалом позитивна. У 2021 році сума надходжень склала 27,5 млн грн., що більше на 10 млн грн., або 60,05% у порівнянні з 2017 роком. Як ми бачимо з рисунку 1.2, у 2020 році є скорочення показника: порівнюючи з 2019 р., він зменшився на 949 тис. грн, або 4,2%. Причиною цього був коронавірус, який на деякий термін тимчасово призупинив роботу підприємства, а також дещо уповільнив логістику.



**Рисунок 1.2. Динаміка надходжень від реалізації продукції за 2017-2021 рр., тис. грн**

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Якщо ж брати до уваги надходження коштів від експортної діяльності, то 2021 року сума склала 10,2 млн грн, що на 60,1% більше, ніж показник 5 років тому – 5,3 млн грн. Розглядаючи цей показник у динаміці, можемо зауважити, що триває стабільне зростання, в середньому на 24,6% на рік.

Найбільш значущим при проведенні аналізу експортної діяльності є розгляд географічної та товарної структури, особливо в динаміці. Для огляду географії експорту було обрано період в 5 років, від 2017 до 2021, адже він ідеально уособлює зміни в структурі. У 2017 році підприємство здійснило експорт в 5 країн, а саме росія, Казахстан, Грузія, Молдова та Литва. Найбільша частка припадає на росію – 44% та Казахстан – 40,2% (Дод. Д.1). Здійснивши операції лише з цими країнами, Комбі отримали дохід сумою близько 4 млн. грн.

У 2018 році підприємство продовжувало постачати свою продукцію до росії, Казахстану, Молдови та Грузії. Однак до цього списку ввійшов Азербайджан. У



Литву в цей рік нових поставок не здійснювалося. Цього разу в топ-3 увійшли росія - 41,2%, Казахстан - 33,7% і Азербайджан - 12,9%; дохід становив 6,8 млн грн.

У 2019 році після реструктуризації та модернізації, «Комбі» неабияк розширив географію експортних поставок: Азербайджан, Казахстан, Білорусь, Ірак, Росія, Швейцарія, Молдова та Грузія. Найбільше продажів було здійснено в Азербайджан - 42%, Казахстан - 18%, Білорусь - 12% та Ірак - 10%.

У 2020 році, попри пандемію і труднощі з логістикою, компанія безперервно продовжила роботу й постачання продукції в країни Європи та Азії. 2021 рік відзначився завдяки тому, що компанія зосередилася на закріпленні позицій в Європі та подальшої експансії. Варто зауважити, що значно збільшилася кількість операцій, позаяк з'явився попит, особливо з боку країн Балтії. В даний рік найбільша частка в експорті припадала на Латвію – 49,9%, Литву – 21% та Казахстан – 18,7%.

Слід зазначити про значний дохід від експорту до Латвії – 3,5-4 млн грн. Латвія має благодійні програми для забезпечення малозабезпеченого населення пайками. Крім того, як ми знаємо, «Комбі» випускає бюджетну косметику. Підприємство успішно прийняло участь у державному тендері, що сприяло збільшенню попиту на його продукцію. Також входження до програми сприяє зміцненню позицій компанії на ринку. Тож у майбутньому варто очікувати повторного підписання контрактів і укладення нових угод.

Станом на 2023 рік підприємство «Комбі» експортує свою продукцію в 4 країни Азії – Казахстан, Туркменія, Азербайджан, Ірак, й 5 країн Європи – Швейцарія, Латвія, Литва, Польща та Грузія. Від початку війни у 2022 році компанія зазнала низки проблем, здебільшого пов'язаних із логістикою. Унаслідок цього поставки до країн Азії дещо ускладнилися або ж скоротилися. Детальніша інформація продемонстрована в таблиці 1.5.

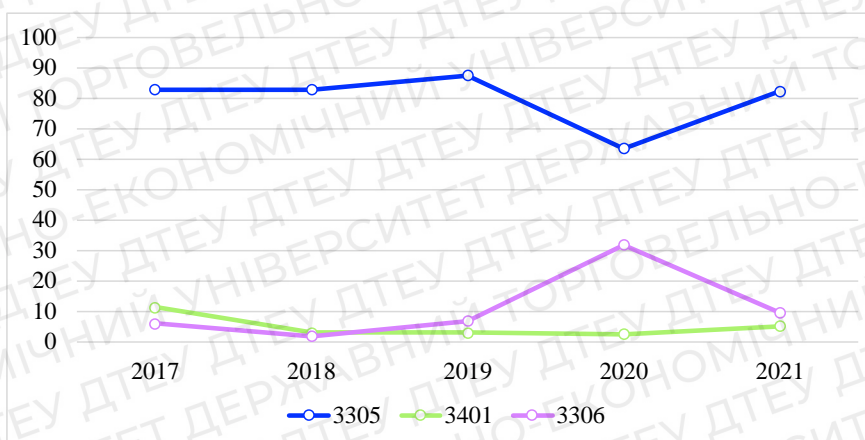
Як згадувалося раніше, «Комбі» є виробником бюджетної доглядової косметики та гігієнічних засобів. Розглянувши товарну структуру, можна підкреслити, що здебільшого компанія реалізує товари за такими кодами УКТ ЗЕД: 3305, 3306 і 3401; розшифрування кодів наведено в Додатку Д.2.

### Поточні проблеми АТ «Фабрика «Комбі» у сфері зовнішньої торгівлі

Країна	Проблема
Казахстан	Раніше вантаж можливо було доставити за 2 тижні, проїхавши просто через територію росії. Однак зараз маршрут став доволі складним: Україна - Польща - Литва - Латвія - росія - Казахстан. Підприємство домовилося про те, щоб транспорт покупця під'їжджав до кордону з Україною.
Туркменія	Єдина країна, куди не надали візу, внаслідок чого заборонено запускати сторонній транспорт. Доправляти продукцію можна винятково вагонами. Нині ж отримати вагони компанія не може, бо здебільшого вони були російськими.
Азербайджан	Зараз країні (підприємствам) вигідніше працювати з Туреччиною, знову ж таки, через неможливість безпосередньої доставки. Крім того, Туреччина на даний момент має добре розвинену косметичну промисловість, тому з нею слід конкурувати.
Ірак	Попит на продукцію величезний, але нині порти закриті. Компанія в пошуку альтернативного варіанту доставки продукції.

Джерело: побудовано автором

Аналіз товарної структури продемонстрував, що компанія переважно зосереджена на продажі засобів для догляду за волоссям – частка в експорті складає в середньому 83,8% щорічно. Винятком виявився 2020 рік, у якому, несподівано для працівників підприємства, зріс попит на засоби для гігієни ротової порожнини або зубів (Рис. 1.3).



**Рисунок 1.3. Динаміка показників товарної структури експорту за період 2017-2021 рр.**

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства та [2]

Тоді частка в експорті становила рекордні 31,8%, в середньому даний показник складає 6,02%. Що ж стосується експорту мила та мийних засобів, то з рисунку видно, що кількість поставок скорочувалася до 2020 року включно – в середньому на 30%. У 2021 році частка склала 5,06%, більше на 2,68% проти 2020 року.

Оцінка ефективності реалізації на зовнішньому ринку слугуватиме підсумком експортної діяльності компанії (Дод. Ж). За досліджуваний період коефіцієнт мав значення більше 1, що вказує на ефективну діяльність підприємства. У 2021 році показник становив 1,39, що перевищує на 6,94% порівняно з 2017 роком (Табл. 1.6). Прибуток підприємства склав майже 200 тис. грн. у 2021 році, тоді як ефект у 2017 році був 12 тис. грн.. Таким чином значення показника є вищим на 187,5 тис. грн..

Таблиця 1.6

#### Оцінка ефективності реалізації на зовнішньому ринку за 2017-2021 роки

Рік	Фактичні значення, тис. грн.					Темпи приросту, %			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
Ефективність	1,30	1,37	1,32	1,36	1,39	5,48	-3,95	3,40	2,08
Ефект	12,04	13,5	769,2	269,9	199,5	12,1	5599,6	-65	-26,1

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Для прикладу, проаналізуємо ефективність контракту на поставку фарби до Польщі (Табл. 1.7). Так, було отримано позитивний результат з операції, оскільки її коефіцієнт економічної ефективності становив 1,58, що означає, що на кожну гривню, вкладену у цю операцію, отримано прибуток в розмірі 1,58 грн. Ефект склав 133703,42 грн.

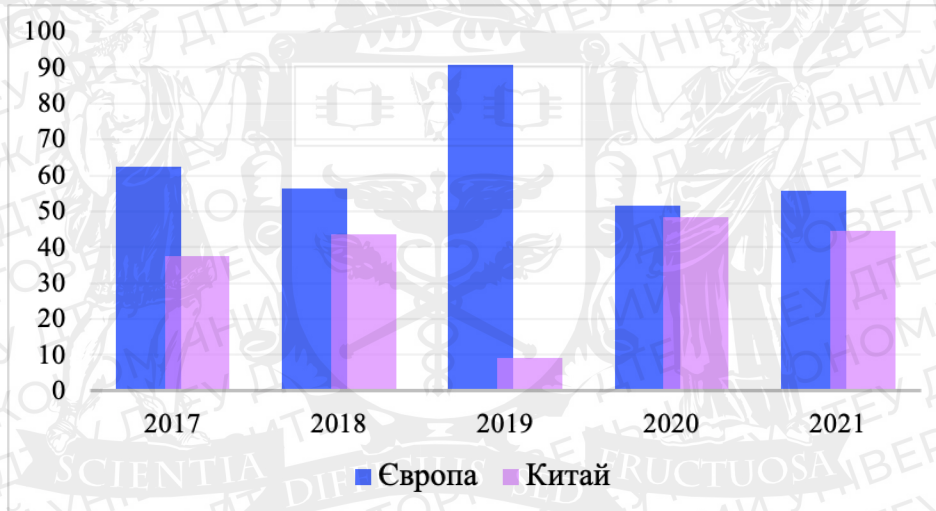
Табл.1.7

#### Оцінка ефективності контракту на поставку фарби до Польщі 2022 року

Показник	Значення
Ефективність контракту	1,58
Ефект експорту, грн.	133 703,42

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Також, важливим моментом є аналіз географічної структури імпорту, адже варто знати, хто власне постачає сировину. Так, основним постачальником сировини для підприємства «Комбі» були країни Європи, зокрема Фінляндія та Німеччина, та Китай (Дод. Е.1). У 2021 році компанія витратила орієнтовно 3,12 млн грн. на сировину, з них 2,25 млн грн. - це імпорт із країн Європи (Дод. Е.2). У процентному співвідношенні Європа - 55,56% і Китай - 44,44%. У 2017 році це значення становило 62,5% (Європа) і 37,5% (Китай). Попри скорочення імпорту на 11% за останні 5 років, з гістограми бачимо, що все-таки пріоритетність надається Європі (Рис. 1.4). Пов'язано це з логістикою, ціною на сировинну базу, а також якістю продукції.



**Рисунок 1.4. Динаміка показників імпорту за період 2017-2021 рр., %**

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства та [2]

Узагальнюючи, можемо відзначити, що підприємство «Комбі» є більш спрямованим на внутрішній ринок, проте має позитивну динаміку щодо експорту продукції. Географію поставок можна охарактеризувати як порівняно різноманітну. Головною метою зовнішньоекономічної діяльності компанії на даний момент є розширення експорту товарів з орієнтацією на Європейські країни.

## **РОЗДІЛ 2. АРГУМЕНТАЦІЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ КРЕМ-ФАРБИ ДЛЯ ВОЛОССЯ АТ «ФАБРИКИ «КОМБІ»**

### **2.1. Окреслення основних тенденції розвитку світового ринку фарб для волосся**

Індустрія краси - це багатомільярдний світовий ринок, який постійно зростає та розвивається. Косметичні засоби стали важливими продуктами в житті кожного, оскільки вони здатні поліпшити загальний зовнішній вигляд людини, а отже, допомогти домогтися позитивного впливу на особистість. Не винятком стали й засоби для фарбування волосся. Фарба для волосся займає конкурентну частку на світовому ринку засобів для догляду за волоссям завдяки широкому використанню серед усіх вікових груп та етнічних груп по всьому світу.

Ринок фарби для волосся – це велика і зростаюча галузь, на яку впливає безліч чинників, включно з мінливими тенденціями моди, старінням населення і збільшенням наявного доходу. Ось деякі ключові ідеї та тенденції, які наразі формують ринок фарби [12]:

1. Зростаючий попит на натуральні та органічні засоби для фарбування волосся: В індустрії краси спостерігається зростаюча споживча тенденція до використання натуральних і органічних продуктів, і ця тенденція також впливає на даний ринок. Споживачі стають більш свідомими щодо інгредієнтів, які вони використовують для свого волосся, і дедалі частіше шукають продукти, що не містять шкідливих хімічних речовин, таких як аміак і парабени.

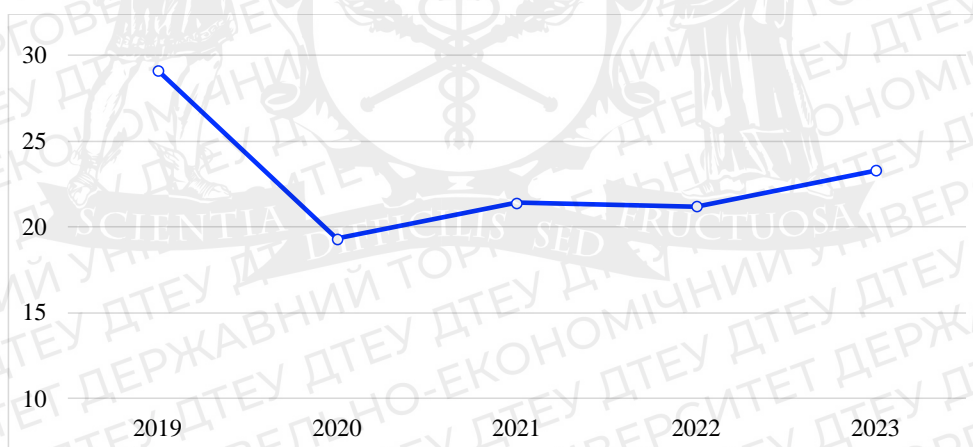
2. Зростання популярності засобів для фарбування волосся в домашніх умовах: Оскільки пандемія змусила багато салонів закритися, дедалі більше споживачів звертаються до засобів для фарбування волосся в домашніх умовах як до зручного й доступного способу підтримання кольору волосся.

3. Зростання популярності засобів для непостійного фарбування волосся: Непостійні засоби для фарбування волосся, як-от крейда для волосся та тимчасові фарби для волосся, стають дедалі популярнішими серед молодих споживачів, які

хочуть експериментувати зі сміливими та яскравими кольорами волосся без довгострокових зобов'язань.

4. Старіюче населення стимулює попит на засоби для зафарбовування сивини: У міру старіння населення планети зростає попит на засоби для зафарбовування сивини. Ця тенденція особливо помітна в розвинених країнах, таких як США, Японія і Німеччина.

У 2022 році глобальний ринок фарб для волосся було оцінено у 21,19 млрд дол., що є більше на 1,86 млрд дол. у порівнянні з 2021 роком [14]. Однак проти 2019 року обсяг скоротився на 7,95 млрд дол., причиною якого є пандемія у 2020 році (Рис. 2.1). Пандемія COVID-19 негативно вплинула на світовий ринок фарби для волосся через порушення ланцюжка постачань, виробництва та урядових обмежень на відкриття роздрібних магазинів по всьому світу. Крім того, під час пандемії в основних гравців ринку відбулося зниження доходів від продажів засобів для фарбування волосся, що ще більше вплинуло на ринок.



**Рисунок 2.1. Динаміка обсягу світового ринку фарб для волосся за 2019-2022 рр. та прогнозом на 2023 рік, млрд дол. США**

Джерело: побудовано автором на основі [15, 16, 17 та 18]

За прогнозами аналітиків обсяг ринку продовжитиме зростати й 2023 року до 23,3 млрд дол. за темпів зростання в 10% [14]. Але слід не забувати, що ринок не позбавлений певних проблем. Основними з них є такі.

1. Проблеми безпеки: Фарби для волосся були пов'язані з низкою ризиків для здоров'я, включно з подразненням шкіри, алергічними реакціями та навіть раком.

Деякі хімічні речовини, що використовуються у фарбах для волосся, такі як парафенілен діамін (PPD), були пов'язані з серйозними проблемами зі здоров'ям.

2. Вплив на навколишнє середовище: Виробництво та утилізація фарб можуть мати значний вплив на навколишнє середовище. Продукти містять токсичні хімічні речовини, які можуть бути небезпечними для водних організмів і забруднювати водні шляхи. Крім того, пакування і транспортування фарб може сприяти викиду вуглекислого газу та утворенню відходів.

3 Відсутність прозорості: Багатьох споживачів хвилюють інгредієнти, які використовуються у фарбах для волосся, але буває важко визначити, що входить до складу конкретного продукту. Деякі компанії використовують розпливчасте маркування або маркування, яке вводить в оману, що ускладнює прийняття споживачами обґрунтованих рішень.

4. Тестування на тваринах: Деякі компанії, що виробляють фарби для волосся, як і раніше, тестують свою продукцію на тваринах, незважаючи на те, що існують альтернативні методи. Це може відлякувати споживачів, які турбуються про тварин.

Загалом, ринку фарб для волосся необхідно розв'язати ці проблеми, щоб продовжувати рости і залучати ширше коло споживачів, для яких безпека, стійкість і прозорість є пріоритетними.

Світовий ринок фарби для волосся може бути сегментований кількома способами [16]:

- За типом продукту: порошкові фарби, фарби у формі крему, хайлайтери, освітлювачі, барвники тон-в-тон тощо;
- За застосуванням: перманентне, напівперманентне та тимчасове фарбування волосся, освітлення і відбілювання волосся;
- За складом: органічні, натуральні, трав'яні та хімічні;
- За каналами збуту: складські комплекси, магазини біля будинку, спеціалізовані роздрібні магазини, супермаркети й гіпермаркети, різноманітні магазини, інтернет-магазини, універмаги тощо;
- За рецептурою: TDS, TD, ppd рецептури тощо;
- За кінцевим користувачем: жіночий, чоловічий та унісекс.

Додаткові критерії сегментації можуть включати такі чинники, як відтінки кольору волосся, демографічні характеристики цільового ринку і ціновий діапазон. Географічно світовий ринок фарб для волосся охоплює 5 ключових регіонів:

1. Північна Америка: США;
2. Південна Америка: Бразилія;
3. Європа: Німеччина, Франція та Великобританія;
4. Азійсько-Тихоокеанський регіон: Китай, Індія та Японія;
5. Близький Схід і Африка (МЕА): Південна Африка.

У 2021 році надходження від експорту фарби склали 9,4 млрд дол., у порівнянні з 2017 роком показник збільшився на 1,8 млрд дол., або 23,4% (Дод. II). Проте, слід зазначити, що в період з 2018 по 2020 роки спостерігається скорочення значення на 3%, що сумарно являє 2,2 млн дол.

За 2022 рік дані лише починають з'являтися, тому чітко окреслити ситуацію неможливо. Однак наявні дані окремих країн знову вказують на зменшення експорту. Причиною цьому є війна між Росією та Україною, що порушила шанси на відновлення як світової економіки, так і ринку фарб зокрема після пандемії COVID-19. Вона призвела до економічних санкцій щодо кількох країн, різкого зростання цін на сировинні товари та порушення ланцюжка постачань, що спричинило інфляцію на товари й послуги тощо. Розглядаючи географічну структуру експорту, то до п'ятірки лідерів ввійшли такі країни, як Німеччина, Італія, США, Іспанія та Нідерланди (Рис.2.2).



**Рисунок 2.2. Частка країн в експорті фарб за 2017 та 2021 рр.**

Джерело: побудовано автором на основі [13]



На них припадає 40,6% від загального експорту. Слід звернути увагу на Нідерланди, частка якої за 4 роки збільшилася на 45%: показник в середньому щороку зростає на 6,8%.

Розглядаючи загальну тенденцію експорту фарби в тоннах у світі, за останні 5 років спостерігалось поступове зменшення показника, щороку скорочення на 4,9%. У 2021 році обсяги продажу склали 1,39 млн тонн, у порівнянні з 2020 роком значення стало більшим на 8,2%, однак проти 2017 року відбулося скорочення на 19,2% (329 тис. тонн).

У розрізі країн 2021 року найбільше екпортували фарби Італія – 142,5 тис. тонн, Німеччина – 135,3 тис. тонн, Мексика – 116,8 тис. тонн, США – 107,1 тис. тонн та Франція – 93,1 тис. тонн (Табл. 2.1). Варто зауважити, що в таких країнах, як Німеччина, США та Франція є динаміка скорочення показника. У середньому за рік відбувається зменшення постачань на 2,4%, 2,39% і 8,6% відповідно.

Таблиця 2.1

### Динаміка експорту фарб у світі за 2017-2021 рр.

Країни	Фактичні значення, тонн					Темпи приросту, %			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
Світ	1 718 910	1 524 045	1 363 888	1 283 510	1 388 994	-11,3	-10,5	-5,9	8,2
Італія	121 910	136 301	141 321	123 086	142 478	11,8	3,7	-12,9	15,8
Німеччина	130 159	141 956	133 664	124 946	135 340	9,1	-5,8	-6,5	8,3
Мексика	157 217	127 513	53 548	54 872	116 774	-18,9	-58,0	2,5	112,8
США	112 862	118 403	115 541	106 390	107 144	4,9	-2,4	-7,9	0,7
Франція	124 818	131 112	104 797	92 681	93 055	5,0	-20,1	-11,6	0,4

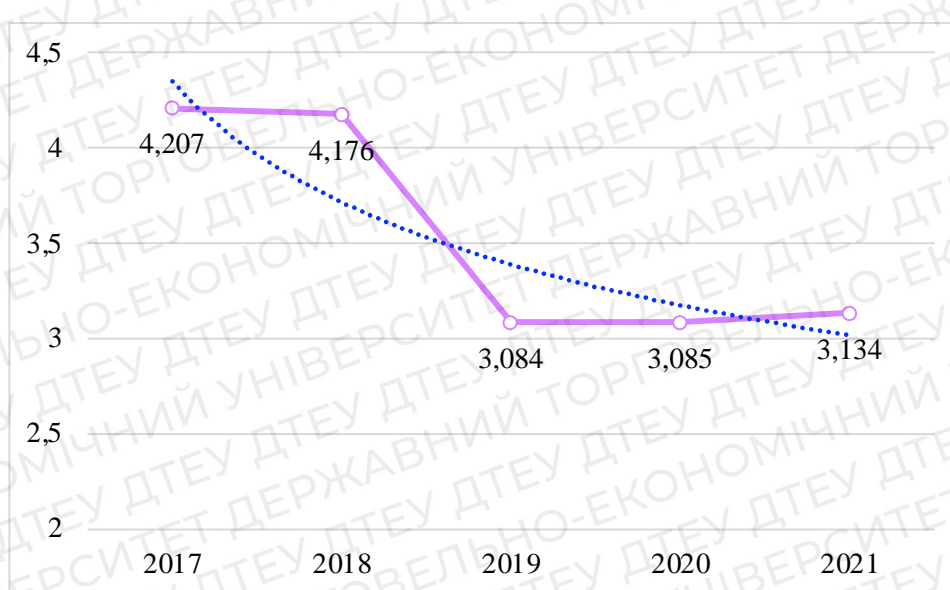
Джерело: побудовано автором на основі [13]

Хоча й відсутня належна стабільність щодо експорту продукції, попит на продукцію не вщує. Враховуючи загальну тенденцію імпорту фарби, за досліджуваний період фіксується збільшення показника. Якщо у 2017 році фактичне значення було 7,7 млрд дол., то у 2021 році – 9,6 млрд дол., тобто відбулося зростання на 24,2%, або ж в середньому 5,9% щороку. Провідними імпортерами вже декілька років є такі країни, як США – 1,2 млрд дол., Китай – 524,3 млн дол., Німеччина – 515,3 млн дол., Великобританія – 434,8 млн дол. та Нідерланди – 390,4 млн дол. Скласти аналітику продажів у кількості було досить

проблематично, оскільки дані надаються в різних одиницях виміру, а також до деяких немає доступу. Варто лише зауважити, що 2021 року найбільше імпортували такі країни, як Монголія, Мексика, США, Британія та Німеччина.

За прогнозами наступні декілька років буде домінувати Азійсько-Тихоокеанський регіон [17]. Основними факторами, що сприяють розвитку ринку, є зростаючі споживчі витрати на засоби для догляду за волоссям і тенденція використання засобів для фарбування волосся преміумкласу. Крім того, значне збільшення доходу на душу населення в країнах, що розвиваються, таких як Китай та Індія, підтримує ріст ринку.

Не менш важливим є огляд вітчизняного ринку фарб для волосся. Розглядаючи тенденції розвитку ринку України, упродовж останніх декількох років країна демонструє зріст як у вартісному, так і в кількісному вираженні. Станом на 2021 рік Україна посіла 35 місце в експорті фарб, продавши 4,3 тис. тонн продукції на 13,5 млн дол. (Дод. К.1). У порівнянні з 2020 роком значення збільшилося майже на 5% (580 млн дол.). Але якщо ж аналізувати експортну діяльність за 5 років, то значення скоротилося на 3 млн дол., або 3,9%. Поясненню цьому є падіння цін на продукцію в період 2017-2019 рр., особливо у 2019 році на 26,2% проти 2018 року (Рис. 2.3).



**Рисунок 2.3.** Динаміка цін на фарбу для волосся за 2017-2021 рр. (дол./ т)

Джерело: побудовано автором на основі [13]

Український ринок не настільки розвинений, як в інших країнах Європи, тому він контролюється великими зарубіжними компаніями (Wella, Shwarzkopf та L'Oreal), продукція яких знаходиться у середньому і вище цінових сегментах. Українські ТМ, які займають близько 40% ринку, претендують в основному на нижній (бюджетний) ціновий сегмент. Прикладами даних підприємств є Green Light Group, Aromat, Supermash, Аків Ужгород та Комбі [19, 20]. Розглядаючи основних іноземних конкурентів в сегменті бюджетної фарби для волосся, то слід звернути увагу на Weleda (Франція), VK Kimya Kozmetik (Туреччина), ZYG Pharma (Індія) та Winatur-Haarkosmetik (Німеччина) [21-24]. Необхідно підкреслити, що подані підприємства є безпосередніми конкурентами для компанії «Комбі».

Останнім, але не менш важливим є визначення країн зі зростаючим попитом. Так, було виявлено 4 потенційних країн-імпортерів: Польща, Словаччина, Марокко та В'єтнам. Більш детальну інформацію щодо росту частки цих країн в загальному експорті з України, можна побачити в Додатку К.3. Для обґрунтування вибору цільового ринку з поміж потенційних країн-контрагентів пропонується провести компаративний аналіз (Табл. 2.3). Для подальшого деталізованого розгляду обрано Словаччину, через значний споживчий попит та легкість поставки.

Таблиця 2.3

### Обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні ЗТО

Фактори, що визначають вибір ринку	Польща	Словаччина	Марокко	В'єтнам
Потенціал збуту	середній	високий	високий	середній
Конкуренція	присутня	присутня	присутня	присутня
Ставка мита	0%	0%	2,5%	20%
Ціна на ринку	вище середньої	середня	середня	низька
Політичний ризик	низький	низький	низький	низький

Джерело: побудовано автором на основі [25]

Тож, окресливши основні тенденції розвитку ринку, можна зазначити, що прийняття кольору волосся зростає в усьому світі у зв'язку зі зростанням урбанізації, збільшенням популярних моделей і зміною способу життя в країнах, що розвиваються. Прогнозується, що світовий ринок фарби для волосся продовжить збільшуватись, уникаючи (вирішуючи) наявні проблеми.

## 2.2. Оцінка перспектив експорту крем-фарби АТ «Фабрика «Комбі» до Словаччини

Після проведення компаративного аналізу в пункті 2.1 було обрано Словаччину, як найбільш привабливу країну-імпортера. Ринок фарби для волосся в даній країні є доволі динамічним, й, окрім того, пропонує можливості для зростання не тільки для місцевих компаній, але й для іноземних.

У країні є кілька виробників фарб для волосся, які випускають низку продуктів як для внутрішнього, так і для міжнародного ринку. Виробництвом фарби займаються переважно міжнародні косметичні компанії, які встановили свою присутність у країні.

Експортна діяльність в країні не є сильно розвиненою, до того ж як показав аналіз динаміки експорту, Словаччина має тенденцію скорочення продажів як у кількісному, так і у вартісному вираженні (Рис.2.4). 2022 року країна продала 4,2 тис. тонн продукції, порівняно з 2021 роком відбулося скорочення на 1,8 тис. тонн, або 30,3% (Дод. Л.1). Якщо зіставляти з довшим часовим інтервалом, скажімо, з 2017 роком, - значення зменшилося на 68% (-8,8 тис. тонн). Тобто щороку поставки скорочувалися майже на 16%. Фактичні значення експорту у вартісних показниках у 2017 році були 51,6 млн дол., у 2022 році відбулося скорочення на 47,5% й склали 27,1 млн дол.. В середньому щороку вартість поставок скорочувалася на 11,5%.

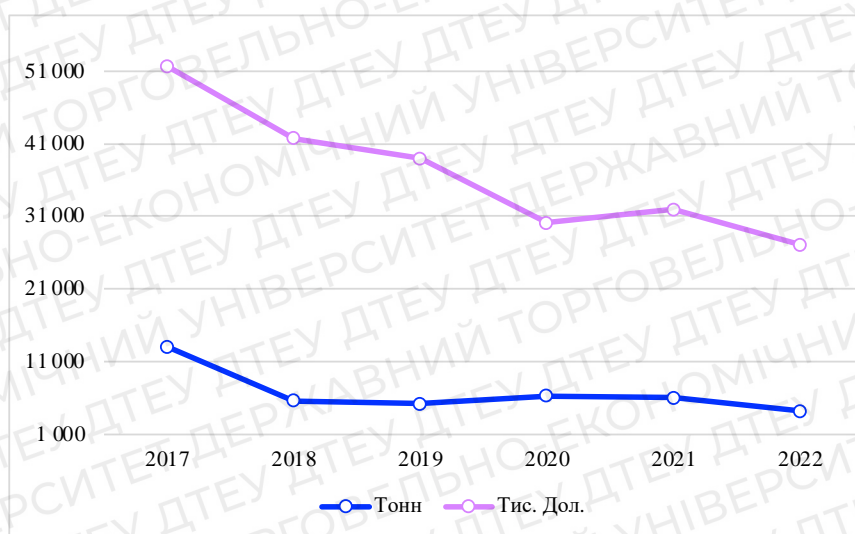


Рисунок 2.4. Динаміка експорту зі Словаччини фарби для волосся у 2017-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [13]

Якщо аналізувати у розрізі країн, то найбільша частка припадає на такі країни Європейського Союзу: Німеччина, Нідерланди, Іспанія, Чехія та Австрія. На дані країни припадає 76,6% загального експорту. Окрім того, за 6 років показник збільшився на 36,7%, 2017 року він був 56,1%. Даний приріс спостерігається завдяки постійним збільшенням поставок до Австрії (на 22% щорічно).

Як і в більшості інших країн, фарба для волосся є популярним косметичним продуктом у Словаччині. Хоча деякі фарби виробляються в країні, багато популярних марок імпортуються з інших країн. Загалом у 2022 році імпорт був 3,3 тис. т (табл. 2.4). Порівнюючи з попередніми роками, постачання скоротилися, щорічно орієнтовно на 3,5%. У 2021 році значення склало на 9,6% більше і сягнуло 3,7 тис. т. А проти 2017 року імпорт скоротився на 17%.

Таблиця 2.4

#### Динаміка імпорту Словаччиною фарби для волосся за 2017-2022 рр.

Імпорт	Фактичні значення						Темпи приросту, %				
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Кількість, т	3989	3827	4018	3765	3662	3310	-4,06	4,99	-6,30	-2,74	-9,61
Вартість, тис. дол. США	29265	36818	38132	26742	27029	33095	25,81	3,57	-29,87	1,07	22,44

Джерело: побудовано автором на основі [13]

Розглядаючи у вартісних значення імпорту діяльність Словаччини, прослідковується тенденція до зростання. Сума у 2022 році становить 33,1 млн дол., що на 3,8 млн грн., або 13,1% більше у порівнянні з 2017 роком. В середньому показник стає більшим на 4,6% щороку.

І хоча попит падає загалом, але є приріст за конкретними країнами. Так, найбільше постачають продукцію такі країни, як Чехія, Польща, Угорщина, Німеччина та Нідерланди (Дод. Л.2). В середньому на них припадає 50-60% (Табл. 2.5). Натомість варто зауважити, що у 2022 році лише частка в імпорті з Чехії та Польщі становила 73,9%. Це пов'язано з тим, що країни межують одна з одною, що спрощує логістику і витрати на транспортування. Окремо треба звернути увагу на динаміку імпорту з України. З 2018 року й по 2022 рік включно є тенденція щодо нарощування закупівель – з 0,7% до 4%; щорічно збільшується на 55,6%.

**Географічна структура імпорту Словаччиною фарби для волосся  
у 2017-2022 рр.**

Країни	Фактичні значення, %						Темпи приросту, %				
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Чехія	11,1	10,7	9,9	9,7	10,4	58,0	-3,8	-7,5	-2,2	7,9	456,4
Польща	13,3	14,2	13,3	12,4	12,8	15,8	7,4	-6,9	-6,3	3,0	23,1
Угорщина	9,4	7,9	8,8	10,5	11,2	7,4	-16,0	11,6	19,3	6,4	-33,8
Німеччина	26,5	27,9	22,1	16,3	14,9	6,3	5,3	-20,8	-26,2	-8,4	-58,1
Нідерланди	0,3	0,1	0,6	0,5	2,4	4,6	-52,6	376,2	-23,2	408,4	90,2
Україна	-	0,7	1,3	2,0	3,1	4,0	-	83,4	51,9	57,0	30,2

Джерело: побудовано автором на основі [13]

Загальний аналіз ринку показав, що попри деякі скорочення показників, споживання продукції для фарбування волосся в Словаччині відносно велике. Причиною цьому є те, що багато жителів країни регулярно фарбують волосся. У цілому, очікується, що попит на фарби для волосся в Словаччині залишатиметься високим найближчими роками завдяки ряду факторів.

Одним із ключових чинників є зростаюча популярність фарбування волосся як засобу самовираження і модної заяви. Чимало споживачів, зокрема жінки, використовують фарби, щоб поліпшити свій зовнішній вигляд, приховати сиве волосся або проекспериментувати з новими образами.

Ще одним фактором, що стимулює попит, є підвищена поінформованість населення щодо догляду за волоссям та його утримання. Споживачі більш свідомо ставляться до продуктів, які вони використовують для догляду за волоссям, і багато хто готовий платити за високоякісні фарби, які забезпечують тривалий колір та інші переваги для здоров'я волосся. Крім того, наявність широкого асортименту фарб для волосся, включно з перманентними, напівперманентними та тимчасовими фарбами, також сприяла стійкому попиту. Споживачі можуть вибирати з безлічі продуктів, виходячи зі своїх конкретних потреб і переваг. Особливої уваги хотілося б приділити бюджетній фарбі, адже на неї також існує попит (Табл. 2.6).

### Фактори, що впливають на попит на бюджетну фарбу

1. Доступність широкого асортименту бюджетних фарб	2. Економічна ситуація в країні
<p>Багато споживачів у Словаччині мають обмежений бюджет на засоби особистої гігієни, і вони схильні шукати доступні варіанти фарби для волосся, які пропонують гарне співвідношення ціни та якості. Бюджетні фарби широко доступні в супермаркетах і аптеках, і вони пропонують широкий вибір кольорів і складів за нижчими цінами, ніж дорожчі продукти.</p>	<p>Ще одним фактором, що визначає попит на бюджетні фарби для волосся в Словаччині, є поточна економічна ситуація в країні. Багато споживачів постраждали від економічного спаду, і вони шукають способи заощадити на повсякденних витратах, зокрема на засобах особистої гігієни, таких як фарба для волосся.</p>

Джерело: побудовано автором

Що стосується попиту на українську фарбу, то в Словаччині він не дуже високий, проте починає зростати щороку. Не зважаючи на те, що Україна є сусідньою країною зі Словаччиною, і деякі українські бренди доступні на словацькому ринку, споживачі, як правило, віддають перевагу місцевому виробництву або відомим міжнародним брендам.

Й хоча деякі українські бренди фарб для волосся можуть пропонувати нижчі ціни, ніж інші бренди в Словаччині, вони можуть бути не настільки відомі або не користуватися довірою споживачів. Це обмежувало їхню привабливість на ринку та ускладнювало їхню конкуренцію з відомими місцевими та міжнародними брендами. У Словаччині існує розвинений і конкурентний ринок фарби для волосся, на якому представлено безліч відомих брендів за різними цінами.

Найбільшими гравцями на ринку фарб в Словаччині є L'Oreal, Procter & Gamble і Henkel. Ці компанії виробляють широкий спектр фарб для волосся, зокрема перманентні, напівперманентні та тимчасові фарби, а також засоби для відновлення й освітлення кольору волосся. У країні також зростає кількість

невеликих місцевих компаній, які виробляють фарби для волосся. Деякі з популярних марок фарб, зокрема бюджетних, включають:

1. Sano: компанія, яка виробляє цілу низку фарб, включно з бюджетними варіантами. Їхня продукція відома своєю високою якістю і тривалим результатом фарбування.
2. Affinage: ще одна марка фарб, яка пропонує продукцію, що складається з натуральних інгредієнтів.
3. Nitrocolor: виробляє бюджетні засоби для професійного використання. Їхня продукція відома своїм чудовим покриттям, тривалим результатом фарбування і доступною ціною.
4. La Riche Directions - компанія, яка виробляє напівперманентні фарби для волосся в широкій колірній гамі. Їхня продукція доступна за ціною і популярна серед молодих споживачів, які шукають унікальні та сміливі кольори волосся.
5. Ivana: продукція представлена в широкій кольоровій гамі і підходить як для професійного, так і для особистого використання.

Але всупереч конкуренції, у підприємства є перевага. Протягом останніх кількох років «Комбі» поставляло свою продукцію в Молдову. Вони ж своєю чергою продавали в сусідні країни, зокрема в Словаччину. Так, шляхом реекспорту, українська продукція опинялася на полицях Словаччини. Тому деякі підприємства почали самостійно зв'язуватися з підприємством.

Імпортуючи фарбу для волосся в Словаччину не потрібно забувати про різні норми і вимоги. Уряд Словаччини встановив правила, яких мають дотримуватися імпортери, щоб гарантувати, що продукція безпечна для використання і відповідає необхідним стандартам.

До нормативних вимог входять [25]:

- V220 – Обмежене використання певних речовин;
- V310 – Вимоги до маркування;
- V330 – Вимоги до пакування;
- E320 – Заборона з неекономічних причин.



Фарби для волосся, імпортовані в Словаччину, повинні відповідати вимогам Постанови про косметику (ЄС) № 1223/2009 [30]. У цій постанові викладено вимоги до безпеки та маркування, яким повинні відповідати всі косметичні продукти, включно з фарбою для волосся. Продукція також має відповідати вимогам Словацького закону про хімічні речовини та хімічні препарати.

Імпорттери також мають дотримуватися вимог до маркування, встановлених урядом Словаччини. Етикетки мають бути словацькою мовою і містити інформацію про інгредієнти, що використовуються в продукції, назву та адресу виробника, а також термін придатності. Етикетки також мають містити інструкції щодо безпечного використання продукту.

Як висновок, можна відзначити, що ринок Словаччини є вкрай перспективним для України. Не дивлячись на деякі проблеми, він динамічно розвивається, попит не вщухає. Розуміючи вподобання споживачів і тенденції ринку, компанія може розробити й вивести на ринок фарбу для волосся, яка відповідатиме вимогам словацьких споживачів, і отримати конкурентну перевагу на цьому прибутковому ринку.

### **РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ КРЕМ-ФАРБИ ДО СЛОВАЧЧИНИ**

#### **3.1. Алгоритм здійснення експортної операції до Словаччини**

У другому розділі було обґрунтовано вибір Словаччини як потенційного ринку для експорту фарби для волосся від українського виробника. Метою експорту є розширення присутності компанії «Комбі» на зовнішньому ринку. Раніше підприємство не здійснювало продажів у Словаччині, однак завдяки реекспорту з Молдови його товари з'явилися на полицях магазинів у цій країні.

Шляхом розширення асортименту фарб для волосся, «Комбі» має можливість привернути нових клієнтів та задовольнити потреби наявних, які зацікавлені в спробі нових продуктів. Це може бути особливо ефективним на словацькому ринку, де необхідно враховувати ринковий попит, уподобання споживачів та конкурентне середовище. Для продажу бюджетної фарби для волосся найбільш перспективним партнером є DM, оскільки він має потужну дистриб'юторську мережу в багатьох країнах Європи [31, 32]. Як популярна мережа аптек, DM має велику клієнтську базу, яка є лояльною до бренду і довіряє його продукції. Це означає, що продукція для фарбування волосся, яка продається в аптеках DM, має всі шанси бути поміченою та придбаною споживачами.

Крім того, сильна присутність DM в Інтернеті дозволяє покупцям з інших країн легко купувати фарби для волосся онлайн, навіть якщо вони не мають доступу до фізичних магазинів DM. Це може допомогти збільшити охоплення експортованої продукції для фарбування волосся та зробити її більш доступною для ширшого кола споживачів.

Попри те, що в розділі 2.1 уже було зазначено про конкурентів компанії на ринку Словаччини, важливо пам'ятати про найбільш значущих суперників - тих, чий продукт будуть розташовані поруч на полиці в магазині DM. Додатково варто проаналізувати структуру ціноутворення, для чого можна скористатися конкурентним листом, у якому будуть вказані контрактні ціни на аналогічні

продукти в конкурентів. Цей аналіз також допоможе визначити, яку ціну «Комбі» може встановити в контракті. То ж основними конкурентами на бюджетну фарбу для волосся в магазині DM є «Réell'e», «Kallos» та «Balea». В якості розрахунку бази для експортної ціни було використано конкурентні матеріали, представлені в таблиці 3.1. На основі даних матеріалів було встановлено, що ціна складе 0,51 євро за одиницю продукції. Більш детальні розрахунки в Додатку М.

Таблиця 3.1

### Конкурентний лист

Умови контракту	«Réell'e»	«Kallos»	«Balea»
Країна-експортер	Австрія	Угорщина	Німеччина
Ціна в валюті	0,50 €/ шт	0,43 €/ шт	0,62 €/ шт
Рік конкурентного матеріалу	2022	2022	2022
Базисні умови поставки	FCA Вальс	FCA Будапешт	FCA Дюссельдорф
Умови оплати	Інкасо	Інкасо	Акредитив
Кількість	4380 шт	1900 шт	5700 шт

Джерело: побудовано автором на основі даних, наданих підприємством

Так, для успішної експансії на цьому ринку, український виробник фарб має виявити попит серед словацьких споживачів та відповісти на їхні потреби. Крім того, важливо враховувати місцеві норми та стандарти у Словаччині, щоб забезпечити відповідність своєї продукції. Для залучення словацьких клієнтів можуть знадобитися зміни в маркетингових та дистриб'юторських стратегіях компанії. Всі ці чинники важливі для успішної експансії «Комбі» на словацькому ринку та забезпечення задоволення потреб клієнтів.

Подальшим кроком є розробка алгоритму, який окреслює загальний процес експорту фарби для волосся з України до Словаччини. Експорт продукції між країнами може бути складним і важким процесом, тож важливо додержуватися всіх відповідних законів і правил, щоб уникнути будь-яких юридичних проблем або ускладнень.

Продаж деяких хімічних речовин в країнах Європейського Союзу (ЄС) повинен відповідати законодавству ЄС, яке має на меті захист здоров'я людей та довкілля. До цих продуктів застосовуються різні положення, які стосуються їх реєстрації, оцінювання, дозволу, обмеження та інші.

Один з основних документів, які регулюють продаж хімікатів в ЄС, це REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals) [34]. Цей документ містить загальні процедури, які повинні дотримуватися при реєстрації та оцінюванні хімічних речовин. Незважаючи на те, що компанія не використовує хімікати, які мають обмеження в ЄС, вони повинні ознайомитися з даним документом.

Крім цього, існують спеціальні положення з класифікації, етикетування та пакування речовин та сумішей. Ці положення містять вимоги до маркування та пакування хімічних продуктів, щоб забезпечити безпеку їх транспортування та зберігання.

Усі ці положення та вимоги спрямовані на те, щоб забезпечити високий рівень захисту здоров'я людей та довкілля в країнах ЄС, де продаються хімічні речовини.

Для того, щоб продавати косметичні продукти, необхідно на упаковці нанести чітку, легко зчитувану інформацію та ту, що не змиється, включаючи [25]:

- ім'я та адреса відповідальної особи;
- номінальний об'єм або вага на момент пакування;
- дата мінімальної міцності;
- особливі запобіжні заходи,
- номер партії виготовлення або посилання для ідентифікації товару;
- призначення продукту;
- список інгредієнтів з заголовком «інгредієнти» та використання стандартної Міжнародної номенклатури косметичних інгредієнтів (INCI) [35].

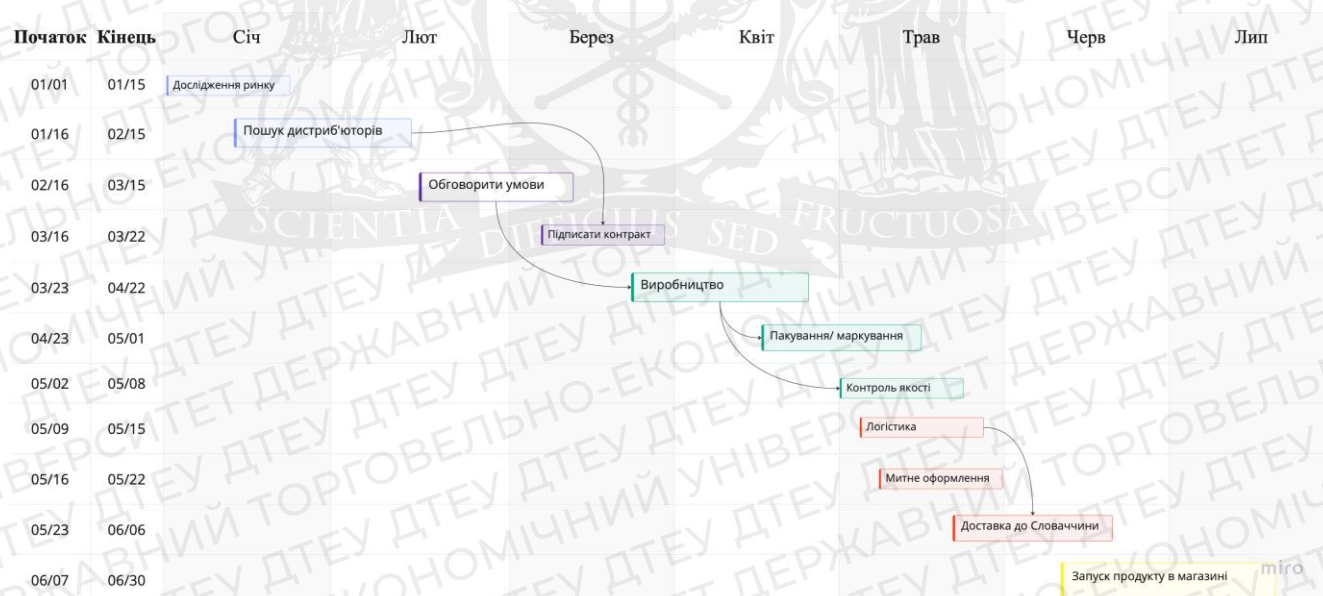
Парфумерні та ароматичні композиції повинні бути перераховані як “parfum” та “aroma” відповідно.

Якщо з обмежень розміру або форми не можна нанести необхідну інформацію на самій упаковці, то її можна додати у формі листівки, етикетки, стрічки, бирки або картки, що додається до пакування. В Додатку Н є приклад того, як підприємство маркує продукцію.

Розглянувши детально усі необхідні нормативні вимоги, можна переходити до реалізації експортного контракту. Корисним інструментом у цьому разі може бути діаграма Ганта [36]. Оскільки вона допомагає візуально організувати та спланувати різні завдання, що беруть участь у процесі. Під час експорту товарів або послуг часто потрібно виконати безліч кроків, як-от отримання необхідних ліцензій і дозволів, організація транспортування та узгодження з митними органами. Діаграма Ганта допоможе розбити ці завдання на більш дрібні, більш керовані компоненти і визначити терміни їх виконання.

Використовуючи діаграму, «Комбі» також може виявити залежності між завданнями і забезпечити їх виконання в правильній послідовності. Це може допомогти запобігти затримкам і гарантувати, що проєкт загалом іде за планом.

Так, на Рисунку 3.1 за допомогою візуального інструмента представлено графік для проєкту експорту фарби для волосся до Словаччини. Ця діаграма Ганта може бути скоригована відповідно до конкретних потреб і вимог проєкту.



**Рисунок 3.1. Графік виконання експортного проєкту (Діаграма Ганта)**

Джерело: побудовано автором за допомогою [37]

В даній схемі можна виокремити 5 етапів:

1. Дослідження та аналіз ринку:

- Провести маркетингове дослідження ринку фарби для волосся в Словаччині;
- Проаналізувати тенденції ринку, уподобання споживачів і конкуренцію;

- Визначити потенційні цільові ринки та канали збуту.

## 2. Розробка продукції:

- Розробити фарбу для волосся, яка підходить для словацького ринку;
- Врахувати місцеві вподобання та нормативні вимоги;
- Розробити упаковку та брендинг, які будуть привабливими для словацьких споживачів.

## 3. Виробництво та логістика:

- Створити надійний ланцюжок поставок і логістичну мережу;
- Забезпечити відповідність словацьким нормам і стандартам безпеки.

## 4. Продажі та маркетинг:

- Розробити маркетингову стратегію для просування продукції для фарбування волосся в Словаччині;
- Налагодження стосунків із місцевими дистриб'юторами та роздрібними торговцями;
- Брати участь у торгових виставках і заходах для підвищення впізнаваності бренду.

## 5. Запуск і розширення:

- Вивести фарбу для волосся на словацький ринок;
- Моніторинг продажів і відгуків споживачів;
- Розширення асортименту продукції та каналів збуту в міру потреби.

Останнім етапом, який не входить до діаграми Ганта, але є не менш важливим – постійне вдосконалення, що включає в себе декілька підпунктів:

- Постійний моніторинг та оцінка ефективності експортного проекту;
- Коригувати стратегії і тактику за потреби для поліпшення результатів;
- Підтримувати постійний зв'язок і відносини з партнерами та клієнтами в Словаччині.

Під час розробки продукції важливим аспектом також є маркетинг. Щоб ефективно просувати і продавати свою продукцію, підприємству необхідний так

званий маркетинг-кіт. Цей набір має містити різні елементи, які демонструють індивідуальність бренду, продукцію та рекламні акції [38].

По-перше, фірмовий стиль має бути добре розроблений. Це містить в себе дизайн логотипу, який представляє цінності та індивідуальність бренду. Колірна гамма і шрифт повинні відображати індивідуальність бренду, роблячи його легко впізнаваним для потенційних клієнтів. «Комбі» досі знаходиться на стадії вдосконалення свого стилю. Останній ребрендинг продукції був у кінці 2021 року.

До маркетингового комплексу також включений каталог продукції, який має містити описи, ціни та зображення продукції компанії. Він має бути добре організований, зручний для навігації та візуально привабливий. Це гарантує, що потенційні клієнти зможуть швидко знайти те, що вони шукають, і ухвалити обґрунтоване рішення про покупку. Підприємство має такий, однак слід його оновити, бо частина продукції вже виведена з вжитку, але на сайті досі присутня.

Соціальні мережі є потужним маркетинговим інструментом, тому маркетинг-кіт повинен містити матеріали для соціальних мереж, які просувають бренд і його продукцію. Захоплюючий контент, включно із зображеннями, відео та відгуками клієнтів, має розміщуватися регулярно. Кампанії в соціальних мережах повинні заохочувати створення контенту і залучення користувачів. Раніше «Комбі» активно вели сторінку у Facebook, мали відгуки та актив, але останніми роками вони перестали цим займатися. Тому компанії слід замислитися над відновленням даної діяльності, бо це зможе збільшити прихильність клієнтів. Нарешті, підприємство може мати програму лояльності клієнтів: винагорода клієнтів у вигляді знижки за повторне підписання контракту.

Наостанок для забезпечення успішної експортної діяльності компанії важливо виявити та мінімізувати ризики. Це можуть бути як ендегенні, тобто внутрішні, так і екзогенні – ризики, які компанія не може контролювати. Ось кілька прикладів, з якими може зіткнутися «Комбі» під час експорту фарби з України до Словаччини:

Екзогенні ризики:

1. Політична нестабільність або зміни в торговельній політиці можуть призвести до зміни правил імпорту/експорту або тарифів.
2. Зміна валютних курсів може вплинути на прибутковість експорту, зробивши його більш або менш дорогим для покупця.
3. Стихійні лиха, такі як повені або землетруси, можуть порушити ланцюги поставок і спричинити затримки в доставці.
4. Зміна попиту на фарбу для волосся через модні тенденції або інші фактори може вплинути на продажі та доходи.

Ендогенні ризики:

1. Проблеми з контролем якості можуть призвести до скарг клієнтів або відкликання продукції, що завдасть шкоди репутації компанії.
2. Порушення в ланцюжку поставок, такі як затримки в постачанні сировини, можуть вплинути на виробничі графіки.
3. Операційні проблеми – проблеми з персоналом або неналежа транспортна інфраструктура, можуть вплинути на своєчасну доставку фарби для волосся клієнтам.
4. Недостатність фінансових ресурсів для покриття непередбачуваних витрат, таких як тарифи або затримки, може вплинути на здатність компанії виконувати замовлення.

Як можна побачити, здійснення експортної операції до Словаччини є доволі непростим завданням. Є багато моментів, які треба враховувати, перш ніж виходити на новий ринок. Окрім того, підприємство може зіткнутися як із зовнішніми, так і з внутрішніми ризиками, які можуть вплинути на його здатність доставляти продукцію клієнтам вчасно і в межах бюджету. Тому до цього треба підходити відповідально, ретельно аналізувати ринок.



### 3.2. Прогнозна оцінка щодо ефективності зовнішньоекономічної операції

Організація експортної операції може бути складним та трудомістким процесом, що потребує відповідальності, професіоналізму та залучення великої кількості кваліфікованих спеціалістів. На попередньому етапі дослідження були визначені умови договору альтернативної операції, зокрема перевірка вимог щодо експортування, оцінка ризиків та визначення потреби в ліцензіях та сертифікатах. З урахуванням наявних даних можна деталізувати зміст контракту:

- Підготувати необхідну документацію для митного оформлення, включаючи договір купівлі-продажу, транспортну накладну, комерційну та митну інвойси, сертифікати та інші документи, що необхідні для здійснення експортної операції.
- Розгляд схеми розрахунків, визначення термінів оплати, забезпечення платежів та переказів, збір та аналіз фінансової звітності.

Компанія планує експортувати крем-фарбу для волосся «ELITAN». Код товару згідно УКТЗЕД – 3305 90 00. Товар буде запакований в коробки, кожна з яких містить 30 штук. Загальна кількість товару становить 12900 штук. Як було визначено раніше, ціна встановлюється у валюті євро та складає 0,51 євро за одиницю.

Поставка здійснюється на умовах Free Carrier (FCA) згідно Інкотермс-2020; відвантаження товару здійснюється на території підприємства (с. Пірнове, вул. Київська, 29). FCA – це міжнародний комерційний термін, який визначає відповідальність продавця за товар і обов'язок покупця отримати товар [39]. Базові умови поставки були вибрані з урахуванням того, що «Комбі» найбільше користується ними. Однак можна зазначити деякі переваги використання FCA при експорті товарів [40, 41]:

- Зменшення витрат. Використання умов FCA дає можливість покупцеві взяти на себе транспортні витрати, що є вигодною для продавця, оскільки це дозволяє зменшити витрати.

- Контроль над транспортуванням. Дає покупцеві контроль над транспортуванням товару, оскільки він може вибрати перевізника, що може покращити ефективність доставки.
- Зменшення ризиків. Застосування FCA дозволяє зменшити ризик пошкодження або втрати товару під час транспортування, оскільки продавець несе відповідальність за товар до моменту його передачі перевізнику.
- Простота. Легко зрозуміти та застосовувати, що може бути особливо корисним для малого бізнесу та новачків у галузі експорту.
- Гнучкість. FCA дозволяє гнучко підходити до доставки товарів, оскільки покупець може організувати транспортування від місця знаходження продавця до кінцевого пункту призначення.

При використанні умов FCA, підприємству необхідно нести витрати на підготовку товару для перевезення: упаковка, маркування та підготовка документів для експорту. Що стосується витрат, пов'язаних з постачанням товару, то «Комбі» сплачує лише суму за навантажувальні роботи, оскільки транспортуванням товару від складу до місця перевезення займається сторона покупця.

Плата за товар здійснюється на умовах 100% передплати шляхом банківського переказу. Вже багато років компанія використовує дану форму розрахунків й поки змінювати не збирається. Банківський переказ – вид міжбанківського платежу, за якого гроші переказуються з одного рахунку на інший (з рахунку платника на рахунок одержувача). Зазвичай це робиться через Інтернет, але також може бути ініційовано телефоном або під час фізичного відвідування відділення банку. У більшості випадків такі платежі ініціюються клієнтом у відповідь на рахунок, надісланий підприємством.

Для експортної компанії банківський переказ має низку переваг перед іншими методами оплати [42]. Однією з основних переваг методу прямого банківського переказу є високий рівень безпеки й відповідно знижений ризик шахрайства. За своєю природою АСН та електронні перекази використовують кілька рівнів безпеки для обробки. Фінансові установи, що обробляють ці запити,

шифрують усю банківську інформацію. Крім того, банк вживає заходів щодо перевірки особистості та банківських реквізитів для запобігання шахрайству.

До того ж банківські перекази зазвичай здійснюються швидше, ніж інші способи оплати, такі як чеки або грошові перекази. Щойно кошти переказано, вони одразу ж стають доступними одержувачу платежу.

Для здійснення експорту з України до Словаччини підприємству необхідно мати ряд документів, які можуть вимагати компетентні органи. Першим з них є сертифікат походження товару (Certificate of Origin) - документ, який підтверджує, що товар виготовлено в Україні та має право на преференційний митний режим при експорті до країн ЄС, зокрема до Словаччини [43]. Підприємство «Комбі» має документ EUR.1, який засвідчує походження товару (Дод. П).

До того ж важливими є наявність інвойсу – документ, який містить інформацію про товар, його кількість, ціну, ставки податків та інші витрати, що стосуються експорту.

Крім того транспортні документи – документи, які засвідчують перевезення товару, зокрема:

- накладна на відправлення товару;
- пакувальний лист (Packing List);
- товарна накладна (Bill of Lading).

Наостанок, компанії необхідно мати сертифікат відповідності (Certificate of Conformity) - документ, який підтверджує, що продукція відповідає стандартам якості та безпеки, що діють в ЄС [44].

Останнім, але доволі суттєвим етапом є розрахунок ефективності операції. Він дозволяє визначити, наскільки успішно була проведена операція з точки зору досягнення поставленої мети [45, ст. 121]. Це дозволяє оцінити ефективність витрачених ресурсів, включаючи час, гроші, працю та інші засоби.

Для бізнесу, оцінка ефективності операцій є ключовим елементом в процесі прийняття рішень. Вона допомагає вирішити, які процеси необхідно змінити або вдосконалити, щоб покращити виробничі показники й збільшити прибуток.

У пункті 1.2 було проаналізовано ефективність контракту на поставку фарби для волосся до Польщі у 2022 році. Візьмемо отримані результати та порівняємо з альтернативним (Дод. Р.1, Р.2). У таблиці 3.2 наведені узагальнені дані щодо витрат та доходу, а більш детальні розрахунки здійснені в Додатку С.

Таблиця 3.2

### Показник ефективності контрактів підприємства АТ «Фабрика «Комбі»

Показники	Механізм розрахунку	Наявний контракт	Альтернативний контракт
Кількість одиниць товару, шт.	Q	20 970	12 900
Ціна за одиницю, євро	P <sub>€</sub>	0,46	0,51
Ціна за одиницю, грн	P <sub>грн.</sub>	17,34	21,01
Контрактна ціна, євро	KЦ <sub>€</sub>	9 725,40	6 579,00
Контрактна ціна, грн	KЦ <sub>грн.</sub>	363 535,45	271 054,80
Курс валюти, грн/євро	BK	37,38	41,2
Собівартість, грн	C	224 379,00	158 670,00
Навантаження, грн	H <sub>T</sub> (1%)	3635,35	2710,55
Митні формальності, грн	MФ (0,5%)	1817,68	1355,27
Повні витрати, грн	ПВ = C + H <sub>T</sub> + МФ	229 832,03	162 735,82
Ефективність контракту	E = P * BK / ПВ	1,58	1,67
Ефект експорту, грн	KE <sub>BP</sub> = P * BK - ПВ	133 703,42	108 318,98

Джерело: побудовано автором

При розгляді альтернативного контракту на поставку фарб до Словаччини стало очевидним, що його ефективність склала 1,67, що перевищує показник наявного контракту. Крім того, рентабельність контракту склала 108 318,98 грн.

Отже, можна зробити висновок, що існує велика кількість факторів, які можуть вплинути на ефективність майбутнього контракту. До цих факторів належать і ті, на які ми не можемо вплинути. Це знову підкреслює необхідність детального підходу до планування операції та реалізації контракту.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На підставі проведеного дослідження були зроблені висновки щодо діяльності АТ «Фабрика «Комбі», де зафіксовано фінансову звітність за останні чотири роки (2018-2021). В рамках дослідження було проведено аналіз фінансової звітності, на підставі цього аналізу можна зробити висновок, що підприємство має стабільний та позитивний фінансовий стан, який забезпечує йому можливості для подальшого розвитку та зростання.

У 2021 році спостерігається збільшення чистого доходу від продажу товарів та послуг на 16,68% порівняно з 2020 роком, що свідчить про високу конкурентоспроможність компанії в динамічному середовищі. Порівняно з 2018 роком цей показник збільшився на 10,5 млн грн. або 62,9%. Хоча показник рентабельності коливався, його значення залишалося в межах норми, і у 2021 році склало 2, що є середнім для галузі. Значення поточної ліквідності також відповідає нормі - 1,76-2,1. Цей показник зріс на 19,3% в середньому за рік. Компанія може з легкістю здійснювати відсоткові платежі за боргом або виплачувати дивіденди, чим вищий є її коефіцієнт покриття.

В результаті проведеного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства «Комбі» можна стверджувати, що компанія, хоч і має переважно внутрішню орієнтацію, однак зазнає позитивних змін у сфері експорту. За п'ять років доходи від експорту зросли на 60,1%, досягнувши позначки у 10,2 млн грн. Оцінка ефективності реалізації на зовнішньому ринку свідчить про успішну роботу компанії, оскільки коефіцієнт в період з 2017 по 2021 рр. був в межах 1,3-1,39. Аналіз товарної структури показав, що підприємство головним чином спеціалізується на продажі засобів для догляду за волоссям – щорічно в середньому 83,8% експортної діяльності становить ця продукція. Географія експорту є досить різноманітною, охоплюючи 4 країни Азії - Казахстан, Туркменістан, Азербайджан та Ірак, а також 5 країн Європи - Швейцарію, Латвію, Литву, Польщу та Грузію. Наразі основною метою зовнішньоекономічної діяльності «Комбі» є розширення експорту з фокусом на країни Європи.

Проведений компаративний аналіз дозволив вибрати Словаччину як найбільш перспективний ринок для України, оскільки попит на фарбу для волосся в цій країні не зменшується. З 2018 по 2022 імпорт з України зростає з 27 т до 133 т збільшуючись на 51,3% щорічно. «Комбі» може відповідати вимогам словацьких споживачів, розробляючи та випускаючи на цьому високоприбутковому ринку фарбу для волосся, що відповідає тенденціям та уподобанням споживачів, і отримати конкурентну перевагу.

Виконання експортної операції до Словаччини є складним процесом, що потребує врахування багатьох моментів перед виходом на новий ринок. У ході роботи було застосовано інструмент – діаграма Ганта, що дозволило візуально організувати та спланувати основні завдання, а також виявити залежності між ними для забезпечення їх правильного виконання. Також проаналізовано основні ендогенні та екзогенні ризики, що можуть вплинути на успішну експортну діяльність компанії.

На завершення підготовки до експортної операції було розроблено детальний алгоритм організації операції, що дозволило оцінити можливості “Комбі” для входу на новий ринок та визначити необхідні формальності. В ході цього процесу було приділено особливу увагу нормативним документам, які повинна мати компанія, викладені базові умови поставки та загальна схема розрахунків. Додатково, було зроблено прогноз ефективності зовнішньоекономічної операції порівняно з наявним контрактом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ФАБРИКА КОМБІ - УКРАЇНСЬКИЙ ВИРОБНИК КОСМЕТИКИ. *ФАБРИКА КОМБІ*. URL: <https://kombi.ua> (дата звернення: 03.02.2023).
2. *Youcontrol*. URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/19016050/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/19016050/)
3. Аналіз господарської діяльності / І. Лобачева та ін. Вінниця, 2021. 416 с.
4. Курочкіна О. К. Рентабельність підприємства як основний показник ефективності його діяльності. *ЛОГОΣ. ONLINE*. 2020. С. 2–4.
5. Жигалкевич Ж.М., Кам'янська О.В. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент». Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2022. 214 с.
6. The Effect of Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), and Earning Per Share (EPS) on the Stock Price of PT. Astra Internasional Tbk (Years 2013-2021). *OAIJSS*. 2022. Vol. 5. P. 742.
7. Коефіцієнт автономії - LivingFo. LivingFo. URL: <https://livingfo.com/koeffitsiiient-avtonomii/> (дата звернення: 15.02.2023).
8. Коефіцієнт фінансової автономії (Коефіцієнт фінансової незалежності). *Фінансовий аналіз та висновок*. URL: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv/346-pokaznik-finansovoji-avtonomiji-pokaznik-finansovoji-nezalezhnosti> (дата звернення: 15.02.2023).
9. Koval O., Litus P. MANAGEMENT OF FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE. *Efektivna ekonomika*. 2020. № 12. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.77> (дата звернення: 07.03.2023).
10. Коефіцієнт фінансової залежності. *Фінансовий аналіз та висновок*. URL: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv/347-pokaznik-finansovoji-zalezhnosti> (дата звернення: 15.02.2023).
11. Кобилецький В.Р. Відносні показники ліквідності і платоспроможності. *Онлайн-журнал «Financial Analysis online»*. URL: <https://analizua.com/metodyka-rozrakhunku-2/102-vidnosni-pokaznyky-likvidnosti> (дата перегляду: 08.06.2023).
12. Refinery29. Refinery29.de. URL: <https://www.refinery29.com/en-us>.



13. Trade Map - Trade statistics for international business development. *Trade Map - Trade statistics for international business development*. URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx?nvpm=1> (дата звернення: 23.03.2023).
14. Hair color market size, trends and global forecast to 2032. Global Market Research Reports & Consulting | The Business Research Company. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/hair-color-global-market-report> (дата звернення: 19.03.2023).
15. Hair color products market segmentations & global trends - 2028. Market Research Business Consulting and Strategy Planning Firm | Data Bridge Market Research Private Ltd. URL: <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-hair-color-products-market> (дата звернення: 22.03.2023).
16. Fact.MR – hair color market analysis by product (permanent, semi-permanent, demi-permanent, bleach-highlights, temporary hair color), by nature (natural, chemical hair color), by gender (male, female, unisex), by distribution channel, by region – global forecast 2021-2031. Market Research Reports | Business Intelligence Consulting - Fact.MR. URL: <https://www.factmr.com/report/305/hair-color-market> (дата звернення: 19.03.2023).
17. PR Newswire. Global hair color market: 30% of growth to originate from europe, market driven by innovation in product formulation & formats - technavio. Yahoo Finance. URL: <https://finance.yahoo.com/news/global-hair-color-market-30-232000458.html> (дата звернення: 19.03.2023).
18. ReportLinker. Hair color global market report 2022. GlobeNewswire News Room. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2022/09/14/2516317/0/en/Hair-Color-Global-Market-Report-2022.html> (дата звернення: 19.03.2023).
19. Supermash. SUPERMASH. URL: <https://supermash.ua>.
20. Дистриб'ютор косметики для волос. URL: <https://greenlight.com.ua>.
21. Soins du corps Weleda naturels et bio - Weleda. Weleda - Cosmétiques bio et naturels - Vente en ligne - Laboratoire pharmaceutique - Homéopathie - Compléments alimentaires - homepage. URL: <https://www.weleda.fr/corps>.

- 22.VK Kimya Kozmetik. URL: <http://www.vk-cosmetics.com>.
- 23.ZYG pharma. ZYG Pharma. URL: <http://www.zygpharma.com>.
- 24.Winatur haarkosmetik gmbh & co. KG. URL: <http://www.winatur.de>.
- 25.Market Access Map. *Market Access Map*. URL: <https://m.macmap.org/en/query/customs-duties>(дата звернення: 10.04.2023).
- 26.Sano Slovensko | Die Tier-Ernährer. URL: <https://www.sano.sk/sk>.
- 27.NWS 3.0. URL: <http://www.affinage.sk>.
- 28.La Riche Directions. URL: <https://www.directionshaircolour.co.uk>.
- 29.Hair – ivana natural. Ivana Natural – Be with nature. URL: <https://www.ivananatural.com/product-category/hair-care/>.
- 30.EUR-Lex - 32009R1223 - EN - EUR-Lex. EUR-Lex – Access to European Union law – choose your language. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:32009R1223>.
- 31.Dm-drogerie markt - dauerhaft günstig online kaufen. URL: <https://www.dm.de>.
- 32.Our favorite DM products & german foods - mymerrymessygermanlife.com. URL: <https://mymerrymessygermanlife.com/our-favorite-dm-products/>.
- 33.Хеллер М., Пятницький В., Нерпій С. Енциклопедія з експортування в ЄС на засадах ПВЗВТ. СТА Economic & Export Analysts Ltd. 899 с. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/ugoda-pro-associaciyu/bucklets/encyclopaediaukr-part1.pdf>.
- 34.REACH Regulation. Environment. URL: [https://environment.ec.europa.eu/topics/chemicals/reach-regulation\\_en#:~:text=The%20Regulation%20on%20the%20registration,can%20be%20posed%20by%20chemicals](https://environment.ec.europa.eu/topics/chemicals/reach-regulation_en#:~:text=The%20Regulation%20on%20the%20registration,can%20be%20posed%20by%20chemicals).
- 35.INCI - Personal Care Products Council. Personal Care Products Council. URL: [https://www.personalcarecouncil.org/resources/inci/#:~:text=INCI%20names%20\(International%20Nomenclature%20Cosmetic,recognized%20to%20identify%20cosmetic%20ingredients](https://www.personalcarecouncil.org/resources/inci/#:~:text=INCI%20names%20(International%20Nomenclature%20Cosmetic,recognized%20to%20identify%20cosmetic%20ingredients).
- 36.The Pros and Cons of Gantt Charts | Smartsheet. Smartsheet. URL: <https://www.smartsheet.com/content/gantt-chart-pros-cons>.

- 37.Онлайн-конструктор діаграмм Ганта | Miro. <https://miro.com/>. URL: <https://miro.com/ru/strategic-planning/gantt-chart/> (дата звернення: 28.04.2023).
- 38.Маркетинг-кіт: повний гайд з розробки. Univest Creative. URL: <https://creative.univest.ua/uk/2022/09/11/marketing-kit-povnij-gajd-z-rozrobki/>.
- 39.Інкотермс Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати (редакція 2000 року) (укр/рос). *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/988\\_007#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/988_007#Text)(дата звернення: 03.05.2023).
- 40.FCA incoterms: what FCA means and pricing - guided imports. Guided Imports. URL: <https://guidedimports.com/blog/what-does-fca-mean-incoterms/> (дата звернення: 03.05.2023).
- 41.Free carrier (FCA) incoterm explained. Export Documentation Shipping Software in Logistics. URL: <https://www.cargoflip.com/post/free-carrier-fca> (дата звернення: 03.05.2023).
- 42.GoCardless. Direct bank transfer payment method pros & cons. Online Payment Processing Solution | GoCardless. URL: <https://gocardless.com/en-us/guides/posts/direct-bank-transfer-payment-method-for-small-businesses/#pros-and-cons-of-a> (дата звернення: 03.05.2023).
- 43.Applying for a Certificate of Origin (CvO) or EUR.1 document. *business.gov.nl*. URL: <https://business.gov.nl/regulation/cvo-eur1-document/> (дата звернення: 03.05.2023).
- 44.Technical documentation and EU declaration of conformity - Your Europe. Your Europe. URL: [https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/compliance/technical-documentation-conformity/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/compliance/technical-documentation-conformity/index_en.htm) (дата звернення: 03.05.2023).
- 45.Федоронько Н. Аналіз ефективності експортних та імпорتنних операцій. № 10. С. 120–123.



# ДОДАТКИ

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАБРИКА "КОМБІ"		за ЄДРПОУ	2020.01.01 19016050
Територія	ПІРНОВЕ	за КОАТУУ	3221886801
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво парфумних і косметичних засобів	за КВЕД	20.42
Середня кількість працівників	12		
Адреса, телефон	вул. Київська, 29, село Пірнове, Вишгородський, Київська область, 07342, Україна, (044) 501-89-61		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			v
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)**

на 31.12.2019 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	1	11
первісна вартість	1001	286	297
накопичена амортизація	1002	285	286
Незавершені капітальні інвестиції	1005	45	43
Основні засоби	1010	3411	2689
первісна вартість	1011	12645	12544
знос	1012	9234	9855
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	32	32
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>3489</b>	<b>2775</b>

1	2	3	4
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	16760	17361
<i>Виробничі запаси</i>	1101	9753	9130
<i>Незавершене виробництво</i>	1102	1653	1582
<i>Готова продукція</i>	1103	5237	6579
<i>Товари</i>	1104	117	70
Поточні біологічні активи	1110	0	0
<i>Депозити перестраховання</i>	1115	0	0
<i>Векселі одержані</i>	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3314	3487
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	4445	3960
у тому числі з податку на прибуток	1136	88	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів</i>	1140	0	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків</i>	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	648	1180
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2084	2599
<i>Готівка</i>	1166	1	21
<i>Рахунки в банках</i>	1167	2083	2578
Витрати майбутніх періодів	1170	362	18
<i>Частка перестраховика у страхових резервах</i>	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
<i>резервах довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резервах збитків або резервах належних виплат</i>	1182	0	0
<i>резервах незароблених премій</i>	1183	0	0
<i>інших страхових резервах</i>	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	150	24
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>27763</b>	<b>28629</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>31</b>	<b>31</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>31283</b>	<b>31435</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1530	1530
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	1016	1016
Емісійний дохід	1411	619	619
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	11330	11330
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1638	4193
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>15514</b>	<b>18069</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	15235	12531
розрахунками з бюджетом	1620	9	484
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	473
розрахунками зі страхування	1625	7	7
розрахунками з оплати праці	1630	27	37
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	38	79
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	453	228
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>15769</b>	<b>13366</b>

1	2	3	4
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>31283</b>	<b>31435</b>

Примітки: за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

Керівник

Триліський Володимир Маркович

Головний бухгалтер

Триліський Володимир Маркович





Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАБРИКА "КОМБІ" Дата (рік, місяць, число)

КОДИ
2020.01.01
19016050

за ЄДРПОУ

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

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ** Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	19512	16687
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 14573 )	( 14880 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>	2090	4939	1807
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	4550	3011
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 2060 )	( 1082 )
Витрати на збут	2150	( 2476 )	( 1926 )
Інші операційні витрати	2180	( 1850 )	( 1775 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	( 0 )	( 0 )
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	( 0 )	( 0 )
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>	2190	3103	35
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1	0
Інші доходи	2240	12	2
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 0 )	( 0 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>	2290	3116	37
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2295	( 0 )	( 0 )

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(561)	(7)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>	<b>2350</b>	<b>2555</b>	<b>30</b>
прибуток			
збиток	<b>2355</b>	( 0 )	( 0 )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>2555</b>	<b>30</b>

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	15243	13686
Витрати на оплату праці	2505	1203	762
Відрахування на соціальні заходи	2510	256	162
Амортизація	2515	749	748
Інші операційні витрати	2520	6509	5772
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>23960</b>	<b>21130</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	153000000	153000000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	153000000	153000000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,02	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,02	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

Керівник

Триліський Володимир Маркович

Головний бухгалтер

Триліський Володимир Маркович

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАБРИКА "КОМБІ"		за ЄДРПОУ	2021.01.01 19016050
Територія ПІРНОВЕ		за КОАТУУ	3221886801
Організаційно-правова форма господарювання Акціонерне товариство		за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності Виробництво парфумних і косметичних засобів		за КВЕД	20.42

Середня кількість працівників 30  
 Адреса, вул. Київська, 29, село Пірнове, Вишгородський, Київська область, 07342, Україна, (044) 501-89-61  
 телефон

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

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

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

### Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2020 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	11	8
первісна вартість	1001	297	297
накопичена амортизація	1002	286	289
Незавершені капітальні інвестиції	1005	43	43
Основні засоби	1010	2689	1981
первісна вартість	1011	12544	12619
знос	1012	9855	10638
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	32	32
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>2775</b>	<b>2064</b>

2020

PЗМА

19016050

1	2	3	4
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	17361	20812
<i>Виробничі запаси</i>	<i>1101</i>	<i>9130</i>	<i>10570</i>
<i>Незавершене виробництво</i>	<i>1102</i>	<i>1582</i>	<i>2369</i>
<i>Готова продукція</i>	<i>1103</i>	<i>6579</i>	<i>7765</i>
<i>Товари</i>	<i>1104</i>	<i>70</i>	<i>108</i>
Поточні біологічні активи	1110	0	0
<i>Депозити перестраховання</i>	<i>1115</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Векселі одержані</i>	<i>1120</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3487	3769
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	1314
з бюджетом	1135	3960	1124
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів</i>	<i>1140</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків</i>	<i>1145</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1180	1
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2599	3791
<i>Готівка</i>	<i>1166</i>	<i>21</i>	<i>3</i>
<i>Рахунки в банках</i>	<i>1167</i>	<i>2578</i>	<i>3788</i>
Витрати майбутніх періодів	1170	18	28
<i>Частка перестраховика у страхових резервах</i>	<i>1180</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
у тому числі в:	1181	0	0
<i>резервах довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резервах збитків або резервах належних виплат</i>	<i>1182</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>резервах незароблених премій</i>	<i>1183</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>інших страхових резервах</i>	<i>1184</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Інші оборотні активи	1190	24	95
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>28629</b>	<b>30934</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>31</b>	<b>31</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>31435</b>	<b>33029</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1530	1530
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	1016	1016
Емісійний дохід	1411	619	619
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	11330	11330
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4193	5182
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>18069</b>	<b>19058</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	12531	13472
розрахунками з бюджетом	1620	484	98
у тому числі з податку на прибуток	1621	473	77
розрахунками зі страхування	1625	7	18
розрахунками з оплати праці	1630	37	79
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	0	98
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	79	172
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	228	34
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>13366</b>	<b>13971</b>

1	2	3	4
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>31435</b>	<b>33029</b>

Примітки: за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

Керівник Триліський Володимир Маркович

Головний бухгалтер Триліський Володимир Маркович



Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАБРИКА "КОМБІ" Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ

КОДИ
2021.01.01
19016050

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

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ** Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	23295	19512
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 15797 )	( 14573 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>	2090	7498	4939
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	2102	4550
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 2290 )	( 2060 )
Витрати на збут	2150	( 2380 )	( 2476 )
Інші операційні витрати	2180	( 3723 )	( 1850 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	( 0 )	( 0 )
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	( 0 )	( 0 )
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>	2190	1207	3103
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	1
Інші доходи	2240	0	12
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 0 )	( 0 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 1 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>	2290	1206	3116
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2295	( 0 )	( 0 )

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(217)	(561)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>	<b>2350</b>	<b>989</b>	<b>2555</b>
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	<b>2355</b>	<b>( 0 )</b>	<b>( 0 )</b>

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>989</b>	<b>2555</b>

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	16066	15243
Витрати на оплату праці	2505	2955	1203
Відрахування на соціальні заходи	2510	635	256
Амортизація	2515	789	749
Інші операційні витрати	2520	6842	6509
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>27287</b>	<b>23960</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	153000000	153000000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	153000000	153000000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,01	0,02
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,01	0,02
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

Керівник

Триліський Володимир Маркович

Головний бухгалтер

Триліський Володимир Маркович



Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАБРИКА "КОМБІ"

Територія Київська обл., Вишгородський р-н, с.Пірнове

Організаційно-правова форма господарювання Акціонерне товариство

Вид економічної діяльності Виробництво парфумних і косметичних засобів

Середня кількість працівників 34

Адреса, телефон вул. Київська, 29, село Пірнове, Вишгородський, Київська обл., 07342, Україна, (044) 501-89-61

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

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):  
за національними положеннями (стандартами) бухгалтерськ  
за міжнародними стандартами фінансової звітності

КОДИ

2022.01.01

19016050

UA32100090010  
043759

230

20.42

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КАТОТТГ

за КОПФГ

за КВЕД

v

### Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2021 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	8	6
первісна вартість	1001	297	297
накопичена амортизація	1002	289	291
Незавершені капітальні інвестиції	1005	43	47
Основні засоби	1010	1981	1293
первісна вартість	1011	12619	12674
знос	1012	10638	11381
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	32	32
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>2064</b>	<b>1378</b>

1	2	3	4
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	20812	25132
<i>Виробничі запаси</i>	<i>1101</i>	10570	12421
<i>Незавершене виробництво</i>	<i>1102</i>	2369	2840
<i>Готова продукція</i>	<i>1103</i>	7765	9487
<i>Товари</i>	<i>1104</i>	108	384
Поточні біологічні активи	1110	0	0
<i>Депозити перестрахування</i>	<i>1115</i>	0	0
<i>Векселі одержані</i>	<i>1120</i>	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3769	4061
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	1314	268
з бюджетом	1135	1124	721
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів</i>	<i>1140</i>	0	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків</i>	<i>1145</i>	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1	560
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	3791	3306
<i>Готівка</i>	<i>1166</i>	3	5
<i>Рахунки в банках</i>	<i>1167</i>	3788	3301
Витрати майбутніх періодів	1170	28	29
<i>Частка перестраховика у страхових резервах</i>	<i>1180</i>	0	0
у тому числі в:	<i>1181</i>	0	0
<i>резервах довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резервах збитків або резервах належних виплат</i>	<i>1182</i>	0	0
<i>резервах незароблених премій</i>	<i>1183</i>	0	0
<i>інших страхових резервах</i>	<i>1184</i>	0	0
Інші оборотні активи	1190	95	85
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>30934</b>	<b>34162</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>31</b>	<b>31</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>33029</b>	<b>35571</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1530	1530
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	1016	1016
<i>Емісійний дохід</i>	1411	619	619
<i>Накопичені курсові різниці</i>	1412	0	0
Резервний капітал	1415	11330	11330
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	5182	5430
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>19058</b>	<b>19306</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
<i>Довгострокові забезпечення витрат персоналу</i>	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
<i>Благодійна допомога</i>	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
<i>резерв довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резерв збитків або резерв належних виплат</i>	1532	0	0
<i>резерв незароблених премій</i>	1533	0	0
<i>інші страхові резерви</i>	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	13472	13133
розрахунками з бюджетом	1620	98	159
у тому числі з податку на прибуток	1621	77	119
розрахунками зі страхування	1625	18	15
розрахунками з оплати праці	1630	79	63
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	98	2540
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	151
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	172	161
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	34	43
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>13971</b>	<b>16265</b>

1	2	3	4
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>33029</b>	<b>35571</b>

Примітки: за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

Керівник

Триліський Володимир Маркович

Головний бухгалтер

Триліський Володимир Маркович



Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАБРИКА "КОМБІ" Дата (рік, місяць, число)  
за ЄДРПОУ

КОДИ
2022.01.01
19016050

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)**  
за 2021 рік

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ** Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	27180	23295
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 20308 )	( 15797 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>	2090	6872	7498
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	2216	2102
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 3050 )	( 2290 )
Витрати на збут	2150	( 3065 )	( 2380 )
Інші операційні витрати	2180	( 2314 )	( 3723 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	( 0 )	( 0 )
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	( 0 )	( 0 )
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>	2190	659	1207
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 0 )	( 0 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 1 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>	2290	659	1206
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	2295	( 0 )	( 0 )

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(119)	(217)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>	<b>2350</b>	<b>540</b>	<b>989</b>
<b>прибуток</b>			
<b>збиток</b>	<b>2355</b>	<b>( 0 )</b>	<b>( 0 )</b>

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>540</b>	<b>989</b>

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	20096	16066
Витрати на оплату праці	2505	4068	2955
Відрахування на соціальні заходи	2510	866	635
Амортизація	2515	745	789
Інші операційні витрати	2520	6908	6842
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>32683</b>	<b>27287</b>

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	153000000	153000000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	153000000	153000000
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0,01
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0,01
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

Керівник

Триліський Володимир Маркович

Головний бухгалтер

Триліський Володимир Маркович

## Баланс (Звіт про фінансовий стан), тис. грн.

Актив	Код рядка	2018	2019	2020	2021
<b>I. Необоротні активи</b>					
Нематеріальні активи:	1000	1	11	8	6
первісна вартість	1001	286	297	297	297
накопичена амортизація	1002	285	286	289	291
Незавершені капітальні інвестиції	1005	45	43	43	47
Основні засоби:	1010	3 411	2 689	1 981	1 293
первісна вартість	1011	12 645	12 544	12 619	12 674
знос	1012	9 234	9 855	10 638	11 381
Довгостоктова дебіторська заборгованість	1040	32	32	32	32
<b>Усього за розділом 1</b>	<b>1095</b>	<b>3 489</b>	<b>2 775</b>	<b>2 064</b>	<b>1 378</b>
<b>II. Оборотні активи</b>					
Запаси	1100	16 760	17 361	20 812	25 132
Виробничі запаси	1101	9 753	9 130	10 570	12 421
Незавершене виробництво	1102	1 653	1 582	2 369	2 840
Готова продукція	1103	5 237	6 579	7 765	9 487
Товари	1104	117	70	108	384
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи і послуги	1125	3 314	3 487	3 769	4 061
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		-	1 314	268
з бюджетом	1135	4 445	3 960	1 124	721
з бюджетом, у тому числі з податку на прибуток	1136	88	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	648	1 180	1	560
Гроші та їх еквіваленти	1165	2 084	2 599	3 791	3 306
Готівка	1166	1	21	3	5
Рахунки в банках	1167	2 083	2 578	3 788	3 301
Витрати майбутніх періодів	1170	362	18	28	29
Інші оборотні активи	1190	150	24	95	85
<b>Усього за розділом 2</b>	<b>1195</b>	<b>27 763</b>	<b>28 629</b>	<b>30 934</b>	<b>34 162</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>31</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1300</b>	<b>31 283</b>	<b>31 435</b>	<b>33 029</b>	<b>35 571</b>

## Продовження таблиці додатку А.2

Пасив	Код рядка	2018	2019	2020	2021
<b>I. Власний капітал</b>					
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 530	1 530	1 530	1 530
Додатковий капітал	1410	1 016	1 016	1 016	1 016
Емісійний дохід	1411	619	619	619	619
Резервний капітал	1415	11 330	11 330	11 330	11 330
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 638	4 193	5 182	5 430
<b>Усього за розділом 1</b>	<b>1495</b>	<b>15 514</b>	<b>18 069</b>	<b>19 058</b>	<b>19 306</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>					
Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи та послуги	1615	15 235	12 531	13 472	13 133
розрахунками з бюджетом	1620	9	484	98	159
у тому числі з податку на прибуток	1621		473	77	119
розрахунками зі страхування	1625	7	7	18	15
розрахунками з оплати праці	1630	27	37	79	63
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-	98	2 540
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-	-	151
Поточні забезпечення	1660	38	79	172	161
Інші поточні зобов'язання	1690	453	228	34	43
<b>Усього за розділом 3</b>	<b>1695</b>	<b>15 769</b>	<b>13 366</b>	<b>13 971</b>	<b>16 265</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1900</b>	<b>31 283</b>	<b>31 435</b>	<b>33 029</b>	<b>35 571</b>

Джерело: надано підприємством [1]



**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), тис. грн.**

Стаття	Код рядка	2018	2019	2020	2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	16 687	19 512	23 295	27 180
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(14 880)	(14 573)	(15 797)	(20 308)
Валовий прибуток	2090	1 807	4 939	7 498	6 872
Інші операційні доходи	2120	3 011	4 550	2 102	2 216
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2130	(1 082)	(2 060)	(2 290)	(3 050)
Адміністративні витрати	2150	(1 926)	(2 476)	(2 380)	(3 065)
Витрати на збут	2180	(1 775)	(1 850)	(3 723)	(2 314)
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток	2190	35	3 103	1 207	659
Інші фінансові доходи	2220	-	1	-	-
Інші доходи	2240	2	12	-	-
Інші витрати	2270	-	-	-1	-
Фінансові результати до оподаткування: прибуток	2290	37	3 116	1 206	659
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(7)	(561)	(217)	(119)
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	30	2 555	989	540

Джерело: надано підприємством [1]

## Динаміка основних показників балансу підприємства за 2018-2021 роки

Показник	Фактичні значення, тис. грн.				Абсолютний приріст, тис. грн.			Темпи приросту, %		
	2018	2019	2020	2021	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2019	2020	2021
<b>Активи</b>										
<b>Необоротні активи</b>	3 489	2 775	2 064	1 378	-714	-711	-686	-20,46	-25,62	-33,24
Нематеріальні активи	1	11	8	6	10	-3	-2	1000,00	-27,27	-25,00
Незавершені капітальні інвестиції	45	43	43	47	-2	0	4	-4,44	0,00	9,30
Основні засоби	3 411	2 689	1 981	1 293	-722	-708	-688	-21,17	-26,33	-34,73
<b>Оборотні активи</b>	27 763	28 629	30 934	34 162	866	2 305	3 228	3,12	8,05	10,44
Запаси	16 760	17 361	20 812	25 132	601	3 451	4 320	3,59	19,88	20,76
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи і послуги	3 314	3 487	3 769	4 061	173	282	292	5,22	8,09	7,75
Гроші та їх еквіваленти	2 084	2 599	3 791	3 306	515	1 192	-485	24,71	45,86	-12,79
Витрати майбутніх періодів	362	18	28	29	-344	10	1	-95,03	55,56	3,57
<b>Пасиви</b>										
Власний капітал	15 514	18 069	19 058	19 306	2 555	989	248	16,47	5,47	1,30
Поточні зобов'язання	15 769	13 366	13 971	16 265	-2 403	605	2 294	-15,24	4,53	16,42
Позиковий капітал	-255	4 703	5 087	3 041	4 958	384	-2 046	-1944,31	8,17	-40,22

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Додаток Б.2

**Динаміка основних показників звіту про сукупний дохід підприємства за 2018-2021 роки**

Показник	Фактичні значення, тис. грн.				Абсолютний приріст, тис. грн.			Темпи приросту, %		
	2018	2019	2020	2021	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2019	2020	2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	16 687	19 512	23 295	27 180	2 825	3 783	3 885	16,93	19,39	16,68
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-14 880	14 573	-15 797	-20 308	29 453	-30 370	-4 511	-197,94	-208,40	28,56
Фінансові результати від операційної діяльності	35	3 103	1 207	659	3 068	-1 896	-548	8765,71	-61,10	-45,40
Чистий фінансовий результат	30	2 555	989	540	2 525	-1 566	-449	8416,67	-61,29	-45,40

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

## Структура реалізації продукції підприємства за 2017-2021 роки

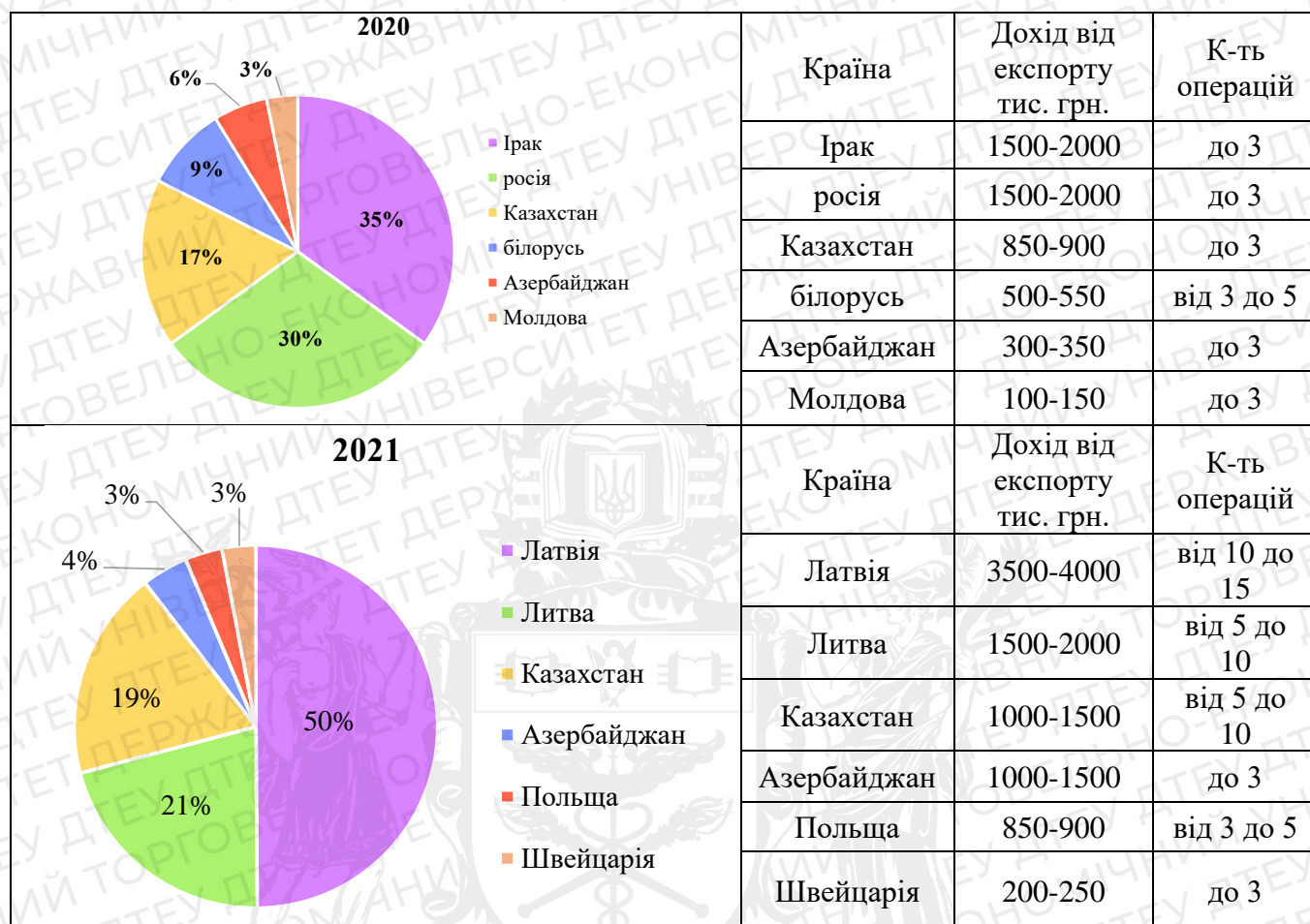
Показники	Фактичні значення, тис. грн.					Абсолютний приріст, тис. грн.				Темпи приросту, %			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2018	2019	2020	2021
<b>Собівартість реалізованої продукції</b>													
Всього	13073	14 880	14 573	15 797	20 308	1 807	-307	1 224	4 511	14	-2	8	29
Експорт	4 037	6 694	4 388	4 311	7 504	2 657	-2 307	-77	3 193	66	-34	-2	74
Внутрішній ринок	9 036	8 186	10 185	11 486	12 804	-850	2 000	1 301	1 318	-9	24	13	11
<b>Структура реалізації продукції</b>													
Всього	17 163	18 894	22 752	21 803	27 470	1 731	3 858	-949	5 667	10,09	20,42	-4,17	25,99
Експорт	5300	8500	6850	5950	10150	3200	-1650	-900	4200	60,38	-19,41	-13,14	70,59
Внутрішній ринок	11863	10394	15902	15853	17320	-1469	5508	-49	1467	-12,38	52,99	-0,31	9,25

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

### Географічна структура експорту підприємства за 2017-2021 роки

<p><b>2017</b></p> <p> <span style="color: purple;">■</span> росія  <span style="color: green;">■</span> Казахстан  <span style="color: yellow;">■</span> Грузія  <span style="color: blue;">■</span> Молдова  <span style="color: red;">■</span> Литва         </p>	Країна	Дохід від експорту тис. грн.	К-ть операцій
	росія	2000-2500	до 3
	Казахстан	1500-2000	до 3
	Грузія	400-450	до 3
	Молдова	200-250	до 3
	Литва	до 100	до 3
<p><b>2018</b></p> <p> <span style="color: purple;">■</span> росія  <span style="color: green;">■</span> Казахстан  <span style="color: yellow;">■</span> Азербайджан  <span style="color: blue;">■</span> Молдова  <span style="color: red;">■</span> Грузія         </p>	Країна	Дохід від експорту тис. грн.	К-ть операцій
	росія	3000-3500	від 5 до 10
	Казахстан	2500-3000	до 3
	Азербайджан	950-1000	до 3
	Молдова	600-650	від 3 до 5
	Грузія	300-350	до 3
<p><b>2019</b></p> <p> <span style="color: purple;">■</span> Азербайджан  <span style="color: green;">■</span> Казахстан  <span style="color: yellow;">■</span> білорусь  <span style="color: blue;">■</span> Ірак  <span style="color: red;">■</span> росія  <span style="color: orange;">■</span> Швейцарія  <span style="color: pink;">■</span> Молдова  <span style="color: cyan;">■</span> Грузія         </p>	Країна	Дохід від експорту тис. грн.	К-ть операцій
	Азербайджан	1500-2000	від 3 до 5
	Казахстан	850-900	до 3
	білорусь	450-500	до 3
	Ірак	450-500	до 3
	росія	300-350	до 3
	Швейцарія	200-250	до 3
	Молдова	150-200	до 3
	Грузія	100-150	до 3

## Продовження таблиці додатку Д.1



Джерело: побудовано автором на основі даних [1] та [2].

## Товарна структура експорту підприємства за 2017-2021 роки

Код згідно УКТ ЗЕД	Опис товару	2017	2018	2019	2020	2021
3305	Засоби для догляду за волоссям	5000-5500	6500-7000	4000-4500	3500-4000	6000-6500
3306	Засоби для гігієни порожнини рота або зубів, включаючи порошки та пасти для зубних протезів; нитки, що використовуються для очищення проміжків між зубами (зубоочисні нитки), упаковані для роздрібної торгівлі	350-400	100-150	300-350	1500-2000	700-750
3401	Мило; поверхнево-активні органічні речовини та мийні засоби, які застосовуються як мило, у формі брусків, брикетів або фігурних формованих виробів з вмістом або без вмісту мила; поверхнево-активні органічні речовини та засоби для миття шкіри у вигляді рідини або крему, розфасовані для роздрібної торгівлі, які містять або не містять мило; папір, вата, повсть, фетр та неткані матеріали, просочені або покриті (частково або повністю) милом чи детергентом	700-750	200-250	100-150	100-150	350-400

## Продовження таблиці додатку Д.2

Код згідно УКТ ЗЕД	Опис товару	2017	2018	2019	2020	2021
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	-	до 100	до 100	до 100	200-250
6704	Перуки, накладні бороди, брови, вії, шиньйони та аналогічні вироби з волосся людини, вовни або текстильних матеріалів; вироби з волосся людини, не включені до інших груп	-	-	до 100	до 100	-
961900	Гігієнічні прокладки (підкладки) і тампони, дитячі пелюшки і підгузки та аналогічні вироби, з будь-якого матеріалу	-	900-950	-	-	-

Джерело: побудовано автором на основі даних [1] та [2].



**Географічна структура імпорту підприємства за 2017-2021 роки**

Країна	Рік	Обсяг імпорту, тис. грн.	Частка в імпорті, %	К-ть операцій
Європа	2017	2000-2500	62,5	від 5 до 10
Китай		1000-1500	37,5	від 3 до 5
Європа	2018	400-450	56,25	від 10 до 15
Китай		300-350	43,75	до 3
Європа	2019	1000-1500	90,91	від 5 до 10
Китай		100-150	9,09	від 3 до 5
Європа	2020	1450-1600	51,61	від 5 до 10
Китай		1000-1500	48,39	від 5 до 10
Європа	2021	2000-2500	55,56	від 5 до 10
Китай		1500-2000	44,44	від 5 до 10

Джерело: побудовано автором на основі даних [1] та [2].

**Динаміка показників обсягу імпорту за 2017-2021 роки**

Країна	Абсолютний приріст, тис. грн.				Темпи приросту, %			
	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2018	2019	2020	2021
Європа	-6,25	34,66	-39,30	3,94	-10,00	61,62	-43,23	7,64
Китай	6,25	-34,66	39,30	-3,94	16,67	-79,22	432,26	-8,15

Джерело: побудовано автором на основі даних [1] та [2].

Формула для розрахунку показника «ефективність експорту»:

$$E_e = \frac{ЧД_e}{V_{e.в.ц.}}$$

$E_e$  – ефективність експорту;

$ЧД_e$  – чистий дохід за реалізований товар;

$V_{e.в.ц.}$  – вартість експорту у внутрішніх цінах.

Вихідні дані для розрахунку ефективності:

Рік	2017	2018	2019	2020	2021
Чистий дохід за реалізований товар	5300	8500	6850	5950	10150
Вартість експорту у внутрішніх цінах	4 081	6 205	5 206	4 373	7 308

Розрахунок:

$$E_{e.2017} = \frac{5300}{4081} = \mathbf{1,30}$$

Значення індексу більше 1 свідчить про те, що продаж товарів на зовнішніх ринках є вигідним та ефективним.

Формула для розрахунку показника «ефект експорту»:

$$E_{e.e.} = ЧД_e - ПВ_e$$

$E_{e.e.}$  – ефект експорту;

$ЧВ_e$  – чистий дохід за реалізований товар;

$ПВ_e$  – повні витрати підприємства на експорт продукції.

Вихідні дані для розрахунку ефективності:

Рік	2017	2018	2019	2020	2021
Дохід за реалізований товар	5300	8500	6850	5950	10150
Повні витрати	5 288	8 487	6 081	5 680	9 950
Ефект експорту	12	13	769	270	200

Розрахунок:

$$E_{e.e.2017} = 5300 - 5288 = \mathbf{12 \text{ тис. грн.}}$$

## Динаміка експорту фарби для волосся у світі за 2017-2021 рр.

Країни	Фактичні значення					Абсолютний приріст				Темпи приросту, %			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2018	2019	2020	2021
Тис. дол.													
Світ	7631285	8338804	8199082	8121190	9413871	707 519	-139 722	-77 892	1 292 681	9,27	-1,68	-0,95	15,92
Німеччина	823 735	890 012	893 504	841 422	1 014 056	66 277	3 492	-52 082	172 634	8,05	0,39	-5,83	20,52
Італія	697 597	780 675	788 046	757 450	942 176	83 078	7 371	-30 596	184 726	11,91	0,94	-3,88	24,39
США	781 597	814 889	831 166	807 900	917 666	33 292	16 277	-23 266	109 766	4,26	2,00	-2,80	13,59
Іспанія	408 065	427 379	405 814	389 635	476 228	19 314	-21 565	-16 179	86 593	4,73	-5,05	-3,99	22,22
Нідерланди	304 451	288 206	322 260	393 464	471 993	-16 245	34 054	71 204	78 529	-5,34	11,82	22,10	19,96
Тонн													
Світ	1718910	1524045	1363888	1283510	1388994	-194 865	-160 157	-80 378	105 484	-11,34	-10,51	-5,89	8,22
Італія	121 910	136 301	141 321	123 086	142 478	14 391	5 020	-18 235	19 392	11,80	3,68	-12,90	15,75
Німеччина	130 159	141 956	133 664	124 946	135 340	11 797	-8 292	-8 718	10 394	9,06	-5,84	-6,52	8,32
Мексика	157 217	127 513	53 548	54 872	116 774	-29 704	-73 965	1 324	61 902	-18,89	-58,01	2,47	112,81
США	112 862	118 403	115 541	106 390	107 144	5 541	-2 862	-9 151	754	4,91	-2,42	-7,92	0,71
Франція	124 818	131 112	104 797	92 681	93 055	6 294	-26 315	-12 116	374	5,04	-20,07	-11,56	0,40

Джерело: побудовано автором на основі даних [13].

## Динаміка експорту фарби для волосся в Україні за 2017-2021 рр.

Країни	Фактичні значення					Абсолютний приріст				Темпи приросту			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2018	2019	2020	2021
Тис. дол.													
Світ	16 548	16 827	12 307	12 945	13 525	279	-4 520	638	580	1,69	-26,86	5,18	4,48
білорусь	1 741	2 702	3 066	2 943	2 650	961	364	-123	-293	55,20	13,47	-4,01	-9,96
росія	2 325	2 451	2 398	2 508	2 628	126	-53	110	120	5,42	-2,16	4,59	4,78
Узбекистан	1 331	1 222	1 954	2 330	2 474	-109	732	376	144	-8,19	59,90	19,24	6,18
Молдова	1 604	1 561	1 575	1 660	1 673	-43	14	85	13	-2,68	0,90	5,40	0,78
Казахстан	1 261	719	850	722	1 045	-542	131	-128	323	-42,98	18,22	-15,06	44,74
Тонн													
Світ	3 933	4 029	3 991	4 197	4 316	96	-38	206	119	2,44	-0,94	5,16	2,84
росія	645	779	682	804	922	134	-97	122	118	20,78	-12,45	17,89	14,68
Узбекистан	711	543	908	828	871	-168	365	-80	43	-23,63	67,22	-8,81	5,19
білорусь	477	754	944	968	869	277	190	24	-99	58,07	25,20	2,54	-10,23
Казахстан	401	249	383	336	380	-152	134	-47	44	-37,91	53,82	-12,27	13,10
Молдова	311	296	302	339	349	-15	6	37	10	-4,82	2,03	12,25	2,95

Джерело: побудовано автором на основі даних [13].

## Динаміка частки експорту фарби для волосся за 2017-2021 рр.

Країни	Фактичні значення					Абсолютний приріст				Темпи приросту			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2018	2019	2020	2021
білорусь	10,52	16,06	24,91	22,73	19,59	5,54	8,86	-2,18	-3,14	52,62	55,15	-8,74	-13,82
росія	14,05	14,57	19,48	19,37	19,43	0,52	4,92	-0,11	0,06	3,67	33,77	-0,57	0,29
Узбекистан	8,04	7,26	15,88	18,00	18,29	-0,78	8,62	2,12	0,29	-9,71	118,63	13,37	1,63
Молдова	9,69	9,28	12,80	12,82	12,37	-0,42	3,52	0,03	-0,45	-4,29	37,95	0,20	-3,54
Казахстан	7,62	4,27	6,91	5,58	7,73	-3,35	2,63	-1,33	2,15	-43,93	61,64	-19,25	38,53

Джерело: побудовано автором на основі даних [13].

## Динаміка імпорту потенційних країн-імпортерів фарби для волосся за 2017-2021 рр.

Країни	Фактичні значення					Абсолютний приріст				Темпи приросту			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2018	2019	2020	2021
Молдова	7,91	7,35	7,57	8,08	8,09	-0,56	0,22	0,51	0,01	-7,09	3,00	6,74	0,11
Польща	4,42	5,29	6,24	6,60	5,79	0,86	0,95	0,36	-0,81	19,50	18,01	5,78	-12,24
Словаччина	-	0,84	1,30	2,03	2,46	-	0,46	0,72	0,43	-	54,40	55,44	21,27
Марокко	-	0,12	0,20	0,41	0,46	-	0,08	0,20	0,06	-	61,52	102,07	14,40
В'єтнам	0,13	0,52	0,63	0,62	0,86	0,39	0,11	-0,01	0,24	309,99	20,18	-1,10	38,38
Інші країни	87,67	86,40	84,69	82,89	83,20	-1,27	-1,71	-1,80	0,31	-1,45	-1,98	-2,12	0,37

Джерело: побудовано автором на основі даних [13].

## Динаміка експорту фарби для волосся в Словаччині за 2017-2021 рр.

Країни	Фактичні значення						Абсолютний приріст					Темпи приросту				
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2018	2019	2020	2021	2022
Тонн																
Світ	13 021	5 603	5 120	6 237	6 002	4 183	-7 418	-483	1 117	-235	-1 819	-56,97	-8,62	21,82	-3,77	-30,31
Німеччина	5 196	2 013	1 994	2 699	2 666	1 872	-3 183	-19	705	-33	-794	-61,26	-0,94	35,36	-1,22	-29,78
Нідерланди	-	25	814	695	601	583	-	789	-119	-94	-18	-	3156,00	-14,62	-13,53	-3,00
Іспанія	1 009	351	381	507	397	275	-658	30	126	-110	-122	-65,21	8,55	33,07	-21,70	-30,73
Чехія	969	440	383	427	421	255	-529	-57	44	-6	-166	-54,59	-12,95	11,49	-1,41	-39,43
Австрія	127	110	98	65	117	221	-17	-12	-33	52	104	-13,39	-10,91	-33,67	80,00	88,89
Україна	113	103	2	157	173	131	-10	-101	155	16	-42	-8,85	-98,06	7750,00	10,19	-24,28
Тис. дол.																
Світ	51 636	41 685	38 932	30 088	31 964	27 105	-9 951	-2 753	-8 844	1 876	-4 859	-19,27	-6,60	-22,72	6,24	-15,20
Німеччина	20 379	12 596	12 170	16 109	17 659	15 403	-7 783	-426	3 939	1 550	-2 256	-38,19	-3,38	32,37	9,62	-12,78
Нідерланди	435	588	3 952	3 318	3 048	2 975	153	3 364	-634	-270	-73	35,17	572,11	-16,04	-8,14	-2,40
Чехія	4 567	2 556	1 950	1 904	2 178	1 870	-2 011	-606	-46	274	-308	-44,03	-23,71	-2,36	14,39	-14,14
Франція	3 490	1 982	1 168	1 195	1 334	1 241	-1 508	-814	27	139	-93	-43,21	-41,07	2,31	11,63	-6,97
Австрія	526	452	418	313	621	1 162	-74	-34	-105	308	541	-14,07	-7,52	-25,12	98,40	87,12
Україна	522	300	46	383	356	279	-222	-254	337	-27	-77	-42,53	-84,67	732,61	-7,05	-21,63

Джерело: побудовано автором на основі даних [13]

## Динаміка імпорту фарби для волосся в Словаччині за 2017-2021 рр.

Країни	Фактичні значення						Абсолютний приріст					Темпи приросту				
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2018	2019	2020	2021	2022
Тонн																
Світ	3 989	3 827	4 018	3 765	3 662	3310	-162	191	-253	-103	-352	-4,06	4,99	-6,30	-2,74	-9,61
Чехія	443	409	397	364	382	1921	-34	-12	-33	18	1 539	-7,67	-2,93	-8,31	4,95	402,88
Польща	529	545	533	468	469	522	16	-12	-65	1	53	3,02	-2,20	-12,20	0,21	11,30
Угорщина	376	303	355	397	411	246	-73	52	42	14	-165	-19,41	17,16	11,83	3,53	-40,15
Німеччина	1 056	1 067	887	613	546	207	11	-180	-274	-67	-339	1,04	-16,87	-30,89	-10,93	-62,09
Нідерланди	11	5	25	18	89	153	-6	20	-7	71	64	-54,55	400,00	-28,00	394,44	71,91
Україна	-	27	52	74	113	133	-	25	22	39	20	-	92,59	42,31	52,70	17,70
Тис. дол.																
Світ	29 265	36818	38132	26742	27029	33 095	7 553	1 314	-11 390	287	6 066	25,81	3,57	-29,87	1,07	22,44
Чехія	2 038	3 032	2 101	1 907	2 737	22 688	994	-931	-194	830	19 951	48,77	-30,71	-9,23	43,52	728,94
Угорщина	2 294	2 596	2 508	2 244	2 235	4 910	302	-88	-264	-9	2 675	13,16	-3,39	-10,53	-0,40	119,69
Німеччина	2 016	1 316	1 894	1 960	2 150	1 488	-700	578	66	190	-662	-34,72	43,92	3,48	9,69	-30,79
Нідерланди	10 450	19 099	17 534	4 913	4 551	1 137	8 649	-1 565	-12 621	-362	-3 414	82,77	-8,19	-71,98	-7,37	-75,02
Франція	141	44	82	64	491	923	-97	38	-18	427	432	-68,79	86,36	-21,95	667,19	87,98
Україна	-	78	145	198	276	363	-	67	53	78	87	-	85,90	36,55	39,39	31,52

Джерело: побудовано автором на основі даних [13]

## Конкурентний лист

Умови контракту	«Réell'e»	«Kallos»	«Balea»
Країна-експортер	Австрія	Угорщина	Німеччина
Ціна в валюті	0,50 €/ шт	0,43 €/ шт	0,62 €/ шт
Рік конкурентного матеріалу	2022	2022	2022
Базисні умови поставки	FCA Вальс	FCA Будапешт	FCA Дюссельдорф
Умови оплати	Інкасо	Інкасо	Акредитив
Кількість	4380 шт	1900 шт	5700 шт

Джерело: надано підприємством

Додаткова інформація для проведення розрахунків:

- Витрати покупця за акредитивною формою розрахунку – 5% ціни продукції.
- Термін поставки товару – 15 днів;
- Середньомісячний банківський відсоток – 2,5%.

## Алгоритм розв'язку

Поправка на умови платежів (K1):

При здійсненні приведення умов конкурентних матеріалів на умови платежу необхідно керуватися наступними принципами:

- *Порівняння витрат на здійснення розрахунків за різними формами платежу:* якщо витрати на здійснення розрахунків із використанням форми платежу конкурентного матеріалу є більшою, то знак поправки на умови платежу (K1) буде зі знаком «-». Якщо витрати на здійснення розрахунків із формою платежу конкурентного матеріалу є нижчими за витрати на використання форми платежу майбутнього контракту, то знак поправки на умови платежу буде «+».

Витрати на здійснення розрахунків за вибраною формою (ВР) розраховуються за формулою:  $V_P = C_{KM} \cdot C_{BP}$

$C_{BP}$  – рівень витрат на здійснення розрахунків за обраною формулою.

- *Порівняння строків отримання коштів за відвантаженою продукцією експортером:* якщо на умовах майбутнього контракту експортер отримує кошти



раніше, аніж на умовах конкурентного матеріалу, то поправка на умови платежу буде зі знаком «-», якщо на умовах майбутнього контракту експортер отримує кошти за відвантажений товар пізніше, аніж на умовах конкурентного матеріалу, то поправка на умови платежу буде зі знаком «+». При цьому, приведення ціни до строків оплати майбутнього контракту здійснюється за формулою:  $C_{СП} = C_{КМ} * (1+i)$

$C_{СП}$  – ціна, приведена за строками оплати;

$i$  – ставка відсотків за банківський кредит з період;

Приведена ціна ( $C_{П}$ ) розраховується за формулою:  $C_{П} = C_{ВК} + \Sigma K$

Середня ціна ( $C_c$ ) розраховується за формулою:  $C_c = (C_{ПКМ1} + C_{ПКМ2} + \dots + C_{ПКМn}) / n$

$C_{ПКМn}$  – приведена ціна  $n$ -го конкурентного матеріалу;

$n$  – кількість конкурентних матеріалів

## Розв'язок

### 1. Фактична вартість товарів

$$ФВ_1 = 0,50 * 4380 = 2190 \text{ євро}$$

$$ФВ_2 = 0,43 * 1900 = 817 \text{ євро}$$

$$ФВ_3 = 0,62 * 5700 = 3534 \text{ євро}$$

### 2. Поправка на умови платежів (К1)

$$В_p = 5\% * 3534 = 176,7 \text{ євро}$$

$$C_{СП} = 3534 * (1 + 0,025)^1 = 3622,35 \text{ євро}$$

$$K_{3СП} = 3622,35 - 3534 = 88,35 \text{ євро}$$

Загальна поправка на умови оплати для конкурентного матеріалу 1 складе:  $176,7 - 88,35 = 88,35$  євро

### 3. Приведена ціна ( $C_{П}$ )

$$3534 - 88,35 = 3445,65 \text{ євро}$$

### 4. Середня ціни ( $C_c$ )

$$(2190 + 817 + 3445,65) / 3 = 2150,88 \text{ євро}$$

На основі конкурентних матеріалів фабрика може встановити ціну не більше, ніж 4,1 євро за одиницю.



EUR.1 документ

**DUBPLICATE APPLICATION FOR A MOVEMENT CERTIFICATE**

1. Exporter (Name, full address, country) <b>PJSC «FACTORY «KOMBI»</b>  Ukraine. 07342, Kiev region, Pimovo village, Kievskaya Str., 29		EUR.1 No [redacted] <small>See notes overlaid before completing this form.</small>	
3. Consignee (Name, full address, country) (Optional) [redacted]		2. Certificate used in preferential trade between <b>Ukraine</b> and <b>European Union</b> <small>(Insert appropriate countries, groups of countries or territories)</small>	
6. Transport details (Optional) <b>Truck</b>		4. Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating <b>Ukraine</b>	5. Country, group of countries or territory of destination <b>Poland</b>
8. Item number, marks and numbers; number and kind of packages <sup>1)</sup> ; description of goods <b>1. Cosmetic products for hair care 3305</b>		9. Gross mass (kg) or other measure (litres, m <sup>3</sup> , etc.) [redacted]	10. Invoices (Optional) [redacted]
11. CUSTOMS ENDORSEMENT Declaration certified Export document # Form: No Customer office: <b>Kyiv Customs Office</b> Issuing country or territory: <b>Ukraine</b>  Place and date: <b>04.10.2022</b> v. Chaiky [redacted] (Signature)		12. DECLARATION BY THE EXPORTER I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. Place and date: <b>Kyiv, Ukraine</b> <b>04.10.2022</b> <b>Vladimir Trishkyi</b> (Signature)	

Джерело: надано підприємством



1. Exporteur de produits  
Exporteur für gefährliche  
Substanzen

PJSC "FACTORY "KOMBI"  
Ukraine 09349, Kiev region,  
Pirnova village,  
KIEVSKAYA Str., 19

CMR

[Redacted]

Pirnova village, 04.10.12

invoice 2-30/45/1 INV  
05.09.1012

Hair care products

4304900000

Packed on 7 pallets

10.21.12

13.1

13.2

13.3

13.4

13.5

13.6

13.7

13.8

13.9

13.10

13.11

13.12

13.13

13.14

13.15

13.16

13.17

13.18

13.19

13.20

13.21

13.22

13.23

13.24



Kiev 04.10.1012

[Redacted]

Form with fields 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24. Includes 'POLIESTER' and 'FRUCTUOSA' text.

Table with 4 columns: 20, 21, 22, 23. Contains text like 'FRUCTUOSA' and 'POLIESTER'.

**INVOICE 2-20/45/1 INV**

Dated 05.09.2022

**SELLER:** Private Joint Stock Company "FACTORY "KOMBI"  
Address: 29 Kievskaya Str., Pimovo village, Vyshgorod district, Kiev region, 07342, Ukraine  
Legal entity identification code: 19016050 Individual tax number: 190160510086  
Bank details:



**CONTRACT:** № 2-20/45 dated 10.08.2022  
**Terms of delivery:** FCA Pimove village, Kyiv region, Ukraine

№	Name of Goods	Unit	Quantity pcs in box	Price, EUR	Quantity	Amount, EUR
1	Cream-color for hair "ELITAN"	piece	30			
2	Persistent cream-color for hair "ELITAN"	piece	30			
3	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml.	piece	30			
4	Means for hair lightening "BLOND VICTORIA Lux"	piece	30			
<b>Total:</b>						

Goods cost on the terms of FCA Pimove village, Kyiv region, Ukraine is:



Country of origin: Ukraine

General director

V. Tryliskyi



Dated 05.09.2022

## PACKING LIST 2-20/45/1 PL

**SELLER:** Private Joint Stock Company "FACTORY "KOMBI"  
 Address: 29 Kievskaya Str., Pirnovo village, Vyshgorod district, Kiev region, 07342, Ukraine  
 Legal entity identification code: 19016050 Individual tax number: 190160510086  
 Bank details:

**Terms of delivery:** FCA Pirnovo village, Kyiv region, Ukraine

№	Name of Goods	Unit	Quantity pcs in box	Price, EUR	Quantity	Amount, EUR
1	Cream-color for hair "ELITAN" № 10	piece	30			
2	Cream-color for hair "ELITAN" № 19	piece	30			
3	Cream-color for hair "ELITAN" № 20	piece	30			
4	Cream-color for hair "ELITAN" № 21	piece	30			
5	Cream-color for hair "ELITAN" № 22	piece	30			
6	Cream-color for hair "ELITAN" № 23	piece	30			
7	Cream-color for hair "ELITAN" № 24	piece	30			
8	Cream-color for hair "ELITAN" № 25	piece	30			
9	Cream-color for hair "ELITAN" № 30	piece	30			
10	Cream-color for hair "ELITAN" № 31	piece	30			
11	Cream-color for hair "ELITAN" № 32	piece	30			
12	Cream-color for hair "ELITAN" № 33	piece	30			
13	Cream-color for hair "ELITAN" № 34	piece	30			
14	Cream-color for hair "ELITAN" № 41	piece	30			
15	Cream-color for hair "ELITAN" № 42	piece	30			
16	Cream-color for hair "ELITAN" № 43	piece	30			
17	Cream-color for hair "ELITAN" № 44	piece	30			
18	Cream-color for hair "ELITAN" № 45	piece	30			
19	Cream-color for hair "ELITAN" № 46	piece	30			
20	Cream-color for hair "ELITAN" № 50	piece	30			
21	Cream-color for hair "ELITAN" № 51	piece	30			
22	Cream-color for hair "ELITAN" № 52	piece	30			
23	Cream-color for hair "ELITAN" № 71	piece	30			
24	Cream-color for hair "ELITAN" № 72	piece	30			
25	Cream-color for hair "ELITAN" № 73	piece	30			
26	Cream-color for hair "ELITAN" № 74	piece	30			
27	Cream-color for hair "ELITAN" № 75	piece	30			
28	Cream-color for hair "ELITAN" № 76	piece	30			
29	Cream-color for hair "ELITAN" № 81	piece	30			
30	Cream-color for hair "ELITAN" № 82	piece	30			
31	Cream-color for hair "ELITAN" № F02	piece	30			
32	Cream-color for hair "ELITAN" № F04	piece	30			
33	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 1.10	piece	30			

34	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 2.17	piece	30
35	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 3.57	piece	30
36	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 3.66	piece	30
37	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 4.56	piece	30
38	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 4.65	piece	30
39	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 4.75	piece	30
40	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 5.37	piece	30
41	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 5.57	piece	30
42	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 5.75	piece	30
43	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.10	piece	30
44	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.12	piece	30
45	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.55	piece	30
46	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.56	piece	30
47	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.57	piece	30
48	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.65	piece	30
49	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.73	piece	30
50	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 7.10	piece	30
51	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 7.32	piece	30
52	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 7.44	piece	30
53	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 7.81	piece	30
54	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.10	piece	30
55	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.38	piece	30
56	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.56	piece	30
57	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.75	piece	30
58	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.17	piece	30
59	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.26	piece	30
60	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.32	piece	30
61	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.35	piece	30
62	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.61	piece	30
63	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.82	piece	30
64	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 10.11	piece	30
65	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml. № 10	piece	30
66	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml. № 21	piece	30
67	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml. № 27	piece	30
68	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml. № 32	piece	30
69	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml. № 34	piece	30
70	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml. № 44	piece	30
71	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml. № 51	piece	30
72	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml./5ml. № 80	piece	30
73	Means for hair lightening " BLOND VICTORIA Lux "	piece	30
<b>Total:</b>			

Goods cost on the terms of FCA Pirnove village, Kyiv region, Ukraine is:

#### Information about the placement of goods on pallets

№	Name of Goods	Quantity pcs	Quantity pcs in box	Quantity box	Net weight, kg	Gross weight, kg
<b>Pallet No. 1</b>						19,6
1	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 7.44	150	30	5	22,5	24,1
2	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.10	210	30	7	31,5	33,7
3	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.38	180	30	6	27,0	28,9
4	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.56	120	30	4	18,0	19,2
5	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.75	300	30	10	45,0	48,1
6	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.17	510	30	17	76,5	81,8
7	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.26	120	30	4	18,0	19,2



Sheet 3

8	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.32	240	30	8	36,0	38,5
9	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.35	30	30	1	4,5	4,8
10	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.61	150	30	5	22,5	24,1
11	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.82	240	30	8	36,0	38,5
12	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 10.11	150	30	5	22,5	24,1
	<b>Total:</b>	2400		80	360,0	404,6
	<b>Pallet No. 2</b>					24,0
1	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 10	1920	30	64	41,6	51,2
2	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 21	600	30	20	13,0	16,0
3	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 27	720	30	24	15,6	19,2
4	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 32	1020	30	34	22,1	27,2
5	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 34	300	30	10	6,5	8,0
6	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 44	240	30	8	5,2	6,4
7	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 51	300	30	10	6,5	8,0
8	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 80	900	30	30	19,5	24,0
	<b>Total:</b>	6000		200	130,0	184,0
	<b>Pallet No. 3</b>					18,8
1	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.57	150	30	5	22,5	24,1
2	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 7.81	300	30	10	45,0	48,1
3	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.26	360	30	12	54,0	57,7
4	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.35	90	30	3	13,5	14,4
5	Means for hair lightening "BLOND VICTORIA Lux "	1800	30	60	218,4	236,4
	<b>Total:</b>	2700		90	353,4	399,5
	<b>Pallet No. 4</b>					19,8
1	Cream-color for hair "ELITAN" № 24	120	30	4	16,4	17,4
2	Cream-color for hair "ELITAN" № 41	90	30	3	12,3	13,1
3	Cream-color for hair "ELITAN" № 44	180	30	6	24,6	26,2
4	Cream-color for hair "ELITAN" № 45	330	30	11	45,1	48,0
5	Cream-color for hair "ELITAN" № 46	180	30	6	24,6	26,2
6	Cream-color for hair "ELITAN" № 52	180	30	6	24,6	26,2
7	Cream-color for hair "ELITAN" № 71	60	30	2	8,2	8,7
8	Cream-color for hair "ELITAN" № 72	150	30	5	20,5	21,8
9	Cream-color for hair "ELITAN" № 73	30	30	1	4,1	4,4
10	Cream-color for hair "ELITAN" № 74	150	30	5	20,5	21,8
11	Cream-color for hair "ELITAN" № 75	150	30	5	20,5	21,8
12	Cream-color for hair "ELITAN" № 76	90	30	3	12,3	13,1
13	Cream-color for hair "ELITAN" № 81	150	30	5	20,5	21,8
14	Cream-color for hair "ELITAN" № 82	150	30	5	20,5	21,8
15	Cream-color for hair "ELITAN" № F02	120	30	4	16,4	17,4
16	Cream-color for hair "ELITAN" № F04	90	30	3	12,3	13,1
17	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 1.10	120	30	4	18,0	19,2
18	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELITAN" 5ml/5ml. № 32	270	30	9	5,9	7,2
	<b>Total:</b>	2610		87	327,3	369,0
	<b>Pallet No. 5</b>					19,2
1	Cream-color for hair "ELITAN" № 10	300	30	10	41,0	43,6
2	Cream-color for hair "ELITAN" № 19	60	30	2	8,2	8,7
3	Cream-color for hair "ELITAN" № 20	120	30	4	16,4	17,4
4	Cream-color for hair "ELITAN" № 21	120	30	4	16,4	17,4
5	Cream-color for hair "ELITAN" № 22	300	30	10	41,0	43,6
6	Cream-color for hair "ELITAN" № 23	210	30	7	28,7	30,5
7	Cream-color for hair "ELITAN" № 25	90	30	3	12,3	13,1
8	Cream-color for hair "ELITAN" № 30	90	30	3	12,3	13,1
9	Cream-color for hair "ELITAN" № 31	120	30	4	16,4	17,4
10	Cream-color for hair "ELITAN" № 32	180	30	6	24,6	26,2
11	Cream-color for hair "ELITAN" № 33	180	30	6	24,6	26,2
12	Cream-color for hair "ELITAN" № 34	30	30	1	4,1	4,4
13	Cream-color for hair "ELITAN" № 42	90	30	3	12,3	13,1

Sheet 4

	cream-color for hair "ELITAN" № 43	60	30	2	8,2	8,7
	cream-color for hair "ELITAN" № 50	90	30	3	12,3	13,1
	cream-color for hair "ELITAN" № 51	120	30	4	16,4	17,4
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 8.56	120	30	4	18,0	19,2
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.17	90	30	3	13,5	14,4
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 9.61	90	30	3	13,5	14,4
	<b>Total:</b>	<b>2460</b>		<b>82</b>	<b>340,2</b>	<b>381,1</b>
	<b>Pallet No. 6</b>					21,0
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 1.10	180	30	6	27,0	28,9
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 3.57	420	30	14	63,0	67,3
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 3.66	180	30	6	27,0	28,9
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 4.56	420	30	14	63,0	67,3
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 4.75	300	30	10	45,0	48,1
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 5.37	150	30	5	22,5	24,1
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 5.57	300	30	10	45,0	48,1
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.12	120	30	4	18,0	19,2
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.55	120	30	4	18,0	19,2
	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.65	210	30	7	31,5	33,7
	<b>Total:</b>	<b>2400</b>		<b>80</b>	<b>360,0</b>	<b>405,8</b>
	<b>Pallet No. 7</b>					19,4
1	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 1.10	180	30	6	27,0	28,9
2	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 2.17	360	30	12	54,0	57,7
3	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 4.65	480	30	16	72,0	77,0
4	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 5.37	60	30	2	9,0	9,6
5	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 5.75	300	30	10	45,0	48,1
6	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.10	270	30	9	40,5	43,3
7	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.12	30	30	1	4,5	4,8
8	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.55	90	30	3	13,5	14,4
9	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.56	150	30	5	22,5	24,1
10	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 6.73	150	30	5	22,5	24,1
11	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 7.10	150	30	5	22,5	24,1
12	Persistent cream-color for hair "ELITAN" № 7.32	180	30	6	27,0	28,9
	<b>Total:</b>	<b>2400</b>		<b>80</b>	<b>360,0</b>	<b>404,4</b>
	<b>Tota amount:</b>	<b>20970</b>		<b>699</b>	<b>2230,9</b>	<b>2548,4</b>

Gross weight:

2548,4 kg.

Net weight:

2230,9 kg.

Number of pallets

7

Country of origin: Ukraine

General director

V. Tryliskyi



## CONTRACT № 2-20/45

Kyiv

## КОНТРАКТ № 2-20/45

м. Київ

August 10, 2022

10 серпня 2022 рік

SELLER: PRIVATE JOINT STOCK COMPANY  
"FACTORY "KOMBI".

legall and actual address: 29 Kievskaya Str., Pirnove village, Vyshgorod district, Kyiv region, 07342, Ukraine, legal entity identification code - 19016050, individual tax number - 190160510086, represented by General Director Volodymyr Tryliskyi, acting on the basis of the Charter, on the one hand, and

ПРОДАВЕЦЬ: ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ  
ТОВАРИСТВО «ФАБРИКА «КОМБІ», юридична та

фактична адреса: Україна, 07342, Київська область, Вишгородський р-н, с. Пірнове, вул. Київська, 29, ідентифікаційний код юридичної особи - 19016050, ПІП - 190160510086, в особі Генерального директора Володимира Триліського, що діє на підставі Статуту, з одного боку, і

## 1. SCOPE OF THE CONTRACT

1.1. According to this Contract, the Seller transfers the property, and the Buyer pays and accepts the Goods (Products) belonging to the Seller at the time of the Contract, according to the nomenclature (assortment), in the quantity and at the or invoices and specifications that are an integral part of this Contract. The list of Goods (Products) under this Contract may be amended or supplemented conventionally of the Parties. The list will be changed by the Seller unilaterally by removing from it each Goods, the production of which ceases, and adding to the list of any new Goods placed on the market. The consent of the Buyer is not required to make changes to the list.

1.2. The Buyer purchases the Goods (Products) at their own expense and then sells them on their own behalf, acting as an independent trader in relation to third parties.

1.3. Shipment of goods is carried out in the territory of Ukraine by PRIVATE JOINT STOCK COMPANY "FACTORY "KOMBI", established under the current legislation of Ukraine, by the address: 29 Kievskaya Str., Pirnove village, Vyshgorod district, Kyiv region, 07342, Ukraine.

## 2. PRICE AND TERMS OF PAYMENT OF GOODS

2.1. Prices are set in the currency of the Euro (EUR) on the terms FCA Pirnove village, Kyiv region, Ukraine, Incoterms 2010.

2.2. Buyer shall pay 100 % prepayment to the account of the Seller. Currency of payment is Euro. If the goods are not delivered within the time period agreed by the parties in clause 4.1, the seller undertakes to return the funds to the buyer's current account in full for the full cost of prepayment within 10(ten) business days.

2.3. The Buyer may not delay any payment for any reason other than force majeure, and no claim may be satisfied by reducing the debt to the Seller without the written consent of the Seller. In case of delay in payment due to force majeure, the Buyer is obliged to submit within 10 working days a certificate from the relevant authority on the

## 1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТУ

1.1. По цьому Контракту Продавець передає у власність, а Покупець оплачує та приймає Товар (Продукцію), що належить Продавцю на момент укладення Контракту, по номенклатурі (асортименту), в кількості та за ціною, вказаною в інвойсах та специфікаціях, які є невід'ємною частиною цього Контракту. Перелік Товару (Продукції) по цьому Контракту може бути змінено чи доповнено за згодою Сторін. Перелік буде змінюватися Продавцем в односторонньому порядку шляхом видалення з нього кожного Товару, виробництво якого припиняється, і введення до переліку будь-яких нових Товарів, що виводяться на ринок. Для внесення змін до переліку згода Покупця не потрібна.

1.2. Покупець купує Товар (Продукцію) за свій рахунок та здійснює наступний його продаж від свого імені, діючи на правах незалежного торговця по відношенню до третіх осіб.

1.3. Відвантаження товару здійснюється на території України ПРИВАТНИМ АКЦІОНЕРНИМ ТОВАРИСТВОМ «ФАБРИКА «КОМБІ», створеним згідно з чинним законодавством України, за адресою: Україна, 07342, Київська область, Вишгородський р-н, с. Пірнове, вул. Київська, 29.

## 2. ЦІНА ТА УМОВИ ОПЛАТИ ТОВАРУ

2.1. Ціни встановлюються у валюті Євро (EUR). На умовах FCA с. Пірнове, Київська область, Україна, згідно з інкотерме-2010.

2.2. Оплата за товар здійснюється на умовах 100% передоплати. Сплата платежу здійснюється у валюті Євро (EUR). У разі не поставки товару в термін, узгоджений сторонами в пункті 4.1, Продавець зобов'язується повернути грошові кошти на розрахунковий рахунок Покупця в повному обсязі на повну вартість передоплати протягом 10(десяти) робочих днів.

2.3. Покупець не може затримати жоден платіж, ні з однієї причини за винятком форс-мажорних обставин, і жодна претензія не може бути задоволена шляхом

/Volodymyr Tryliskyi/

occurrence of force majeure (paragraph 10.1 of the Contract) and make payment immediately after their termination.

2.4. The price of the goods includes: the cost of the product itself, packaging, marking, loading on the vehicle, export formalities FCA Pimove village, Kyiv region, Ukraine, Incoterms 2010.

The fees, taxes and other mandatory payments associated with the conclusion and performance of this Contract established in the Seller's country shall be borne by the Seller, in the Buyer's country by the Buyer.

Payment of fees and registration of documents necessary for export of goods in the territory of the Seller shall be made by the Seller. Payment of fees and registration of documents necessary for the importation of goods onto the territory of the Buyer, as well as bank commissions, shall be made by the Buyer.

2.5. Bank charges (commission fee) under this Agreement shall be paid by the Buyer in accordance with the OUR standard.

2.6. The Seller has the right to change the price of the Product, the size of the minimum lot, to set special discounts and mark-ups, notifying the Buyer 14 days before such changes take effect.

2.7. The total value of the Contract is 500 000 (five hundred thousand) Euro and will be the sum of all invoices.

2.8. The prices indicated in the invoices to the Contract are only applicable to this Contract and are a trade secret.

### 3. PROCEDURE FOR ORDERING THE PURCHASE OF GOODS

3.1. The Buyer must prepare a detailed agreed order and send it to the Seller by e-mail at [office@kombi.ua](mailto:office@kombi.ua). Each of these orders must include:

- exact range and quantity of goods in each shipment;
- tentative shipment date.

3.2. After receiving the information, the Seller by e-mail confirms the order based on the balance of goods in the warehouse.

### 4. PROCEDURE AND CONDITIONS OF DELIVERY AND ACCEPTANCE OF GOODS

4.1. The Goods shall be delivered FCA Pimove village, Kyiv region, Ukraine, Incoterms 2010. Within 7 business days from the date of payment.

4.2. The Seller shall inform the Buyer by e-mail about the readiness of the Goods for shipment no later than 3 days before the scheduled date of shipment.

The Seller must notify the Buyer by e-mail the following information not later than 24 hours before shipment of the goods:

Description of goods: - Date of shipment; - Total cost of goods; - Number of pallets; - Gross and net weight.

4.3. The Seller is obliged to send to the representative of the transport company from the Buyer a complete package of originals of the following documents:

- original specification - 2 pcs.,
- original invoice - 3 pcs.,
- packing list - 3 pcs.,

зменшення зборюваності перед Продавцем без письмової згоди Продавця. У разі затримки платежу в силу форс-мажорних обставин, Покупець зобов'язаний подати протягом 10 робочих днів довідку з відповідного органу про настання форс-мажорних обставин (п.10.1 Контракту) і провести оплату негайно після їх припинення.

2.4. Ціна товару включає в себе: вартість самого товару, упаковку, маркування, навантаження на транспортний засіб, експортні формальності на умовах поставки FCA с.Пірнове, Київська область, Україна, Incoterms-2010.

Збори, податки, інші обов'язкові платежі, пов'язані з укладенням та виконанням цього Контракту, встановлені в країні Продавця несе Продавець, в країні Покупця - Покупець.

Сплату зборів, оформлення документів, необхідних для вивезення товару на території Продавця здійснює Продавець. Сплату зборів, оформлення документів, необхідних для ввезення товару на територію покупця, банківські комісії, здійснює Покупець.

2.5. Банківські витрати (комісійна винагорода) та інші Договорами встановлюються Покупцем відповідно до стандарту OUR.

2.6. Продавець має право змінювати ціну Товару, розмір мінімальної партії, встановлювати спеціальні знижки і націнки, повідомивши Покупця за 14 днів до моменту вступу таких змін в силу.

2.7. Загальна вартість Контракту складе 500 000 (п'ятсот тисяч) Євро та буде складатись з сум всіх рахунків-фактур і виписок.

2.8. Ціни, зазначені в рахунках-фактурах і виписках до Контракту, застосовуються тільки до даного Контракту і є комерційною таємницею.

### 3. ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ ЗАМОВЛЕННЯ НА ЗАКУПІВЛЮ ТОВАРІВ

3.1. Покупець повинен підготувати детальне узгоджене замовлення і направити його Продавцю електронною поштою, на адресу [office@kombi.ua](mailto:office@kombi.ua). Кожне з цих замовлень повинно містити:

- точний асортимент і кількість товару в кожній партії поставки;
- попередню дату відвантаження.

3.2. Після отримання інформації, Продавець електронною поштою підтверджує замовлення на основі записків товару на склад.

### 4. ПОРЯДОК ТА УМОВИ ПОСТАВКИ ТА ПРИЙМАННЯ ТОВАРУ

4.1. Товар поставляється на умовах FCA с. Пірнове, Київська область, Україна, згідно з Incoterms-2010. В терміні не пізніше 7 робочих днів з моменту оплати.

4.2. Продавець інформує Покупця електронною поштою про готовність Товару до відвантаження не пізніше, ніж за 3 дні до запланованої дати відвантаження.

Не пізніше ніж за 24 години до відвантаження товару Продавець повинен повідомити Покупця електронною поштою наступну інформацію:

Опис товару; - Дату відвантаження; - Загальну вартість товару; - Кількість палет; - Вагу бруто і нетто.

4.3. Продавець зобов'язаний передати представнику транспортної компанії від Покупця повний пакет:

Volodymyr Gryliski

- export declaration - 1 pcs.,
  - CMR - 5 pcs.,
  - copies of quality certificates or other documents confirming the quality of products, certified by the seal of the Seller.
- Also, send scan copies of these documents to the Buyer.

4.4. Among other things, the invoice CMR includes:  
 Shipper: PRIVATE JOINT STOCK COMPANY "FACTORY "KOMBI", 29 Kievskaya Str., Pirmove village, Vyshgorod district, Kyiv region, 07342, Ukraine;  
 Consignee: Company «FAKTORIA GROLP Sp. z o.o.», Fabryczna 6/10, Mszczonów 96-320, Poland.

4.5. The Seller is considered to have fulfilled its obligations to deliver the Goods from the moment of delivery of the Goods to the Buyer or Carrier according to the basis of delivery.

4.6. The Buyer undertakes to take all appropriate measures to ensure acceptance of the Goods supplied by the Seller in accordance to the terms of this Contract.

4.7. Upon receipt of the delivered Goods to the warehouse, the Buyer undertakes to check the compliance of the Goods with the information specified in the accompanying documents, as well as to accept the Goods.

4.8. In case of discrepancy of quantity of delivered Goods with the data specified in the goods invoice, as well as identification of defective Goods, the Buyer draws up an Act of non-conformity in 2 (two) copies and within 5 (five) working days from the moment of receipt of the goods according to the basis of delivery and sends the second copy Seller's deed to the e-mail address specified in the details of this Contract. Upon receipt of the Deed by e-mail, the Supplier shall, within 7 (seven) days, review it and take into account the amount of the Deed in the settlement with the Buyer.

4.9. The Seller is not responsible for the damage of the goods during transportation, as well as the goods displayed in the shops, except in cases of production defects.

## 5. RIGHTS AND OBLIGATIONS OF THE BUYER

5.1. The Buyer is obliged to carry out promotion and marketing policies agreed with the Seller.

5.2. The Buyer undertakes not to copy, create or support persons in copying, producing and creating the Seller's products or any part thereof.

5.3. The Buyer undertakes to comply with the following conditions of transportation and storage of goods: the goods must be transported and stored at a temperature from +5 to +25° C.

5.4. The Buyer shall not be entitled to take any action related to the registration of trademarks that are the property of the Seller, the owner of the PRIVATE JOINT STOCK COMPANY "FACTORY "KOMBI" or related firms. The Buyer will immediately notify the Seller of the known trademark infringement facts belonging to the Seller, the owner of the company PRIVATE JOINT STOCK COMPANY "FACTORY "KOMBI" or related firms.

оригінали наступних документів:

- оригінал специфікації - 2 шт.,
- оригінал інвойсу - 3 шт.,
- пакувальний лист - 3 шт.,
- експортну декларацію - 1 шт.,
- CMR - 5 шт.,

копії сертифікатів якості або інших документів, що підтверджують якість продукції, завірені печаткою Продавця.

А також, направити скан-копії зазначених документів Покупцю.

4.4. У накладній CMR крім інших даних вказується:  
 Відправник: ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ФАБРИКА «КОМБІ», Україна, 07342, Київська область, Вишгородський р-н, с. Пірнове, вул. Київська, 29;

4.6. Покупець зобов'язується вжити всіх належних заходів, щоб забезпечити прийняття Товару, що поставляється Продавцем, відповідно до умов цього Контракту.

4.7. При отриманні поставленого Товару на склад Покупець зобов'язується перевірити відповідність Товару відомостям, зазначеним в товаро-супровідних документах, а також прийняти Товар.

4.8. При виявленні невідповідності кількості поставленого Товару даним, зазначеним у товарній накладній, а також виявленні бракованого Товару, Покупець складає Акт невідповідності в 2 (двох) примірниках і протягом 5 (п'яти) робочих днів з моменту отримання товару відповідно до базису поставки і надсилає другий примірник Акту Продавцю на адресу електронної пошти зазначеної в реквізитах даного Контракту. Після отримання Акту електронною поштою Продавць в 7 (семи) денний термін розглядає його і враховує суму Акту у взаєморозрахунках з Покупцем.

4.9. Продавць не несе відповідальності за пошкодження вантажу в процесі транспортування, а також товару, виставленого в магазинах, за винятком випадків виробничого браку.

## 5. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ ПОКУПЦЯ

5.1. Покупець зобов'язаний проводити політику просування та маркетингову політику, узгоджену спільно з Продавцем.

5.2. Покупець зобов'язується не копіювати, не створювати і не підтримувати осіб у копіюванні, виробництві та створенні продукції Продавця або будь-якої її частини.

5.3. Покупець зобов'язується дотримуватися наступних умов транспортування і зберігання товару: товар повинен перевозитися і зберігатися при температурі від +5 до +25°С.

5.4. Покупець не має права вчиняти будь-які дії, пов'язані з реєстрацією товарних знаків, які є власністю Продавця, ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ФАБРИКА «КОМБІ» або пов'язаних з ним фірм. Покупець буде негайно повідомляти Продавця

Volodymyr Tryliskyi

## 6. RIGHTS AND OBLIGATIONS OF THE SELLER

- 6.1. The Seller will inform the Buyer of new products present in the warehouse.
- 6.2. The Seller undertakes:
- 6.2.1. to ensure that the Product at the time of its sale to the Buyer complies with the Regulations for the Product (specification, State Standard, etc.);
- 6.2.2. to deliver the Buyer Product in accordance to accepted Orders and provided the Goods are in stock;
- 6.2.3. to notify the Buyer by telephone / fax or e-mail of the Goods' readiness for shipment;
- 6.2.4. to deliver the Goods in proper marketable form;
- 6.2.5. to inform the Buyer in a timely manner about the actual availability of the Goods in stock, changes in the product range and their official price lists;
- 6.2.6. to provide the Buyer with material and necessary consultative assistance in the application of the Goods;
- 6.2.7. at the request of the Buyer to inform them of all necessary permits for the right to engage in the sale of their Goods;
- 6.2.8. to observe the terms of the Contract.
- 6.3. The Seller must deliver to the Buyer goods with a shelf life (period of sale) of at least  $\frac{2}{3}$  of the total shelf life (period of sale) of the corresponding Product. The Buyer has the right to refuse to accept the Products with an expiration date (sale period) that does not meet the conditions of this clause. The Seller is obliged to provide with each delivery data on the production time of the shipped products.

## 7. PENALTY SANCTIONS

- 7.1. In case of violation by the Parties of the terms of this Contract, they are liable in accordance with applicable international private law.
- 7.2. The collection of penalties under this Contract is based on the written claims of the Parties.

## 8. TERM AND TERMINATION OF THE TERMS OF THIS CONTRACT

- 8.1. [REDACTED] with the possibility of early separation in the cases stipulated in the Contract. In the event that none of the Parties 30 (thirty) calendar days before the expiration of this Contract informs the other Party in writing about the termination of the Contract, it shall be considered prolonged for each subsequent calendar year on the same conditions.
- 8.2. The Party intending to terminate the Contract in advance shall be obliged to inform the other party in writing.
- 8.3. Either Party may terminate the Contract subject to 30 (thirty) days' notice. This period shall begin to run from the moment the other party receives a written notice of termination. During the warning period the Buyer is obliged to pay all obligations to the Seller, including documents, payments and more.

## 9. LAW AND ARBITRATION

- 9.1. The rights and obligations of the parties under the Contract shall be governed by the laws of Ukraine, without

про відомі йому факти порушення прав на товарні знаки, що належать Продавцю, ПРивАТНОМУ АКціОНЕРНОМУ ТОВАРИСТВУ «КОМБ» або пов'язаним з ним фірмам.

## 6. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ ПРОДАВЦЯ


- 6.1. Продавець інформуватиме Покупця про новинки присутні на складі.
- 6.2. Продавець зобов'язується:
- 6.2.1. гарантувати, що Товар на момент його продажу Покупцю відповідає Нормативній документації на Товар (ТУ, ГОСТ або ін.);
- 6.2.2. поставляти Товар Покупцю відповідно до прийнятих Замовлень та за умови наявності Товару на складі.
- 6.2.3. повідомляти Покупця телефонним / факсовим зв'язком або електронною поштою про готовність Товару до відвантаження;
- 6.2.4. поставляти Товар у належному товарному вигляді;
- 6.2.5. своєчасно інформувати Покупця про фактичну наявність Товару на складі, про зміни в асортименті Товару та свої офіційні прайс-листки;
- 6.2.6. надавати Покупцю матеріали та необхідну консультативну допомогу з питань застосування Товару;
- 6.2.7. за вимогою Покупця проінформувати його про всі необхідні дозвільні документи на право здійснювати діяльність з продажу його Товару;
- 6.2.8. Дотримуватись умов даного Контракту.
- 6.3. Продавець зобов'язаний поставляти Покупцю товари зі строком придатності (строком реалізації) не менше  $\frac{2}{3}$  від загального строку придатності (строку реалізації) відповідного Продукту. Покупець має право відмовитись від приймання Продуктів зі строком придатності (строком реалізації), що не відповідає вимогам даного пункту. Продавець зобов'язаний надавати з кожною поставкою дані щодо строків виготовлення продукції, що відвантажуться.

## 7. ШТРАФНІ САНКЦІЇ

- 7.1. У разі порушення Сторонами умов даного Контракту, вони несуть відповідальність згідно діючого міжнародного приватного права.
- 7.2. Утримання штрафних санкцій по цьому Контракту здійснюється на підставі письмових претензій сторін.

## 8. ТЕРМІН ДІЇ ТА ПРИПИНЕННЯ УМОВ ДАНОГО КОНТРАКТУ

- 8.1. [REDACTED] з можливістю дострокового розірвання у випадках, передбачених в Контракті. У випадку, коли ні одна зі Сторін за 30 (тридцять) календарних днів до закінчення строку цього Контракту не повідомить в письмовому вигляді іншу Сторону про припинення дії Контракту, він вважається пролонгованим на кожний наступний календарний рік на тих же умовах.
- 8.2. Сторона, яка має намір достроково розірвати Контракт, зобов'язана проінформувати про це іншу сторону у письмовій формі.
- 8.3. Кожна із сторін може розірвати Контракт за умови повідомлення про це за 30 днів. Цей строк починає відраховуватися з моменту, в якому інша сторона одержала письмове повідомлення про розірвання.

  
Volodymyr Tryliskyi

reference to the principles of conflict of laws.

9.2. All disputes arising out of or related to the Contract shall be resolved through negotiations between the Parties.

9.3. Any dispute concerning the form of the Contract or the rights and obligations of the parties to the Contract shall be referred to the International Commercial Arbitration Tribunal of the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine, in accordance to the rules of this Court.

#### 10. FORCE MAJEUR

10.1. Neither Party shall be liable to the other party for non-fulfillment or delay of fulfillment of the terms of the Contract caused by any circumstances of force majeure, such as natural disasters, strikes, inability to obtain raw materials or energy, any state regulation of law, order or other actions, which would interfere with the production, supply or purchase of the product.

10.2. The Party which has been subject to force majeure shall immediately notify the other party in writing and by email of the type and possible duration of force majeure, as well as of other circumstances impeding the performance of the contractual obligations. As evidence of the circumstances of force majeure serve the information of the Chamber of Commerce of the country in which they originated.

10.3. The untimely notification of the occurrence of the above circumstances deprives the party subjected to acts of force majeure to refer to it in court, except when the circumstance interferes with the direction of this notice.

#### 11. PRIVACY

11.1. The Parties undertake to treat all information, documents, samples and other items transmitted to each other in connection with the preparation, conclusion and implementation of the agreements as a trade secret. The obligation of non-disclosure of a trade secret shall remain after the end of the cooperation, provided that information, documents or other items related to the trade secret have not been made public or known. The obligation of non-disclosure of a trade secret includes, in particular, a prohibition on disclosure of information or documents to third parties.

11.2. The Parties undertake to inform their management, employees, partners and subcontractors of the obligations arising from the provisions of the Contract. The Parties are responsible for the breach of confidentiality obligations by the specified individuals.

11.3. The obligation of non-disclosure of a trade secret shall not apply to situations where the obligation to disclose it to third parties is provided for by law and these individuals, in accordance to the law, will require the Parties to hand over the trade secrets. The Party shall promptly notify the another Party of the request for such a request, unless the transfer of such information is prohibited by the applicable law or decision of the authority requesting access to the information.

#### 12. FINAL PROVISIONS

Протягом строку попередження Покупець зобов'язаний розраховуватися за всіма зобов'язаннями перед Продавцем, включаючи документи, платежі і інші.

#### 9. ПРАВО І АРБІТРАЖ

9.1. Права і зобов'язки сторін за цим Контрактом регулюються відповідно до законодавства України, без посилання на принцип конфлікту законодавств.

9.2. Вел суперечки, що виникають з Контракту або пов'язані з ним, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами.

9.3. Будь-який спір, що стосується форми цього Контракту, або прав та зобов'язань сторін Контракту, повинен бути переданий на вирішення в Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промисловій палаті України, згідно з регламентом цього суду.

#### 10. ФОРС МАЖОР

10.1. Жодна із Сторін не несе відповідальність перед іншою стороною за невиконання або затримку виконання умов Контракту, викликану будь-якими обставинами непереборної сили, а саме: стихійні лиха, страйки, неможливість отримання сировини або енергії, будь-яке державне регулювання законності, правопорядку або інших дій, які перешкождали б виробництву, постачанню або купівлі товару.

10.2. Сторона, що опинилася під дією непереборної сили, повинна негайно сповістити іншу сторону письмово і по електронній пошті про тип і можливої тривалості дії непереборної сили, а також про інші обставини, що перешкоджають виконанню Договірних зобов'язань. Як доказ наявності обставин непереборної сили служать відомості торгової палати цієї країни, в якій вони виникли.

10.3. Несвочасне повідомлення про настання вищезгаданих обставин позбавляє сторону, що піддалася діям непереборної сили, посилатися на неї в суді, крім випадку, коли ж обставина перешкодить напрямку даного повідомлення.

#### 11. КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ

11.1. Сторони зобов'язуються розглядати всю інформацію, документи, зразки та інші предмети, передані один одному у зв'язку з підготовкою, укладанням та реалізацією укладаються між собою угод, як комерційну таємницю. Зобов'язок нерозголошення комерційної таємниці залишається також після завершення співпраці за умови, що інформація, документи або інші предмети, що відносяться до комерційної таємниці, не стали загальнодоступними або відомими. Зобов'язок нерозголошення комерційної таємниці включає, зокрема, заборону на надання інформації або документів третім особам.

11.2. Сторони зобов'язуються проінформувати своє керівництво, співробітників, а також партнерів і субпідрядників про обов'язки, що випливають із положень даного Контракту. Сторони несуть відповідальність за порушення зобов'язань по конфіденційності зазначеними особами.

11.3. Зобов'язок нерозголошення комерційної таємниці не стосується ситуації, коли зобов'язок її надання третім особам передбачено законодавством, а особи ці.

Volodymyr Tryliskyi



12.1 This Contract is drawn up in two identical copies in the English and Ukrainian languages, one for each of the parties. The terms of the Contract are considered confidential information and are not subject to disclosure to third parties.

12.2. In case of litigation, the English version shall prevail in all respects.

12.3. Copies of this Contract, Additional Agreements and its annexes, as well as all documents relating to this Contract, signed by the Parties by electronic or facsimile communication, are valid until the parties exchange the original documents. The Parties undertake to exchange the original documents within a 30-day period

**13. LEGAL ADDRESSES AND BANK DETAILS OF THE PARTIES**

**SELLER:**

**PRIVATE JOINT STOCK COMPANY "FACTORY "KOMBI"**

29 Kievskaya Str., Pirnove village, Vyshgorod district, Kyiv region, 07342, Ukraine.  
Legal entity identification code - 19016050  
Individual tax number - 190160510086  
Bank details:

відповідно до законодавства, вимагаються від Сторін передачі об'єктів комерційної діяльності. Сторони негально повідомляють іншу Сторону про наявність такої інформації, якщо тільки передача такої інформації не заборонена чинним законодавством або рішенням органу, що робить запит на доступ до інформації.

**12. ПРИКІНШЕВІ ПОЛОЖЕННЯ**

12.1 Цей Контракт складений в двох ідентичних примірниках англійською та українською мовами, по одному для кожної із Сторін. Умови цього Контракту, вважатимуться конфіденційною інформацією і не підлягають розголошенню третім особам.

12.2 У випадку судового розгляду англіймовна версія має переважну силу у всіх відношеннях.

12.3. Підписані Сторонами за допомогою електронної або факсимільного зв'язку копії цього Контракту, Додаткових Угод і Додаків до нього, а також усіх інших документів, що стосуються цього Контракту, мають юридичну силу до обміну сторонами оригіналами документів. Сторони зобов'язуються здійснити обмін оригіналами документів в 30-денний строк.

**13. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ І БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРИН**

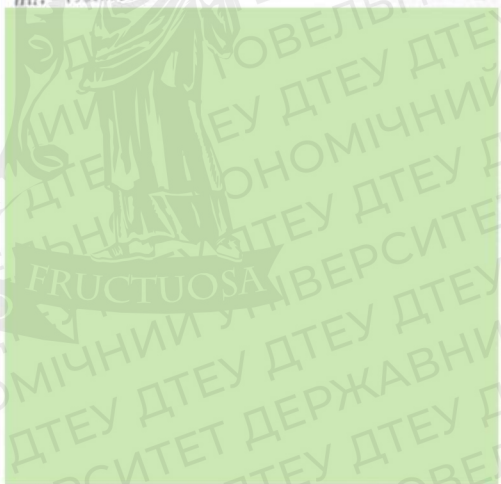
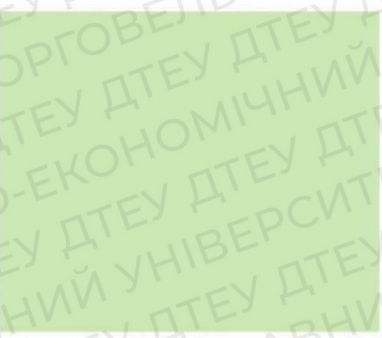
**ПРОДАВЕЦЬ:**

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ФАБРИКА «КОМБІ»**

Україна, 07342, Київська область, Вишгородський р-н, с. Пірнове, вул. Київська, 29.  
Ідентифікаційний код юридичної особи - 19016050  
ПІН - 190160510086



**14. AUTHORIZED SIGNATURES**  
Buyer / Покупець



**14. ПІДПИСИ СТОРИН**  
Продавець / Seller



Генеральний директор / General Director  
Воладимир Триліський / Volodymyr Tryliskyi

*(Signature)*  
Volodymyr Tryliskyi



Annex № 1 to the Contract № 2-20/45 dated 10.08.2022  
 Додаток № 1 до Контракту № 2-20/45 від 10.08.2022

SPECIFICATION № 1 (Batch №1)  
 СПЕЦИФІКАЦІЯ № 1 (партія № 1)

Київська обл. Київ

10.08.2022

№ № п/п	Name of Goods Найменування Товару	Unit Од. вим.	Price, EUR Ціна, EUR	Quantity Кількість	Amount, EUR Сума, EUR
1	Cream-color for hair "ELIFAN" Крем-фарба для волосся "ЕЛІПАН" (in assortment / в асортименті: №10 -300pcs/шт, №19 -60pcs/шт, №20 -120pcs/шт, №21 -120pcs/шт, №22 -300pcs/шт, №23 -210pcs/шт, №24 -120pcs/шт, №25 -90pcs/шт, №30 -90pcs/шт, №31 -120pcs/шт, №32 -180pcs/шт, №33 -180pcs/шт, №34 -30pcs/шт, №41 -90pcs/шт, №42 -90pcs/шт, №43 -60pcs/шт, №44 -180pcs/шт, №45 -330pcs/шт, №46 -180pcs/шт, №50 -90pcs/шт, №51 -120pcs/шт, №52 -180pcs/шт, №71 -60pcs/шт, №72 -150pcs/шт, №73 -30pcs/шт, №74 -150pcs/шт, №75 -150pcs/шт, №76 -90pcs/шт, №81 -150pcs/шт, №82 -150pcs/шт, №102 -120pcs/шт, №104 -90pcs/шт.)	pieces шт.			
2	Persistent cream-color for hair "ELIFAN" Стійка крем-фарба для волосся "ЕЛІПАН" (in assortment / в асортименті): №1 10-480pcs/шт, №2 17-360pcs/шт, №3 57-420pcs/шт, №3 66-180pcs/шт, №4 56-420pcs/шт, №4 65 -480pcs/шт, №4 75 -300pcs/шт, №5 37 -210pcs/шт, №5 57 -300pcs/шт, №5 75 -300pcs/шт, №6 10 -270pcs/шт, №6 12 -150pcs/шт, №6 55 -210pcs/шт, №6 56 -150pcs/шт, №6 57 -150pcs/шт, №6 65 -210pcs/шт, №6 71 -150pcs/шт, №7 10 -150pcs/шт, №7 32 -180pcs/шт, №7 44 -150pcs/шт, №7 81 -300pcs/шт, №8 10 -210pcs/шт, №8 38 -180pcs/шт, №8 56 -240pcs/шт, №8 75 -300pcs/шт, №9 17 -600pcs/шт, №9 26 -480pcs/шт, №9 32 -240pcs/шт, №9 35 -120pcs/шт, №9 61 -240pcs/шт, №9 82 -240pcs/шт, №10 11 -150pcs/шт.)	pieces шт.			
3	Cream-color for eyebrows and eyelashes "ELIFAN" 5ml/5ml, Крем-фарба для брів та вій "ЕЛІПАН", 5мл/5мл, (in assortment / в асортименті: №10 -1920 pcs/шт, №21 -600 pcs/шт, №27 -720 pcs/шт, №32 -1290 pcs/шт, №34 -300 pcs/шт, №44 -240 pcs/шт, №51 -300 pcs/шт, №80 -900 pcs/шт.)	pieces шт.			
4	Means for hair lightening "BLOND VICTORIA Lux" / Засіб для освітлення волосся "БЛОНД ВІКТОРІЯ Люкс"	pieces шт.			
<b>Total amount / Всього:</b>					

Goods cost on the terms of FCA - Pirnove village, Kyiv region, Ukraine, is  
 Вартість Товару на умовах FCA - с.Пірнове Київської області, Україна,  
 складає:

**SELLER /  
 ПРОДАВЕЦЬ:**  
 General director /  
 Генеральний директор

**BUYER /  
 ПОКУПЕЦЬ:**  
 Director /  
 Директор

Volodymyr Grylyuk / Володимир Грилюк



Джерело: надано підприємством

**КОНТРАКТ № 22/2024-03****CONTRACT № 22/2024-03**

м. Київ

“22” березня 2024 р.

с. Kyiv  
2024

March 22,

Приватне акціонерне товариство «Фабрика «Комбі», Україна, надалі іменованій «Продавець», в особі генерального директора Триліського Володимира Марковича, що діє на підставі Статуту, з одного боку, і компанія Dm-drogerie markt GmbH & Co. KG, Словаччина, надалі іменована «Покупець», в особі керуючого директора ХХ, що діє на підставі Статуту, з іншого боку, уклали цей Контракт про таке:

Private Joint Stock Company “Factory “Kombi”, Ukraine, hereinafter referred to as the “Seller”, represented by the General Director Volodymyr Markovych Triliskyi, acting on the basis of the Charter, on the one hand, and Dm-drogerie markt GmbH & Co. KG, Slovakia, hereinafter referred to as the “Buyer”, represented by Managing Director XX, acting on the basis of the Charter, on the other hand, have signed the present Contract as follows:

**1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТУ****1. SUBJECT OF THE CONTRACT**

1.1. Продавець продає, а Покупець купує та приймає Товар (Продукцію), в кількості та за ціною, вказаних в інвойсах та специфікаціях, які є невід’ємною частиною цього контракту. Перелік Товару по цьому Контракту може бути змінено чи доповнено за згодою Сторін. Перелік буде змінюватися продавцем у односторонньому порядку шляхом видалення з нього кожного Товару, виробництво якого припиняється, і введення до переліку будь-яких нових Товарів, що виводяться на ринок. Для внесення змін до переліку згода покупця не потрібно.

1.1. The Seller sells, and the Buyer purchases and accepts the Goods (Products), in the quantity and at the price specified in the invoices and specifications, which are an integral part of this contract. The list of Goods under this Contract may be amended or supplemented by mutual agreement of the Parties. The Seller shall unilaterally modify the list by removing any Goods whose production has ceased, and adding any new Goods that enter the market. The consent of the Buyer is not required to make changes to the list.

1.2. Покупець купує Товар за свій рахунок хто здійснює наступне його продаж від свого імені, діючи на правах незалежного торговця по відношенню до третіх осіб.

1.2. The Buyer purchases the Goods at their own expense, and resells them in their own name, acting as an independent trader in relation to third parties.

1.3. Відвантаження Товару здійснюється на території України приватним акціонерним товариством «Фабрика «Комбі» створеним згідно з чинним законодавством України, за адресою: Україна, 07342, Київська обл., Вишгородський р-н, с. Пірнове, вул. Київська, 29.

1.3. The shipment of the Goods is carried out on the territory of Ukraine by the private joint-stock company “Factory “Kombi”, created in accordance with the current legislation of Ukraine, at the address: Ukraine, 07342, Kyiv region, Vyshhorodskyi district, village Pirnove, Kyivska street, 29.

**2. ЦІНА І ЗАГАЛЬНА ВАРТІСТЬ  
КОНТРАКТУ****2. PRICE AND TOTAL VALUE OF THE  
CONTRACT**

2.1. Сторони прийшли до згоди, що ціна на Товар визначається в валюті «Євро» на умовах FCA, с. Пірнове, Київська обл., Україна, у відповідності з правилами Інкотермс-2020.

2.1. The Parties agree that the price of the Goods shall be determined in Euros on FCA terms, Pirnove village, Kyiv region, Ukraine, in accordance with the Incoterms 2020 rules.

2.2. Ціна за одиницю Товару може змінюватися в залежності від вартості сировини, кон'юнктури ринку, розміру кожної окремої партії Продукції. Ціни, зазначені в рахунках-фактурах до Контракту, застосовується тільки до даного Контракту і є комерційною таємницею.

2.3. Ціна товару включає в себе: вартість самого товару, упаковку, маркування, навантаження на транспортний засіб, експортні формальності на умовах поставки FCA, с. Пірнове, Київська обл., Україна, Інкотермс-2020.

2.4. Загальна вартість Контракту складає 6579 (шість тисяч п'ятсот сімдесят дев'ять) євро.

2.5. Зміни умов Контракту допускаються лише за письмовою згодою сторін і визначаються додатковими угодами.

2.2. The price per unit of the Goods may vary depending on the cost of raw materials, market conditions, and the size of each individual batch of the Product. Prices indicated in invoices prior to the Contract are applicable only to this Contract and are considered confidential.

2.3. The price of the Goods includes the cost of the Goods themselves, packaging, labeling, loading onto the transport, and export formalities on the terms of delivery FCA, Pirnove village, Kyiv region, Ukraine, Incoterms 2020.

2.4. The total value of the Contract is 6579 (six thousand five hundred seventy-nine) euros.

2.5. Changes to the terms of the Contract are only allowed with the written consent of the Parties and are determined by additional agreements.

### 3. УМОВИ ПЛАТЕЖІВ

3.1. Оплата за Товар здійснюється на умовах 100% передоплати. Сплата платежу здійснюється у валюті Євро. У разі не поставки товару в термін, узгоджений сторонами в пункті 4.1, Продавець зобов'язується повернути грошові кошти на розрахунковий рахунок Покупця в повному обсязі на повну вартість передоплати протягом 10 (десяти) робочих днів.

3.2. Покупець не може затримати жоден платіж, ні з однієї причини за винятком форс-мажорних обставин, і жодна претензія не може бути задоволена шляхом зменшення заборгованості перед Продавцем без письмової згоди Продавця. У разі затримки платежу в силу форс-мажорних обставин, Покупець зобов'язаний подати протягом 10 (десяти) робочих днів довідку з відповідного органу про настання форс-мажорних обставин і провести оплату негайно після їх припинення.

3.3. Збори, податки, інші обов'язкові платежі, пов'язані з укладанням та виконанням цього Контракту, встановлені в країні Продавця несе Продавець, в країні Покупця – Покупець.

3.4. Усі банківські збори, включаючи банківську комісію, в том числі банків-кореспондентів, які стягуються поза територією України та на території України – оплачуються Покупцем (OUR).

### 3. TERMS OF PAYMENT

3.1. Payment for the Goods shall be made on the terms of 100% prepayment. The payment is made in Euro currency. In case of non-delivery of the Goods within the term agreed by the parties in clause 4.1, the Seller undertakes to refund the Buyer the full amount of the prepayment to the Buyer's settlement account within 10 (ten) business days.

3.2. The Buyer shall not delay any payment for any reason, except for force majeure circumstances, and no claim can be satisfied by reducing the debt to the Seller without the Seller's written consent. In case of delayed payment due to force majeure circumstances, the Buyer shall provide a certificate from the relevant authority within 10 (ten) business days and make the payment immediately after their termination.

3.3. Fees, taxes, and other mandatory payments related to the conclusion and execution of this Contract, established in the Seller's country, are borne by the Seller, in the Buyer's country – by the Buyer.

3.4. All banking fees, including correspondent bank fees, charged outside the territory of Ukraine and within the territory of Ukraine, shall be paid by the Buyer (OUR).

#### 4. УМОВИ І СТРОКИ ПОСТАВКИ

4.1. Товар постачається на умовах поставки FCA, с. Пірнове, Київська обл., Україна, Інкотермс-2020. В терміни не пізніше 7 (семи) робочих днів з моменту оплати.

4.2. Країна походження Товару – Україна.

4.3. Продавець інформує Покупця електронною поштою про готовність товару до відвантаження не пізніше, ніж за 3 (три) дні до запланованої дати відвантаження. Не пізніше ніж за 24 години до відвантаження товару продавець повинен повідомити покупцю електронною поштою таку інформацію:

- дату відвантаження;
- загальну вартість товару;
- кількість піддонів;
- вагу брутто і нетто.

4.4. Продавець вважається таким, що виконав свої зобов'язання щодо поставки Товару з моменту передачі Товару Покупцю або Перевізнику згідно базису поставки.

4.5. Продавець не несе відповідальності за пошкодження вантажу в процесі транспортування, а також товару, виставленого в магазинах, за винятком випадків виробничого браку.

#### 5. ДОКУМЕНТИ

5.1. Продавець додає з відвантаженим товаром такі документи:

- Оригінал специфікації – 2 шт.
- Оригінал інвойсу – 3 шт.
- Товарно-транспортна накладна – 3 оригінали + 2 необоротних копії
- Пакувальний лист – 1 оригінал + 2 копії).
- Копії сертифікатів якості та походження або інших документів, що підтверджують якість продукції, завірені печаткою продавця.

#### 6. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ ПОКУПЦЯ

6.1. Покупець зобов'язаний проводити політику просуванню та маркетингову політику, узгоджену спільно з Продавцем.

6.2. Покупець зобов'язується не копіювати, не створювати і не підтримувати осіб у

#### 4. TERMS AND TIME OF DELIVERY

4.1. The Goods shall be supplied on the terms of delivery FCA Pirnove, Kyiv region, Ukraine, Incoterms-2020, within a period not exceeding 7 (seven) working days from the moment of payment.

4.2. The country of origin of the Goods is Ukraine.

4.3. The Seller shall inform the Buyer by email of the readiness of the Goods for shipment no later than 3 (three) days before the planned date of shipment. No later than 24 hours before the shipment of the Goods, the Seller shall notify the Buyer by email of the following information:

- Date of shipment;
- Total value of the Goods;
- Number of pallets;
- Gross and net weight.

4.4. The Seller shall be deemed to have fulfilled its obligations regarding the delivery of the Goods from the moment of transfer of the Goods to the Buyer or the Carrier in accordance with the delivery basis.

4.5. The Seller shall not be liable for damage to the cargo during transportation, as well as for the Goods exhibited in stores, except in cases of manufacturing defects.

#### 5. DOCUMENTS

5.1. The Goods to be shipped by the Seller shall be accompanied by the following documents:

- Original Specification – 2 copies.
- Original Invoice – 3 copies.
- Bill Of Lading – 3 originals + 2 non-negotiable copies.
- Packing List – 1 original + 2 copies.
- Copies of quality certificates and origin certificates or other documents confirming the quality of the products, certified by the seller's stamp.

#### 6. RIGHTS AND OBLIGATIONS OF THE BUYER

6.1. The Buyer is obliged to carry out a promotion and marketing policy that is agreed upon jointly with the Seller.

6.2. The Buyer undertakes not to copy, create or support any persons in copying, manufacturing,

копіюванні, виробництві та створенні продукції Продавця або будь-якої її частини.

6.3. Покупець зобов'язується дотримуватися таких умов транспортування та зберігання товару: товар повинен перевозитися і зберігатися при температурі від +5° до +25°C.

## 7. ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ ПРОДАВЦЯ

7.1. Продавець інформуватиме Покупця про новинки присутності на складі.

7.2. Продавець зобов'язується:

7.2.1 гарантувати, що Товар на момент його продажу Покупцю відповідає нормативній документації на Товар;

7.2.2 поставляти Товар Покупцю відповідно до прийнятих замовлень та за умови наявності товару на складі;

7.2.3 поставляти Товар у належному товарному вигляді;

7.2.4 надати Покупцю матеріали та необхідну консультативну допомогу з питань застосування Товару;

7.2.5 дотримуватися умов даного контракту.

7.3. Продавець зобов'язаний поставляти покупці товари зі строком придатності не менше  $\frac{2}{3}$  від загального строку придатності відповідно продукту. Покупець має право відмовитися від приймання продуктів зі строком придатності, що не відповідають вимогам даного пункту.

## 8. УМОВИ І ПОРЯДОК РОЗІРВАННЯ КОНТРАКТУ

8.1. Сторона, яка має намір достроково розірвати Контракт, зобов'язана проінформувати про це іншу сторону у письмовій формі.

8.2. Кожна зі сторін може розірвати Контракт за умови повідомлення про це за 30 (тридцять) днів. Цей строк починає відраховуватися з моменту, в якому інша сторона одержала письмове повідомлення про розірвання.

## 9. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

9.1. Покупець гарантує, що за законами Словаччини має право на купівлю Товару, в тому числі в іншій країні.

or creating the Seller's products or any of its parts.

6.3. The Buyer agrees to comply with the following conditions for transporting and storing the goods: the goods must be transported and stored at a temperature ranging from +5°C to +25°C.

## 7. RIGHTS AND OBLIGATIONS OF THE SELLER

7.1. The Seller will inform the Buyer about new arrivals and products that are currently in stock.

7.2. The Seller agrees to:

7.2.1 Ensure that the Goods sold to the Buyer comply with the regulatory documentation for the Goods at the time of sale;

7.2.2 Supply the Goods to the Buyer in accordance with accepted orders and subject to the availability of the Goods in stock;

7.2.3 Deliver the Goods in proper commercial condition;

7.2.4 Provide the Buyer with materials and necessary advisory assistance on the use of the Goods;

7.2.5 Comply with the terms of this contract.

7.3. The Seller is obligated to supply the Buyer with products that have a shelf life of at least  $\frac{2}{3}$  of the total shelf life of the product. The Buyer has the right to refuse to accept products that do not meet the requirements of this provision regarding the shelf life.

## 8. CONDITIONS AND ORDER OF TERMINATION OF THE CONTRACT

8.1. The party that intends to terminate the Contract prematurely is obliged to inform the other party in writing.

8.2. Each party may terminate the Contract upon notification with a 30 (thirty) day notice period. This period starts counting from the moment the other party receives written notification of termination.

## 9. LIABILITY OF THE PARTIES

9.1 The buyer guarantees that under the laws of the Slovakia there is a right to buy the Goods, including in another country.

9.2. Продавець гарантує, що за законами України має право на продаж Товару, в тому числі в інших державах.

9.3. Сторони не несуть відповідальності за порушення своїх зобов'язань за цим Контрактом, якщо воно сталося не з їх вини.

9.2. Seller warrants that under the laws of Ukraine there is a right to sell the Goods, including in other countries.

9.3 The parties shall not be liable for a breach of their obligations under this Contract, if it has occurred through no fault of their own.

## 10. ОБСТАВИНИ ФОРС-МАЖОР

10.1. Жодна зі Сторін не несе відповідальність перед іншою стороною за невиконання або затримку виконання умов контракту, викликану будь-якими обставинами непереборної сили, а саме: стихійних лих, війни, поломка устаткування, військових дій будь-якого характеру, блокади, заборони експорту або імпорту, неможливість отримання сировини або енергії або інших дій, які перешкоджали б виробництву, постачанню або купівлі товару.

10.2. Сторона повинна негайно сповістити іншу письмово і по електронній пошті про тип і можливої тривалості дії непереборної сили, а також про інші обставини, що перешкоджають виконання договірних зобов'язань.

10.1. Neither Party shall be liable to the other for any non-performance or delay in performance of the terms of this contract caused by force majeure circumstances, namely natural disasters, war, equipment breakdowns, military action of any kind, blockade, export or import prohibitions, impossibility of obtaining raw materials or energy, or other actions that would hinder the production, supply, or purchase of goods.

10.2. The Party must immediately notify the other in writing and by email of the type and possible duration of the force majeure event, as well as any other circumstances that impede the performance of contractual obligations.

## 10. FORCE-MAJEURE

## 11. ШТРАФНІ САНКЦІЇ

11.1. У разі порушення сторонами умов даного контракту, вони несуть відповідальність згідно діючого міжнародного приватного права.

11.2. Отримання штрафних санкцій по цьому контракту здійснюється на підставі письмових претензій сторін.

11.1. In case of breach of the terms of this contract by the parties, they shall be liable according to the current international private law.

11.2. The imposition of penalties under this contract is carried out based on written claims of the parties.

## 11. SANCTIONS AND CLAIMS

## 12. АРБІТРАЖ

12.1. Досудове врегулювання спорів та розбіжностей обов'язково.

12.2. Усі суперечки та розбіжності, які можуть виникнути з Контракту або у зв'язку з ним, будуть вирішуватися шляхом мирного врегулювання між уповноваженими представниками сторін.

12.3. У разі неможливості вирішення спору дружнім шляхом, він підлягає остаточному вирішенню у Міжнародному комерційному арбітражному суді або у господарському суді за місцем знаходження однієї із Сторін. Витрати по арбітражу розподіляються між Сторонами самим Арбітражним судом.

12.1. Before applying to the court, the Parties are obliged to settle the disputes amicably.

12.2. Any disputes that may arise from the contract or in respect of it shall be settled amicably between the authorized representatives of the parties.

12.3. In case if it is impossible to settle the dispute amicably it shall be finally settled in the International Commercial Arbitration Court or in the Commercial court where one of the Parties is located. The arbitration expenses shall be divided between the Parties by the Arbitration Court.

## 12. GOVERNING LAW

**13. ІНШІ ПОЛОЖЕННЯ**

13.1. Всі зміни та доповнення до цього контракту дійсні тільки в тому випадку, якщо вони вчинені у письмовій формі і підписані обома сторонами.

13.2. Цей Контракт складено у двох примірниках англійською / українською мовою; має підписи вищевказаних посадових осіб, скріплений печатками сторін.

13.3. Факсимільні копії є дійсними і мають однакову юридичну силу з оригіналами.

13.4. Цей Контракт вступає в силу з моменту його підписання обома сторонами і є дійсним до 31.12.2026 р.

**13. OTHER PROVISIONS**

13.1. Any alterations and additions to the present Contract are only valid if they are made in writing and signed by both Parties.

13.2. The present Contract is drawn up in two copies in English/Ukrainian, it has the signatures of the aforementioned officials put on it and carries the seals of the parties to the Contract.

13.3. Facsimile copies of the Contract are valid and have the same legal force as the originals.

13.4. The present Contract comes into force upon signature by both parties and is valid until 31.12.2026.

**14. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ СТОРІН**

**ПРОДАВЕЦЬ:**

**Приватне акціонерне товариство «Фабрика «Комбі»**

Україна, 07342, Київська обл., Вишгородський р-н, с. Пірнове, вул. Київська, 29  
Ідентифікаційний код: 19016050

Банківські реквізити

IBAN: UA84323213000002600XXXXXXXXXX

Публічне акціонерне товариство «Державний експортно-імпорتنний банк України»,  
МФО: 322313

**ПОКУПЕЦЬ:**

**«DM» (DM GmbH & Co. KG)**

Словаччина, 040 01, Кошице, вул. Главна, 56  
Ідентифікаційний код: 31393781

Банківські реквізити

IBAN: SK63 0900 0000 0051 2427 4129

The Parties Signatures

Підписи Сторін

The Buyer

Покупець

Джерело: побудовано автором

**14. LEGAL ADDRESSES OF THE PARTIES**

**THE SELLER:**

**Private Joint Stock Company “Factory “Kombi”**

Address: Ukraine, 07342, Kyivska oblast, Vyshhorodskyi district, village Pirnove, Kyivska street, 29  
Identification code: 19016050

Banking details

IBAN: UA84323213000002600XXXXXXXXX

Public Joint Stock Company “State Export-Import Bank of Ukraine”,  
MFO: 322313

**THE BUYER:**

**“DM” (DM GmbH & Co. KG)**

Slovakia, 040 01, Košice, Hlavná Street, 56  
Identification code: 31393781

Banking details

IBAN: SK63 0900 0000 0051 2427 4129

The Seller

Продавець

## Загальні відомості по товару

1.	Товар	Крем-фарба для волосся «ELITAN»/ Крем-фарба для брів та вій «ELITAN»/ Освітлювач для волосся «BLOND VICTORIA Lux»	Крем-фарба для волосся «ELITAN»
2.	Країна-імпортер	Польща	Словаччина
3.	Ціна за одиницю, грн.	0,46	0,51 євро
4.	Загальна кількість, шт.	20970	12900
5.	Собівартість одиниці, грн.	10,70	12,3
6.	Умови постачання	FCA	FCA
7.	Курс НБУ на час здійснення платежів	37,38 грн./ євро	41,20 грн./ євро
Додатково			
1.	Собівартість, грн.	224 379,00	158 670,00
2.	Навантаження, грн.	3635,35	2710,55
3.	Митні формальності, грн.	1817,68	1355,27

Джерело: побудовано автором

## Розв'язок

Дохід експортера =  $\Phi B_{2022} = Q \cdot P = 0,46 \cdot 20970 = 9725,40$  євро (363 535,45 грн.)

Дохід експортера =  $\Phi B_{\text{альт}} = Q \cdot P = 0,51 \cdot 12900 = 6 579$  євро (271 054,80 грн.)

Повні витрати<sub>2022</sub> =  $C + Нт + МФ + ДВ = 224 379,00 + 3635,35 + 1817,68 = 229 832,03$  грн.

Повні витрати<sub>альт</sub> =  $C + Нт + МФ + ДВ = 158 670,00 + 2710,55 + 1355,27 = 162 735,82$  грн.

- 1) Економічна ефективність розраховується в одній валюті, тобто доходи і витрати мають бути в грн., дол., євро тощо.

Економічна ефективність<sub>2022</sub> =  $363 535,45 / 229 832,03 = 1,58$

Економічна ефективність<sub>альт</sub> =  $271 054,80 / 162 735,82 = 1,67$

- 2) Прогнозний ефект експорту визначимо за формулою:  $E_e = \text{доходи} - \text{витрати}$

$E_{e(2022)} = 363 535,45 - 229 832,03 = 133 703,42$  грн.

$E_{e(\text{альт})} = 271 054,80 - 162 735,82 = 108 318,98$  грн.