

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТОМ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ ДО ВЕЛИКОЇ
БРИТАНІЇ**

(на матеріалах ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Студентки 4 курсу, 5 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Копилок
Оксани
Валентинівни

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

Ковальова
Марія
Леонідівна

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

П'янкова
Оксана
Василівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Спеціальність 073 «Менеджмент», Освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. кафедри Мельник Тетяна Миколаївна

«__» _____ 20__ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Копилок Оксані Валентинівні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи
«Управління експортом соняшникової олії до Великої Британії»
(на матеріалах ТОВ «Епіцентр К»)
Затверджена наказом ДТЕУ від «12» грудня 2023 р. № 38
2. Строк здачі студентом закінченої роботи
«15» травня 2023 р.
3. Цільова установка та вихідні дані до роботи
Мета роботи дослідити шляхи виходу ТОВ «Епіцентр К» на ринок соняшникової олії у Великій Британії та реалізувати експортну операцію.
Об'єктом дослідження є процеси формування торговельно-економічної співпраці між підприємством та новими ринками збуту.
Предметом дослідження є умови, фактори та специфіка нарощування присутності ТОВ «Епіцентр К» на ринку соняшникової олії у Великій Британії.

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

ВСТУП

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

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

1.2. Аналіз експортної діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Висновок до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку соняшnikової олії

2.2. Оцінка перспектив експорту соняшnikової олії ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії

Висновок до розділу 2

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ДО ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії

3.2. Прогнозна оцінка результативності експортної поставки до Великої Британії

Висновок до розділу 3

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	до 15 грудня	14 грудня
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	до 1 лютого	31 січня
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 15 березня	15 березня
4	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 10 квітня	10 квітня
5	Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 05 травня	5 травня
6	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові	до 15 травня	15 травня
7	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 22 травня	22 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	за окремим графіком
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії	за окремим графіком	за окремим графіком

6. Дата видачі завдання « 31 » січня 2023 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи

Ковальова М.Л.

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми

П'янкova O.П

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Копилок O. B.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна роботи студентки Копилок О. В. виконана на тему «Управління експортом соняшникової олії до великої Британії» на матеріалах ТОВ «Епіцентр К», м. Київ. В першому розділі досліджено діяльність ТОВ «Епіцентр К», надано оцінку виробничо-господарської діяльності та фінансового стану, проведений аналіз експортної діяльності ТОВ «Епіцентр К». В розділі 2 обґрунтовано вибір потенційного ринку для організації експорту соняшникової олії, визначено основні тенденції розвитку світового ринку соняшникової олії та оцінено перспективи експорту соняшникової олії ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії. В третьому розділі запропоновано управлінське рішення щодо експорту соняшникової олії тов «епіцентр к» до великої британії, описане організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії та зроблені розрахунки результативності запропонованої експортної операції. В цілому, випускна кваліфікаційна робота Копилок Оксани Валентинівни відповідає вимогам вищої школи та може бути рекомендована до захисту.

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Копилок О. В. може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми П'янкова О.П

(прізвище, ініціали, підпис)

Завідувач кафедри Мельник Т.М.

(прізвище, ініціали, підпис)

« _____ » _____ 20__ р.

АНОТАЦІЯ

Копилок О.В. «Управління експортом соняшникової олії до Великої Британії» (на матеріалах ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)). Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент», Освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2023. Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації експортної поставки соняшникової олії до Великої Британії, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку соняшникової олії, обґрунтування вибору Великої Британії як країни-контрагента для реалізації експортного потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо експорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності поставки соняшникової олії.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, експорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, соняшникова олія, Велика Британія.

SUMMARY

Kopylok O.V. "Management of the export of sunflower oil to Great Britain" (based on the materials of "Epicentr K" LLC, Kyiv)". Manuscript.

Graduation qualification work in the specialty "Management" with educational program "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2023. The graduation thesis is devoted to the practical aspects of organizing the export supply of sunflower oil to Great Britain, which includes: a study of the functioning of the enterprise-subject of the FEA, an analysis of the world market of sunflower oil, justification of the choice of Great Britain as a country- counterparty for the realization of the export potential of the domestic producer, the implementation of the management decision regarding export through organizational support and the predictive assessment of the effectiveness of the supply of sunflower oil.

Key words: subject of FEA, export, management decision, organizational support, sunflower oil, Great Britain.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР К».....	10
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності та фінансового стану ТОВ «Епіцентр К».....	10
1.2. Аналіз експортної діяльності ТОВ «Епіцентр К».....	17
Висновок до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К».....	24
2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку соняшникової олії.....	24
2.2. Оцінка перспектив експорту соняшникової олії ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії.....	31
Висновок до розділу 2.....	36
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ДО ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ.....	38
3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії.....	38
3.2. Прогнозна оцінка результативності експортної поставки до Великої Британії.....	44
Висновок до розділу 3.....	47
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Управління експортом соняшникової олії до Великої Британії є важливою складовою міжнародної торгівлі України та співпраці з іншими країнами. Розвиток експорту соняшникової олії до Великої Британії сприятиме зміцненню економічних зв'язків між Україною та Великою Британією, що в свою чергу позитивно вплине на інші сфери співпраці між цими країнами.

Варто додати, що експорт соняшникової олії до Великої Британії є вагомим аспектом розвитку економіки України. Соняшникова олія є важливим експортним продуктом для України, а розвиток експорту цього продукту може допомогти збільшити доходи від експорту та покращити економічні показники країни. В свою чергу це актуально для компаній, які займаються експортом соняшникової олії з України, для державних органів, які відповідають за підтримку експортного потенціалу країни та для дослідників, які займаються вивченням міжнародної торгівлі та економічного розвитку.

Управління експортом соняшникової олії до Великої Британії може бути складним завданням, оскільки вимагає знання міжнародних торгових норм та правил, а також вміння працювати з іншими культурними та мовними середовищами. Однак, правильно організований експорт може мати позитивні наслідки для економічного розвитку компаній та країни в цілому.

Мета дослідження. Дослідити шляхи виходу ТОВ «Епіцентр К» на ринок соняшникової олії у Великій Британії та реалізувати експортну операцію.

Також визначені наступні завдання:

- Оцінити виробничо-господарську діяльність та фінансовий стану ТОВ «Епіцентр К».
- Проаналізувати експортну діяльність ТОВ «Епіцентр К».

- Визначити основні тенденції розвитку світового ринку соняшникової олії.
- Оцінити перспективи експорту соняшникової олії ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії.
- Спрогнозувати оцінку результативності експортної поставки до Великої Британії.

Об'єктом є процеси формування торговельно-економічної співпраці між підприємством та новими ринками збуту.

Предметом є умови, фактори та специфіка нарощування присутності ТОВ «Епіцентр К» на ринку соняшникової олії у Великій Британії.

Методи дослідження. Для реалізації мети дослідження використано комплекс взаємодоповнюючих методів наукового пізнання економічних процесів та явищ: історико-логічний та системно-структурний методи, компаративного та статистичного аналізу; інформаційний, процесний та інституційний методи.

Інформаційною базою дослідження є вітчизняні законодавчі та інші нормативно-правові акти з питань регулювання зовнішньоторговельної сфери всіх рівнів; статистичні й аналітичні матеріали Державної служби статистики України, Світової організації торгівлі, Організації економічного співробітництва і розвитку, Групи Світового банку, Міжнародного валютного фонду, Офіційного бюро статистики Європейського Союзу; інформаційно-аналітичні збірники, бюлетені й огляди; фактологічна інформація державних органів влади, вітчизняні та зарубіжні наукові праці, результати власних наукових досліджень, аналітичні й інформаційні матеріали з відкритих джерел.

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

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

«Епіцентр К» це група компаній в Україні, заснована 2003 року та володіє мережею торгових центрів «Епіцентр К».

У 2015 році компанія «Епіцентр К» купила контрольний пакет (80 %) акцій холдингу «Вінницька агропромислова група», що є великим виробником сільськогосподарської продукції а у 2020 році група завершила операцію з придбання частки активів «Сварог Вест Груп» у Хмельницькій області. Внаслідок приєднання нових активів загальна площа земель, що перебувають в обробці сільськогосподарських підприємств «Епіцентр Агро», збільшилася майже на 40 % — до 160 тис. га, а обсяги посівних площ на території Хмельницької області у структурі агрохолдингу досягли 45%.

«Епіцентр Агро» обробляє 160 000 га с/г земель у 5 областях (Вінницька, Хмельницька, Тернопільська, Київська, Черкаська, Житомирська) і має 20 тваринницьких ферм. Вирощує зернові та олійні культури: пшеницю, кукурудзу, соняшник, ріпак, сою. Має 15 елеваторів на 1,5 млн т одночасного зберігання зерна. За власними даними, входить до ТОП-7 найбільших агрохолдингів України.

Діяльність групи компаній Епіцентр К забезпечується розгалуженою логістичною системою. Логістичний центр «Калинівка», площею 100 тис. кв. м, централізовано забезпечує 75% поставок товарів у торгівельні центри мережі. На території логістичного центру розміщено митний термінал, який надає повний комплекс послуг для здійснення митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України автомобільним та залізничним транспортом. Власний автопарк ГК складається

з майже 1000 одиниць: 250 міжнародних ліцензованих комерційних вантажних автомобілів 390 легких вантажних автомобілів для обслуговування клієнтів 46 вантажних автомобілів для перевезення будівельних матеріалів 230 легкових автомобілів [1].

Аналіз ефективності комерційної діяльності ТОВ "Епіцентр К" оцінюється в процесі економічної діагностики фінансово-економічного стану підприємства і керування його фінансами, яка проводиться на основі його фінансових звітів. Метою фінансових звітів є структурована економічна інформація про фінансовий стан, результати діяльності і зміни у фінансовому стані підприємства, що є корисної для широкого кола користувачів у прийнятті ними економічних рішень.

Для проведення оцінки виробничо-господарської діяльності та фінансового стану ТОВ «Епіцентр К» за період з 2018 по 2020 роки були використані різноманітні методи та показники. У таблиці 1.1 можна детально розглянути показники ліквідності за період з 2018 по 2020 роки.

Таблиця 1.1

Показники ліквідності ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 рр.

Показник	Роки		
	2018	2019	2020
Поточна ліквідність	116,40%	109,80%	100,90%
Абсолютна ліквідність	4,40%	4,60%	2,90%
Коефіцієнт «кислотний тест»	32,10%	32,40%	31,60%
Коефіцієнт швидкої ліквідності	30,40%	31,10%	30,10%
Відношення грошових коштів до активів	2,30%	2,40%	1,40%
Проміжний коефіцієнт покриття	30,40%	31,10%	30,10%

Джерело: створено автором на основі додатку А

Слід розглянути таблицю 1.1 для детального аналізу. Показник поточна ліквідність характеризує здатність компанії погашати свої поточні зобов'язання терміном до 1 року за рахунок оборотних активів. Індикатор дозволяє зрозуміти, чи є у компанії ресурси, які можливо використати для

погашення короткострокових вимог кредиторів. Рекомендоване значення показника більше 100%. За аналізований період найвищим цей показник був у 2018 році – 116,4%, що є позитивним результатом для компанії. У 2019 та 2020 роках показник ліквідності також перевищував 100%, проте у 2020 році він складає всього 100,9%, що є критичним мінімумом, тобто тенденція росту показника ліквідності негативна.

Абсолютна ліквідність є найбільш жорстким індикатором ліквідності, що відображає здатність компанії погашати поточні зобов'язання лише за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів. Індикатор дозволяє зрозуміти, чи є у компанії кошти для задоволення вимог кредиторів на поточну дату. Рекомендоване значення більше 20%, у випадку ТОВ «Епіцентр К» показник значно нижче норми і у 2018 році склав всього 4,4%, у 2019 році незначний ріст – 4,6%, а у 2020 році показник знову погіршився – 2,9%

Коефіцієнт «кислотний тест» - це індикатор ліквідності, що показує співвідношення між оборотними активами за мінусом запасів та поточними зобов'язаннями компанії. У 2018 році цей показник складає 32,1%, у 2019 – 32,4%, а у 2020 знову знизився – 31,6%. Середній показник по галузі у 2020 році складає 74,3%, що значно вище показника ТОВ «Епіцентр К».

Коефіцієнт швидкої ліквідності це індикатор, що описує короткострокову ліквідну позицію підприємства, тобто здатність покривати короткострокові зобов'язання найбільш ліквідними активами.

Проміжний коефіцієнт покриття визначається як частка від ділення суми грошових коштів і дебіторської заборгованості до короткострокових зобов'язань компанії.

Показники швидкої ліквідності і проміжний коефіцієнт покриття мають однакові значення за аналізований період. У 2018 році їх значення складає 30,4%, у 2019 році покращення – 31,1%, а у 2020 році – 30,1%. Середній показник по галузі вдвічі вище показника ТОВ «Епіцентр К» - 68,8%.

Відношення грошових коштів до активів вказує на частку грошових коштів та еквівалентів у загальній структурі активів компанії. У 2018 році

показник складає 2,3%, у 2019 - 2,4%, а у 2020 році спостерігається спад – 1,4%. В той же період показники по галузі у 2018 та 2019 роках збігаються з ТОВ «Епіцентр К», а у 2020 році показник по галузі складає 2,3%, в той час як у обраного підприємства – всього 1,4%.

Не менш важливою групою індикаторів є платоспроможність. Результати розрахунку цієї групи показників у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Показники платоспроможності ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 рр.

Показник	Роки		
	2018	2019	2020
Коефіцієнт автономії	43,4%	42,3%	40,1%
Відношення чистого боргу до EBITDA	3,7	3,8	3,9
Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	114,9%	98,1%	80,7%

Джерело: створено автором на основі додатку А

Коефіцієнт автономії - індикатор платоспроможності, що характеризує частку власного капіталу компанії у загальній сумі коштів, інвестованих у її діяльність. Чим вищий цей коефіцієнт, тим більш компанія є фінансово незалежною від кредиторів. Для нефінансових корпорацій оптимальне значення складає $\geq 50\%$. Попри тенденцію спадання цього показника у ТОВ «Епіцентр К», він досить на високому рівні і значно вище середнього показника по галузі - 19,2% (2020р.).

Відношення чистого боргу до EBITDA - індикатор платоспроможності, що показує у скільки разів чистий борг (тобто загальний борг мінус грошові кошти) перевищує розмір EBITDA - прибутку до вирахування витрат за відсотками, сплати податків та амортизаційних відрахувань. Тобто наскільки наявне боргове навантаження відповідає наявним доходам від ведення бізнесу. Таким чином показник відображає рівень боргового навантаження компанії від нуля - мінімального боргового тягара до прийнятних рівнів 3-5, або ж вищих значень, що вважаються критичними. У випадку з ТОВ «Епіцентр К»

даний показник знаходиться в межах норми за аналізований період: 2018 рік – 3,7, 2019 – 3,8, 2020 – 3,9. В тому числі цей показник краще, ніж в середньому по галузі: 4,8 у 2018 році, 4,6 у 2019 році, але у 2020 році цей показник по галузі краще – 3,6.

Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом - індикатор платоспроможності, що розраховується як співвідношення між власним капіталом та необоротними активами. Показник відображає структуру фінансування необоротних активів власними коштами та борговими зобов'язаннями. На жаль, у аналізованого підприємства цей показник має негативну тенденцію: у 2018 році – 114,6%, у 2019 – 98,1%, у 2020 – 80,7%. Також це нижче середнього рівня по галузі – 204,2% у 2020 році.

Один з ключових показників для аналізу фінансово-господарського стану компанії є прибуток. В таблиці 1.3 пораховані індикатори прибутковості ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 рр.

Таблиця 1.3

Показники прибутковості ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 рр.

Показник	Роки		
	2018	2019	2020
Рентабельність активів	10,1%	9,7%	7,1%
Рентабельність власного капіталу	30,1%	29,8%	21,6%
Рентабельність оборотних активів	16,2%	17,1%	14,2%
Чиста маржа	7,3%	8,1%	6,3%
Рентабельність загальних активів	12,7%	12,4%	9,9%
Валова рентабельність собівартості	36,1%	40,8%	41,6%
Рентабельність операційних витрат	146,6%	141,5%	141,6%
Чиста рентабельність витрат	9,9%	10,6%	11,2%

Джерело: створено автором на основі додатку А

Рентабельність активів - це індикатор прибутковості, що показує скільки прибутку приносить кожна гривня активів компанії. Коефіцієнт дає розуміння наскільки ефективно менеджмент використовує активи фірми для генерації

прибутку. Від'ємні значення свідчать про збитки. У аналізованого підприємства цей показник невід'ємний, проте має тенденцію спадання, що говорить скоріше про негативний вплив. У 2018 році показник рентабельності активів склав 10,1%, у 2019 році – 9,7%, у 2020 році – 7,1%.

Рентабельність власного капіталу (ROE) - індикатор прибутковості, що фіксує рівень прибутку як відсотку від власного капіталу компанії. ROE дає розуміння наскільки прибутковою є компанія для власників та інвесторів. Від'ємні значення ROE свідчать про збитки. При від'ємному значенні капіталу, коефіцієнт не розраховується. У ТОВ «Епіцентр К» показник складає 30,1% у 2018 році, 29,8% у 2019, 21,6% у 2020 році. Попри негативну тенденцію росту цей показник в нормі та краще ніж середній показник по галузі, у 2020 році цей показник склав 12,5%.

Рентабельність оборотних активів вказує скільки прибутку генерує кожна гривня оборотних активів компанії. Чим вище значення коефіцієнта, тим краще компанія використовує оборотні кошти для генерації прибутку. Від'ємні значення свідчать про збитки. У компанії цей показник має ріст у 2019 році – 17,1% проти 16,2% у 2018 році, та знову спад у 2020 році – 14,2%. Всі показники значно вище, ніж середній по галузі за той же період – 2,8%, 3,0% та 1,9% відповідно.

Чиста маржа відображає відношення чистого прибутку до загальної виручки компанії. Чим вища чиста маржа, тим більш ефективною вважається компанія з точки зору конвертації продажів у реальний прибуток. Від'ємні значення свідчать про збитки, що не прослідковується у ТОВ «Епіцентр К». У 2018 році показник складає 7,3%, 2019 – 8,1%, 2020 – 6,3%. Показники по галузі значно нижче – 0,9%, 1,1%, 0,8% відповідно.

Рентабельність загальних активів (ROTA) - це індикатор прибутковості, що розраховується як відношення операційного прибутку (чистого доходу до вирахування відсотків та податків) до загальних активів компанії. На відміну від ROA, при розрахунку ROTA використовується не чистий прибуток, а операційний прибуток фірми, що дозволяє абстрагуватись від впливу податків

та боргового навантаження на її дохідність. У аналізованого підприємства простежується негативна динаміка росту даного показника: 12,7% у 2018 році, 12,4% у 2019 році та 9,9% у 2020 році. Показник по галузі у 2020 році – 3,5%, що нижче, ніж в даного підприємства.

Валова рентабельність собівартості розраховується як співвідношення між валовим прибутком (збитком) та собівартістю. Зокрема, показник використовується для аналізу контрольованих операцій при підготовці документацій з трансфертного ціноутворення. На відміну від попереднього показника прослідковується позитивна динаміка росту. У 2018 році – 36,1%, у 2019 році – 40,8%, у 2020 році – 41,6%. Також слід додати, що показник по галузі у 2020 році значно нижчий – 17,1%.

Рентабельність операційних витрат є відношенням валового прибутку до операційних витрат компанії. Зокрема, показник використовується для аналізу контрольованих операцій при підготовці документацій з трансфертного ціноутворення. Середній показник по галузі складає близько 101% за аналізований період. У ТОВ «Епіцентр К» цей показник значно більший – 146,6% у 2018 році, 141,5% у 2019 році та 141,6% у 2020 році.

Чиста рентабельність витрат вказує на відношення прибутку від операційної діяльності до собівартості реалізованих товарів (робіт, послуг) та операційних витрат (адміністративних витрат, витрат на збут та інших), пов'язаних з реалізацією продукції. Зокрема, показник використовується для аналізу контрольованих операцій при підготовці документацій з трансфертного ціноутворення. У компанії цей показник складає 9,9% у 2018 році, 10,6% у 2019 році та 11,2% у 2020 році. Для порівняння, середньогалузевий показник за аналізований період – 1,6%, 1,8%, 1,3% відповідно.

Отже, для аналізу фінансово-господарського стану ТОВ «Епіцентр К» було проаналізовано показники ліквідності, платоспроможності та прибутковості. Значна частина показників вище середньогалузевого

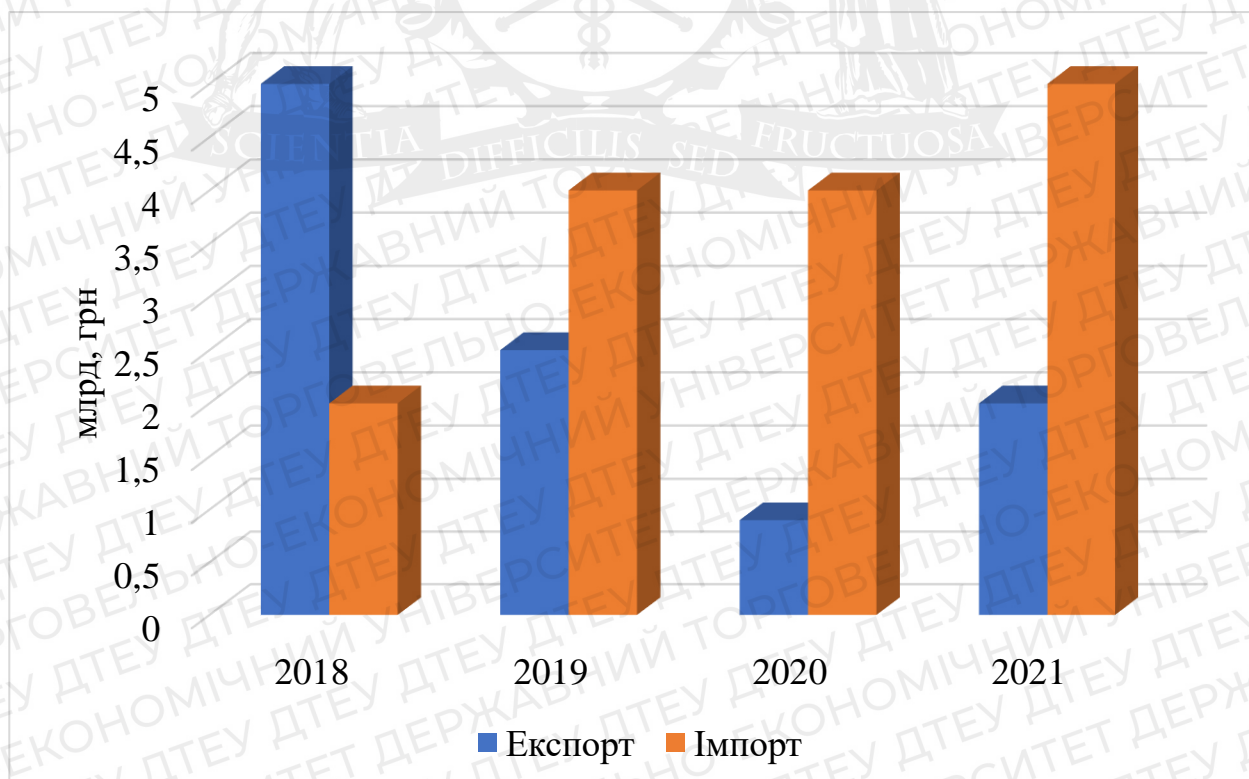
показника по галузі, що позитивно впливає на місце компанії серед конкурентів.

1.2. Аналіз експортної діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Зовнішньоекономічна діяльність кожної країни виступає важливою передумовою її стійкого економічного зростання. Особливої актуальності вона набуває за сучасних умов господарювання, коли відбувається інтенсифікація процесів транснаціоналізації, міжнародної економічної інтеграції, поділу праці, глобалізації.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства важлива складова фінансового стану підприємства, його обізнаності та конкурентоспроможності на зовнішньому ринку, що у підсумку впливає на прибуток компанії.

Для більш детального аналізу зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Епіцентр К» розглянемо динаміку обсягів доходів від експорту та імпорту за 2018-2021 рр.



Джерело: створено автором на основі додатку А та [2]

Рис. 1.1. Динаміка обсягів доходу від експорту та імпорту ТОВ «Епіцентр К» за 2018–2021 рр., млрд. грн

На рисунку 1.1 спостерігаємо неоднакове співвідношення обсягів доходу від експорту та імпорту. У 2018 році дохід від експорту значно перевищував імпорт, та складав 5 млрд грн, в той час як дохід від імпорту складав 2 млрд грн. У 2019 році показники змінились – дохід від імпорту почав перевищувати дохід від експорту, імпорт – 4 млрд грн, експорт – 2,5 млрд грн. Починаючи з 2019 року тенденція перевищення доходу від імпорту зберігається та має позитивну динаміку росту до кінця аналізованого періоду. У 2020 році дохід від імпорту складає 4 млрд грн, у 2021 році 5 млрд грн, що дорівнює доходу від експорту за 2018 рік. В той же час дохід від експорту показує негативну тенденцію зростання у період 2018-2020 рр., а у 2021 році спостерігається невелике зростання обсягів доходу від експорту – 2 млрд грн проти 0,9 млрд грн у 2020 році.

Для повноцінного аналізу експортної діяльності варто дослідити географічну структуру експорту обраного підприємства (рис.1.2).



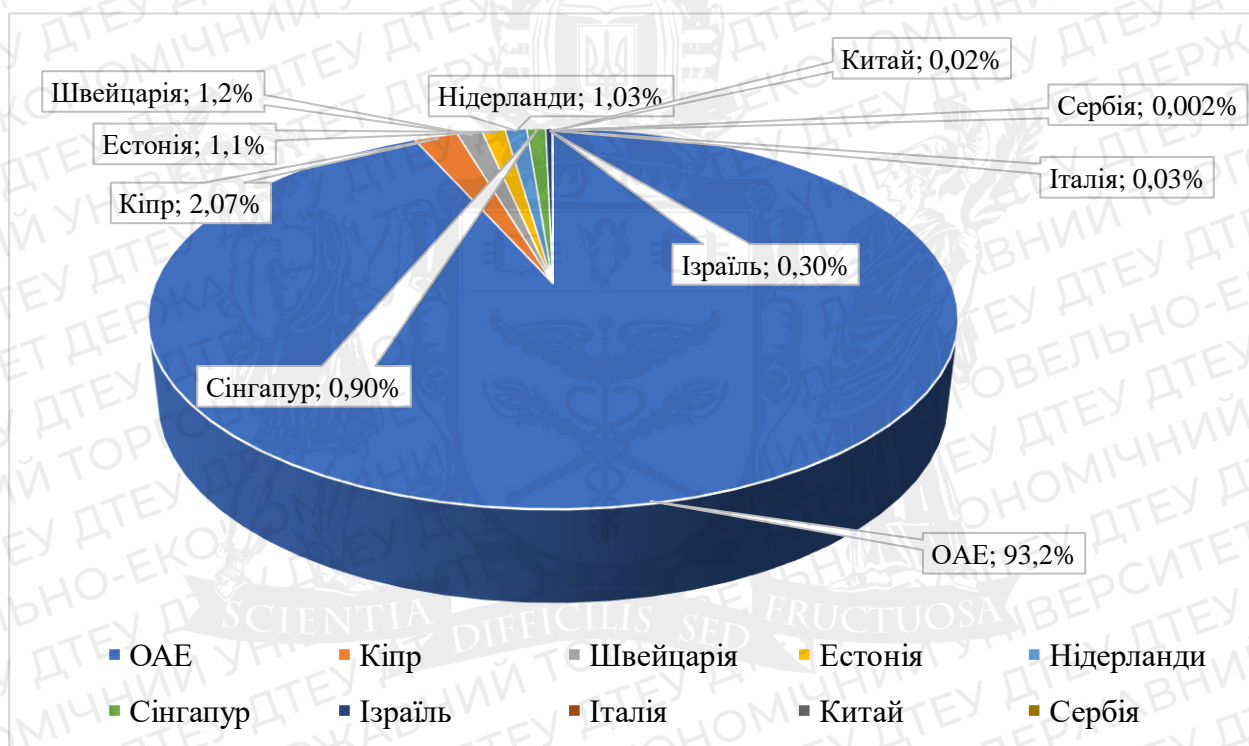
Джерело: створено автором на основі [2]

Рис. 1.2. Географічна структура експорту ТОВ «Епіцентр К» за 2020 р. %.

З рисунку 1.2 бачимо, що найбільшу частку в експорті за 2020 рік ТОВ «Епіцентр К» складає експорт до Об'єднаних Арабських Еміратів –

79,41%, другим за обсягом є експорт до Нідерландів – 15,88%, і значно менший за обсягом у Німеччину – 2,65%. Також, складовими географічної структури експорту підприємства є Румунія (0,37%), Молдова (0,32%), Угорщина (0,32%), Швейцарія (0,16%), Литва (0,16%), Білорусь (0,11%) та РФ (0,64%).

Для порівняння розглянемо також географічну структуру експорту на початок аналізованого періоду, за 2018 рік.



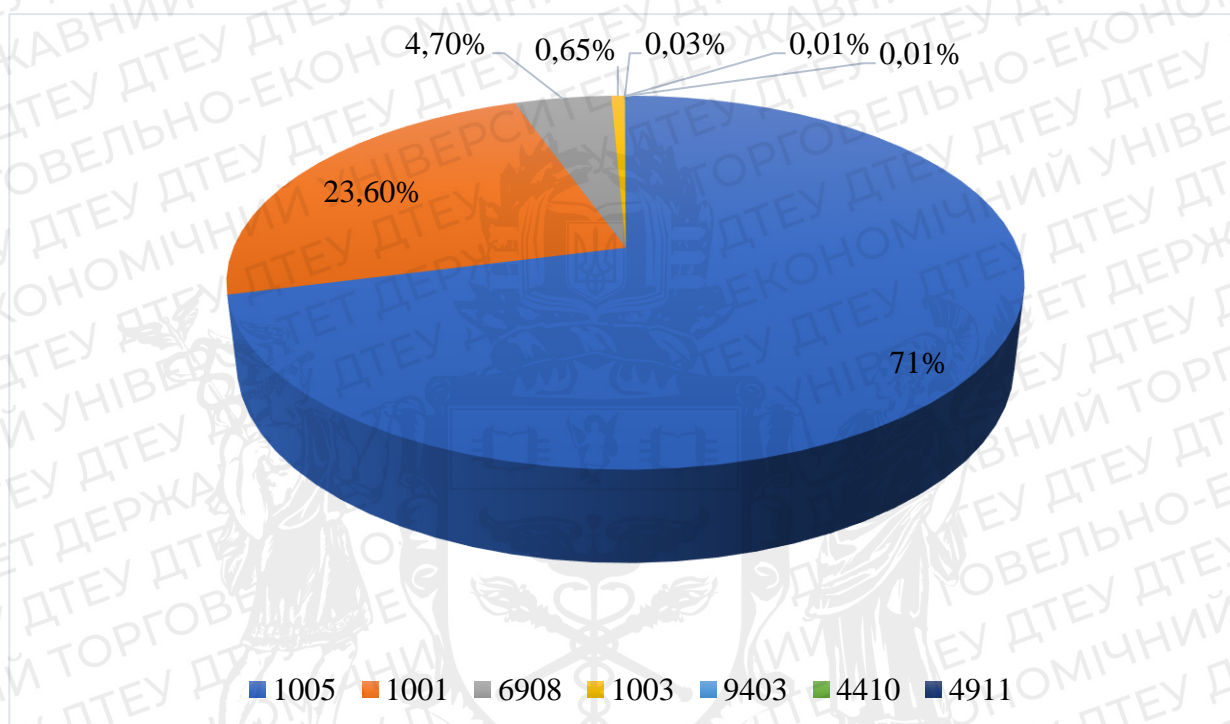
Джерело: створено автором на основі [2]

Рис. 1.3. Географічна структура експорту ТОВ «Епіцентр К» за 2018 р., %.

Географічна структура експорту ТОВ «Епіцентр К» за 2018 рік відрізняється від структури 2020 року окрім основного імпортера продукції підприємства – Об'єднані Арабські Емірати, які складають 93,2% від усього обсягу експорт аналізованого підприємства. Швейцарія та Нідерланди також присутні в структурі, як і в 2020 році, проте за період з 2018 до 2020 року частка Швейцарії в експорті ТОВ «Епіцентр К» скоротилась з 1,2% до 0,16%, а от частка Нідерландів навпаки зростає – з 1,03% до 2,65% у 2020 році. Також невелику частку в цій структурі мають такі країни: Кіпр (2,07%),

Ізраїль(0,03%), Сінгапур (0,9%), Китай (0,02%), Естонія (1,1%), Сербія (0,002%).

Для більш детального аналізу варто розглянути товарну структуру експорту ТОВ «Епіцентр К» за 2020 рік (рис. 1.4)



Джерело: створено автором на основі [2]

Рис. 1.4. Товарна структура експорту ТОВ «Епіцентр К» 2020 рр., %

Найбільшу частку в експорті – 71% - складає товар з кодом УКТЗЕД 1005 – кукурудза. Другим за обсягом є код 1001, пшениця і суміш пшениці та жита (меслин). Частку 4,7% складає плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована, кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї. Ячмінь складає 0,65% від експорту, інші меблі та їх частини – 0,03%. Всього по 0,01% складають товари за кодами УКТЗЕД 4410 (плити деревостружкові, плити з орієнтованою стружкою (OSB) або аналогічні плити (наприклад вафельні плити) з деревини або з інших здерев'янілих матеріалів, просочені або не просочені смолами або іншими органічними зв'язувальними

речовинами) та 4911 (інша друкована продукція, включаючи друковані репродукції та фотографії).

В таблиці 1.4 детально описана товарна структура експорту ТОВ «Епіцентр К» за 2020 рік із сумою доходу у гривнях.

Таблиця 1.4

Товарна структура експорту ТОВ «Епіцентр К» 2020 р., грн

Код УКЗЕД	Товар	Дохід від експорту, грн
1005	Кукурудза	600 000 000
1001	Пшениця і суміш пшениці та жита (меслин)	200000000
6908	Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї:	40000000
1003	Ячмінь	5000000
9403	Інші меблі та їх частини	200000
4410	Плити деревостружкові, плити з орієнтованою стружкою (OSB) або аналогічні плити (наприклад вафельні плити) з деревини або з інших здерев'янілих матеріалів, просочені або не просочені смолами або іншими органічними зв'язувальними речовинами	100000
4911	Інша друкована продукція, включаючи друковані репродукції та фотографії	100000

Джерело: створено автором на основі [2]

Для дослідження впливу експорту на загальний дохід підприємства варто розглянути співвідношення за період 2018-2020 роки (рис. 1.5).



Джерело: створено автором на основі [2]

**Рис. 1.5. Динаміка доходу та доходу від експорту
ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 рр., млрд грн**

На рисунку 1.5 спостерігаємо, що дохід від експорту зовсім не є основним доходом підприємства та має негативну динаміку росту. У 2018 році дохід складає 41,5 млрд грн, а дохід від експорту 5 млрд грн. У 2019 році дохід зріс – 44 млрд грн, а дохід від експорту знизився – 2,5 млрд грн. У 2020 році знову спостерігається ріст доходу – 50,4 млрд грн, в той час як дохід від експорту всього 0,9 млрд грн. З цього можна зробити висновок, що у ТОВ «Епіцентр К» за аналізований період значно скоротився дохід від експорту і варто вжити заходів спрямованих на дослідження нових ринків та розширення старих.

Висновок до розділу 1

У розділі 1 досліджено виробничо-господарську діяльність, фінансовий стан та проаналізовано експортну діяльність ТОВ «Епіцентр К».

Проаналізовано показники ліквідності, платоспроможності та прибутковості підприємства. Більшість показників мають задовільне значення, а показники рентабельності власного капіталу, рентабельності загальних активів, чиста маржа, коефіцієнт автономії та чиста рентабельність значно вище за середній показник по галузі, що показує конкурентоспроможність на ринку та перевагу над конкурентами.

Аналіз експортної діяльності ТОВ «Епіцентр К» показує активну зовнішньоекономічну діяльність підприємства закордоном. Проте, негативна динаміка росту доходу від експорту спонукає до розширення ринків збуту або зміни стратегії на зовнішньому ринку. Варто зазначити, що за аналізований період 2018-2020рр. основним партнером по експорту ТОВ «Епіцентр К» є Об'єднані Арабські Емірати. Проте, частка та обсяг експорту в ОАЕ з 2018 до кінця 2020 значно зменшилась, що означає переорієнтацію на інші ринки, попри те, що у 2020 році ОАЕ все ще залишається основним партнером.

Слід зауважити, що основні товарні позиції у структурі експорту займають кукурудза та пшениця, що показує активність експортної діяльності в аграрному секторі.

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ ТОВ «ЕПЦЕНТР К»

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку соняшnikової олії

Соняшnikова олія є одним з найважливіших продуктів на світовому ринку олій і жирів. Вона виробляється з насіння соняшника і використовується як продукт харчування, а також для виробництва косметичних і медичних засобів, мила та інших товарів.

За останні роки спостерігається збільшення попиту на соняшnikову олію в світі, що призвело до зростання обсягів її виробництва та експорту. Зокрема, головними країнами-виробниками соняшnikової олії є Україна, Аргентина, Туреччина та ЄС, а головними країнами-імпортерами є Індія, Китай, ЄС, Туреччина та Єгипет.

Однією з головних тенденцій розвитку світового ринку соняшnikової олії є збільшення попиту на олію з низьким вмістом транс-жирів та високим вмістом поліненасичених жирних кислот, що сприяє збереженню здоров'я та профілактиці захворювань серцево-судинної системи. Також важливими факторами є збільшення використання соняшnikової олії в харчовій та косметичній промисловості, а також розвиток виробництва біодизелю з використанням соняшnikової олії.

Загалом, світовий ринок соняшnikової олії є динамічним та змінюється відповідно до потреб споживачів та технологічних іновацій.

За останні кілька років на світовому ринку соняшnikової олії спостерігається кілька важливих тенденцій.

1. Збільшення виробництва в Україні: Україна є найбільшим виробником соняшnikової олії в світі. За останні кілька років вона збільшила своє виробництво, що спричинило зростання загального обсягу виробництва

соняшникової олії. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, виробництво соняшникової олії в Україні зросло з 6,2 млн тонн у 2018 році до 6,9 млн тонн у 2020 році, а експорт збільшився з 4,7 млн тонн до 5,2 млн тонн.

2. Збільшення попиту на соняшкову олію: соняшкова олія вважається здоровою альтернативою до інших видів рослинних олій, що зробило її досить популярною серед споживачів. Відбувається зміна структури споживання соняшникової олії в світі. Наприклад, в Європейському Союзі зростає популярність органічних продуктів, що призвело до збільшення попиту на органічну соняшкову олію. Також споживачі все більше звертають увагу на вміст омега-3 та омега-6 жирних кислот у олії. Збільшення попиту на соняшкову олію викликано як зростанням числа веганів та вегетаріанців, так і ростом світового населення.
3. Збільшення експорту: багато країн почали збільшувати свій експорт соняшникової олії. Україна є найбільшим експортером соняшникової олії, проте інші країни, такі як Аргентина, Казахстан, Туреччина, також збільшили свій експорт. Загалом виробництво та споживання соняшникової олії зросло в світі. За даними ФАО, виробництво соняшникової олії зросло з 51,8 млн тонн у 2018 році до 56,4 млн тонн у 2020 році. Це пов'язано зі зростанням попиту на олію в різних галузях, включаючи харчову та промислову [4].
4. Зростання цін на світовому ринку. У 2018 році середня ціна на соняшкову олію становила близько 740 доларів за тонну, у 2019 році - 695 доларів за тонну, а в 2020 році - 860 доларів за тонну. Однією з причин зростання цін було скорочення посівних площ під соняшник у деяких країнах.
5. Використання соняшникової олії в промисловості: соняшкова олія також використовується в промисловості, зокрема виробництві біодизельного палива.

Зазвичай пальне виготовляють із нафтопродуктів. Але є альтернатива: біоетанол та біодизель, сировиною для яких служать рослини. Це відновлювані джерела енергії, до того ж виробляють їх із сировини, яку досить легко здобути.

В Україні є всі передумови для виробництва екопального. По-перше, у нас аграрна країна з великими обсягами вирощування культур для харчових потреб. За даними Державної служби статистики, у 2017 р. під зернові та зернобобові культури було відведено 14,6 млн га земель, під технічні — 9,16 млн га, під кормові — 1,8 млн га.

По-друге, Україна є енергетично залежною: імпортує бензин, дизельне пальне, газ, ядерне пальне та навіть вугілля. Власних енергетичних ресурсів недостатньо, щоб задовольнити внутрішні потреби.

Отже, було б доцільним виготовляти альтернативні види рідкого пального — як на експорт, так і для споживання на внутрішньому ринку. Це є практикою багатьох європейських країн, які імпортують рослинні олії та переробляють імпортовані продукти на біопаливо. Зовнішньоекономічна служба сільгоспдепартаменту США порахувала, що понад 5% усього пального, яке ЄС використовує в транспортній сфері, — це біопальне. Згідно з директивою про відновлювані джерела енергії 2009/28/ЄС, до 2020 р. частка відновлюваного пального у транспортній сфері кожної країни ЄС має скласти не менше 10%. А отже США бачать зростання попиту на рідке біопальне та потенціал для його експорту до Європи.

В Україні виробництво альтернативного рідкого пального фактично відсутнє. Працюють лише міні-виробництва для задоволення власних потреб. Але ми вже робимо перші кроки на законодавчому рівні для розвитку внутрішнього виробництва біопального. У Верховній Раді перебуває законопроект № 7348, що має поліпшити ситуацію з виробництвом відновлюваного палива.

Соняшник здебільшого вирощують для харчових потреб. Олія та насіння містять вітаміни та багато поживних речовин. Соняшник вирощується в

різних ґрунтових умовах, проте найбільші врожаї в дренованих ґрунтах із високим вмістом вологи. На жаль, соняшник виснажує родючі землі, хоч і менше, ніж ріпак. Тому використання цієї рослини для переробки на пальне в довгостроковій перспективі згубне для земель. Однак соняшникова олія — це чудова сировина для виробництва біодизельного пального, яка фактично має такий же якісний склад, як і ріпакова.

Україна є провідним світовим експортером соняшникової олії. З огляду на високі показники експорту олії (як соняшникової, так і ріпакової) і те, що виробництво біодизеля не потребує складного обладнання, доцільно було б використовувати сучасні технології виготовлення такого пального в Україні. Адже у Європі з української олії вже виробляють біодизель із досить високою рентабельністю. Крім того, соняшникове пальне більш екологічне, ніж дизель нафтового походження, адже виділяє менше монооксиду вуглецю під час згорання у двигуні.

Обсяг виробництва соняшникової олії змінюється кожен рік в залежності від рівня вирощування соняшнику та попиту на ринку. Однак, за останні кілька років спостерігається загалом стабільний рівень виробництва соняшникової олії. Розглянемо динаміку обсягу виробництва соняшникової олії у світі за 2018-2021 роки (рис. 2.1).

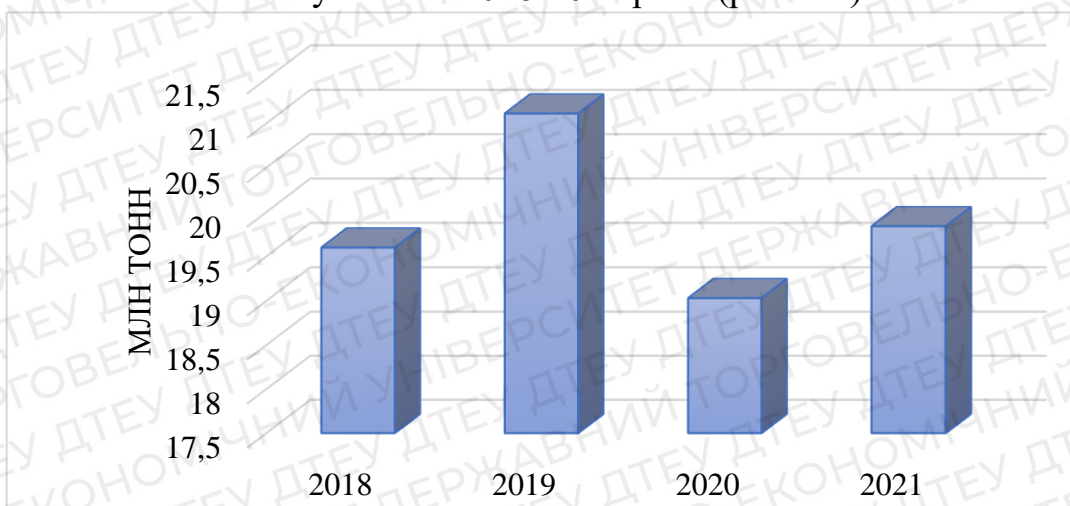


Рис. 2.1. Динаміка обсягу виробництва соняшникової олії у світі за 2018-2021 рр., млрд тонн.

Джерело: створено автором на основі [4]

Згідно з даними ФАО (Організація Об'єднаних Націй з питань харчування та сільського господарства), у 2018 році світове виробництво соняшникової олії становило 19,6 млн тонн, у 2019 році - 21,1 млн тонн, у 2020 році - 19,03 млн тонн, а у 2021 році - 19,84 млн тонн.

Ці дані свідчать про поступове збільшення обсягів виробництва соняшникової олії в світі з 2018 по 2021 роки (рис. 2.2).

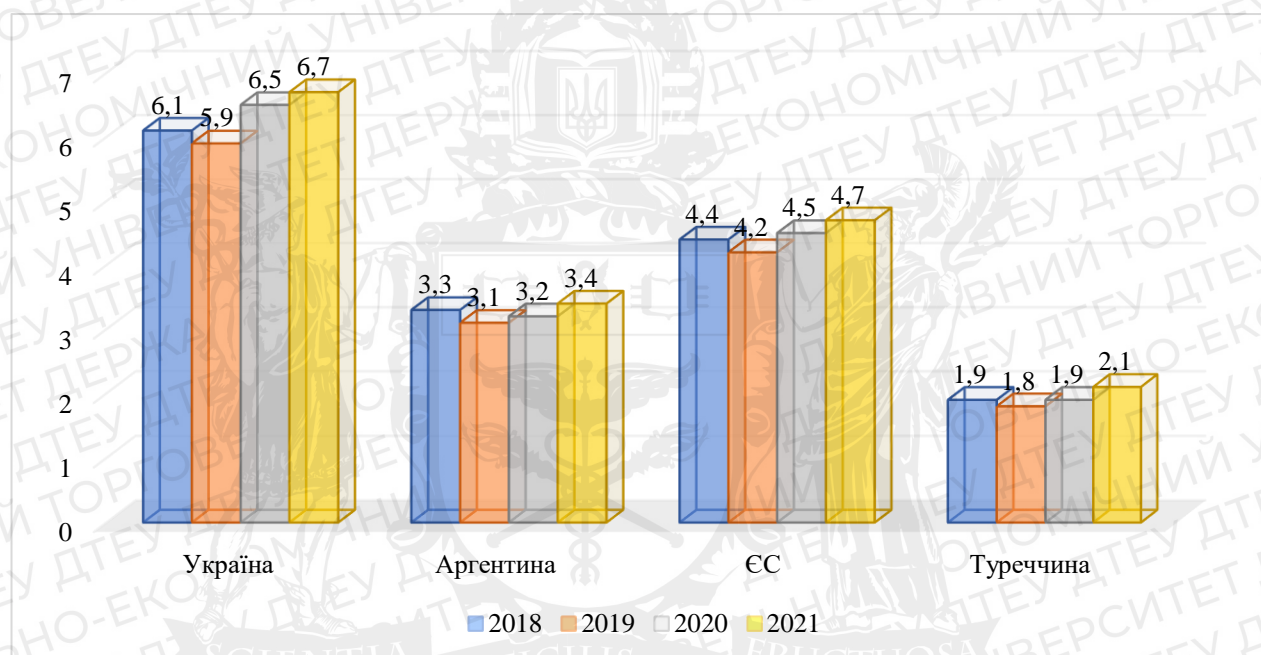


Рис. 2.2. Динаміка обсягу виробництва соняшникової олії у світі (за країнами) за 2018-2021 рр., млрд тонн.

Джерело: створено автором на основі [4]

За даними ФАО (Організації Об'єднаних Націй з питань харчування та сільського господарства), найбільші обсяги виробництва соняшникової олії в 2018-2021рр. були зафіксовані в таких країнах:

- Україна: у 2018 році було вироблено 6,1 млн тонн соняшникової олії, у 2019 - 5,9 млн тонн, у 2020 - 6,5 млн тонн, у 2021 - 6,7 млн тонн.
- Аргентина: у 2018 році було вироблено 3,3 млн тонн соняшникової олії, у 2019 - 3,1 млн тонн, у 2020 - 3,2 млн тонн, у 2021 - 3,4 млн тонн.

- ЄС: у 2018 році було вироблено 4,4 млн тонн соняшникової олії, у 2019 - 4,2 млн тонн, у 2020 - 4,5 млн тонн, у 2021 - 4,7 млн тонн.
- Туреччина: у 2018 році було вироблено 1,9 млн тонн соняшникової олії, у 2019 - 1,8 млн тонн, у 2020 - 1,9 млн тонн, у 2021 - 2,1 млн тонн.

Таким чином, можна зробити висновок, що обсяги виробництва соняшникової олії зростають, і цей продукт продовжує залишатися одним з найважливіших на світовому ринку олій та жирів.

Для детального аналізу світового ринку соняшникової олії слід розглянути динаміку експорту за 2018-2021рр. (рис. 2.3).

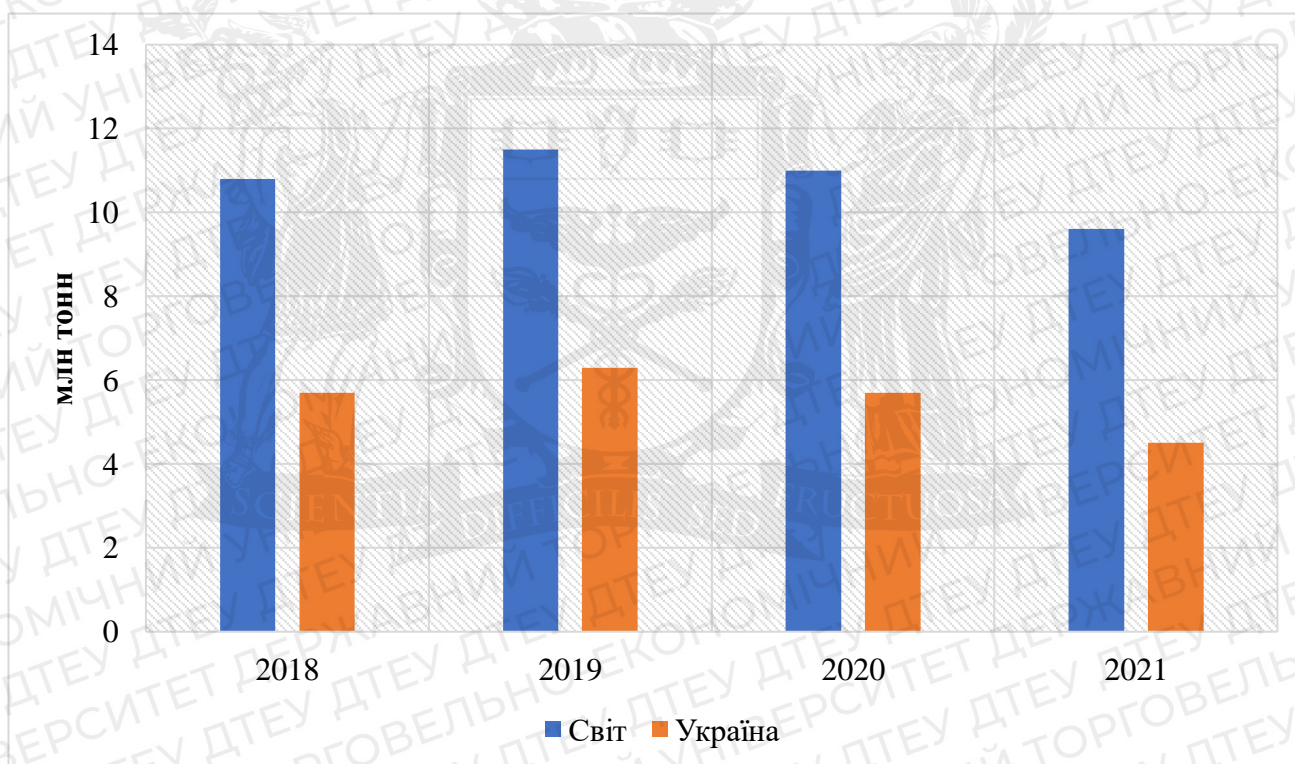


Рис. 2.3. Динаміка експорту соняшникової олії у світі та в Україні за 2018-2021 рр., млрд тонн.

Джерело: створено автором на основі [6]

У 2018 році світовий експорт соняшникової олії становив близько 10,8 млн тонн, з них Україна експортувала близько 5,7 млн тонн.

У 2019 році світовий експорт зрос на 6,5% і становив близько 11,5 млн тонн, з них Україна експортувала близько 6,3 млн тонн.

У 2020 році світовий експорт зменшився на 4,4% і становив близько 11 млн тонн, з них Україна експортувала близько 5,7 млн тонн.

На початку 2021 року світовий експорт соняшникової олії відновив зростання і за перші три місяці становив близько 2,9 млн тонн. Загалом, за 2021 рік Україна експортувала 4,5 млн тонн соняшникової олії, що складає 47% від світового експорту.

За підсумками 2021 року, незважаючи на скорочення експорту соняшникової олії в натуральному вираженні на 15,2%, у вартісному вираженні експорт зріс (порівняно з 2020 роком) на 20% (\$1,07 млрд). Лідерами імпорту української соняшникової олії залишаються країни ЄС — 32%, Індія — 30,5%, Китай — 15,3%.

Отже, можна сказати, що експорт соняшникової олії на світовому ринку за останні три роки значно зріс, проте у 2020 році спостерігався легкий спад. Україна продовжує бути однією з провідних країн-експортерів цього продукту.

Україна зазвичай постачає майже дві третини світового соняшникового шроту, а експорт оцінюється в 1,2 мільярда доларів у 2021 році. У 2022/23 маркетинговому році частка України в світовому експорті скоротиться до 40 відсотків. Найпопулярнішими ринками у 2021 році були Китай (48 відсотків), Європейський Союз (25 відсотків) і Туреччина (7 відсотків).

За даними аналітиків «Укроліяпрому», олійноекстракційні заводи в Україні завантажені на 50% від загальної потужності, незважаючи на те, що вітчизняна олійно-жирова галузь за останні 15-20 років вийшла у світові лідери. В Україні близько 120 олійноекстракційних заводів. Їх річна переробна потужність становить 23 мільйони тонн і 50 000 тонн на добу [5].

2.2. Оцінка перспектив експорту соняшникової олії ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії

Епіцентр успішно освоює нові напрямки діяльності, сміливо виходячи за межі ритейлу. Розвиток аграрного напрямку групи компаній “Епіцентр К” – “Епіцентр Агро” розпочався у 2015 році із заснування ТОВ «Агрохолдинг-2012», сфера діяльності якого була зосереджена у Хмельницькій області. У 2016-2017 роках відбулося швидке зростання агробізнесу за рахунок придбання сільськогосподарських підприємств та елеваторів у Вінницькій, Київській, Тернопільській, Хмельницькій та Черкаській областях. За рахунок цього земельний банк компанії було збільшено до понад 100 тис. га. Розпочалося корегування сівозміни у рослинництві та реконструкція тваринницьких ферм. Сьогодні за обсягом земельного банку аграрний напрямок “Епіцентр К” входить у десятку найбільших аграрних компаній України. Компанія вирощує зернові та олійні культури в 5 областях майже на 160 тис. га землі, має тваринницькі комплекси й активно розвиває елеваторне господарство. Наразі до її складу входять 14 елеваторних комплексів загальною потужністю одночасного зберігання майже 1,5 млн тонн зерна. До кінця 2022 року власні елеваторні потужності подвоюються – майже до 2 млн тонн [1].

За даними міжнародних статистичних агентств, виробництво соняшникової олії в Великій Британії є незначним, тому більшість потреби в країні задовольняється за рахунок імпорту. Велика Британія є великим імпортером олії з країн, таких як Україна, Індія, Казахстан, та багатьох інших.

Варто зазначити, що Велика Британія є одним зі значних імпортерів соняшникової олії в світі. За даними Міністерства сільського господарства та рибальства Великої Британії, у 2020 році країна імпортувала понад 131 тис. тонн соняшникової олії на суму понад 66 млн фунтів стерлінгів. Також варто враховувати, що у зв'язку з Brexit можливі зміни у вимогах до експорту продуктів харчування з України до Великої Британії.

Виробництво соняшникової олії у Великій Британії не є основним галузевим напрямком, оскільки кліматичні умови не є сприятливими для вирощування соняшника, який є головною сировиною для виробництва цієї олії. Проте, в країні є кілька виробників соняшникової олії, які використовують імпортований соняшник для виробництва продукту.

Найбільшим виробником соняшникової олії у Великій Британії є «Borderfields», що базується в графстві Нортумберленд. Крім соняшникової олії, вони виробляють інші види рослинних олій, такі як рапсова, лляна, оливкова та інші. Протягом 2018-2020 років, «Borderfields» продовжувала збільшувати обсяги виробництва і розширювати асортимент своєї продукції. Компанія використовує імпортований соняшник з різних країн, включаючи Україну, для виробництва своєї продукції.

Іншим виробником соняшникової олії у Великій Британії є компанія «Summer Harvest Oils», яка заснована у 2008 році і спеціалізується на виробництві органічних олій, включаючи соняшкову олію. Компанія також використовує імпортований соняшник з країн, де він зростає успішно.

Також є декілька інших виробників соняшникової олії у Великій Британії, таких як «Bell & Loxton» та «Cotswold Gold», проте їхня продукція обмежена і складає меншу частку на ринку, ніж продукція «Borderfields».

Важливо зазначити, що більшість соняшникової олії, яка продаватиметься у Великій Британії, імпортується з країн, які мають сприятливіші кліматичні умови для вирощування соняшника, таких як Україна, Аргентина та інші.

Залежно від того, якою є форма та мета імпорту соняшникової олії в Великобританію, можуть бути встановлені різні вимоги та обмеження.

Нижче перераховані загальні вимоги, які можуть бути застосовані до імпорту соняшникової олії в Великобританію:

1. Документація: імпортер повинен надати всю необхідну документацію, включаючи технічні специфікації, сертифікати якості та інші документи, необхідні для митного оформлення та контролю якості.
2. Стандарти якості: соняшникова олія, яка імпортується в Великобританію, повинна відповідати певним стандартам якості, встановленим відповідними органами. Ці стандарти можуть включати параметри, такі як вміст жирних кислот, стійкість до окислення та інші.
3. Санітарні та фітосанітарні вимоги: імпортер повинен забезпечити дотримання вимог, пов'язаних із здоров'ям та безпекою продуктів харчування. Ці вимоги можуть включати обов'язкове перевірку на наявність пестицидів та інших хімічних речовин, які можуть бути шкідливими для здоров'я людини.
4. Митні збори та інші податки: імпортер повинен сплатити митні збори та інші податки, які можуть бути належні за імпортовану соняшкову олію.
5. Ліцензування та реєстрація: деякі види імпорту соняшкової олії можуть підлягати ліцензуванню або реєстрації відповідно до законодавства Великобританії.
6. Обмеження на ввезення: імпорт соняшкової олії в Великобританію може підлягати обмеженням, які можуть бути пов'язані з політикою торгівлі, санкціями або заборонами на імпорт певних продуктів з окремих країн або регіонів.
7. Стікерування: соняшникова олія, яка імпортується у Великобританію, повинна мати відповідне стікерування, включаючи інформацію про склад, дату виготовлення, термін придатності та інші важливі характеристики продукту.
8. Упаковка та маркування: імпортер повинен забезпечити належну упаковку та маркування продукту, щоб забезпечити його захист під час транспорту та зберігання.

9. Транспортування та зберігання: соняшникова олія повинна бути транспортована та зберігатися відповідно до вимог, щоб забезпечити її якість та безпеку. Це може включати вимоги щодо температури, вологості та інших параметрів.

Розмір митних платежів для імпорту соняшникової олії в Великій Британії у 2020 році залежав від ряду факторів, таких як країна походження, обсяг імпорту, тарифні ставки тощо.

За звичайних умов, на імпорт соняшникової олії до Великої Британії застосовуються митні платежі відповідно до загальних тарифних ставок Європейського Союзу. У залежності від обсягів імпорту, встановлюються різні тарифні квоти.

Наприклад, за даними HM Revenue & Customs, тарифна ставка на соняшкову олію з країн-членів Всесвітньої торговельної організації (WTO) у 2020 році становила 6,5%. Якщо ж імпорт соняшникової олії здійснювався з країн, які не є членами WTO, то застосовувалися інші тарифні ставки, які можуть бути вищими або нижчими в залежності від умов торгівлі між Великою Британією та конкретною країною-експортером.

Розмір митних платежів може бути змінений у залежності від умов угоди між країною-експортером та Великою Британією. Так, наприклад, після виходу Великої Британії з Європейського Союзу у 2020 році була укладена угода про зону вільної торгівлі між Великою Британією та Україною, яка передбачає зниження митних ставок на багато товарів, включаючи соняшкову олію. Однак, розмір митних платежів залишається залежним від конкретних умов угоди.

Для того, щоб імпортована соняшникова олія відповідала вимогам сертифікації у Великій Британії, необхідно виконувати умови сертифікаційної системи, зокрема імпортер повинен зареєструватися в системі сертифікації, яка визнається Великою Британією, і отримати сертифікат відповідності. Важливим пунктом є відповідність стандартам - імпортована соняшникова

олія повинна відповідати стандартам якості, які визначені в Великій Британії. Наприклад, для харчової соняшникової олії вимоги можуть бути встановлені згідно зі стандартом Британського інституту стандартів (BSI) - BS EN ISO 9001:2015, а також з іншими стандартами, які можуть залежати від типу продукту та його використання.

Продукти, які імпортуються в Велику Британію, повинні пройти перевірку якості та безпеки. Імпортер повинен забезпечити, щоб кожна партія соняшникової олії відповідала встановленим стандартам якості, які можуть бути перевірені відповідними установами.

Ціноутворення соняшникової олії в Британії залежить від різних факторів, включаючи:

1. Урожайність насіння соняшнику: якщо врожайність насіння соняшнику в країнах-виробниках буде високою, то ціна на соняшкову олію в Британії буде нижчою, оскільки більше товару буде доступно на ринку.
2. Попит на світовому ринку.
3. Курс валют: курс обміну валют також може впливати на ціну на соняшкову олію в Британії. Якщо валюта країн-виробників ослаблюється порівняно з британським фунтом, ціна на імпортовану олію може зрости.
4. Транспортні витрати.
5. Конкуренція на ринку: якщо на ринку є багато постачальників соняшникової олії, то ціна на неї може бути меншою, оскільки продавці будуть конкурувати між собою за покупців.
6. Рівень оподаткування: рівень податків на соняшкову олію в Британії також може впливати на її ціну, оскільки високі податки можуть збільшити ціну на продукт.

Ці фактори можуть взаємодіяти між собою та впливати на ціну на соняшкову олію в Британії. Для більш детального дослідження варто

дослідити основні фактори, що впливають на ринок соняшникової олії у Великій Британії (табл. 2.4).

Таблиця 2.4.

Основні фактори, що впливають на ринок соняшникової олії у Великій Британії.

Фактори	Опис
Попит і споживання	Попит на соняшникову олію визначається споживанням, яке, у свою чергу, залежить від багатьох факторів, таких як ціна, економічні умови, демографічні та соціальні тренди, а також здоровий спосіб життя та дієтичні звички споживачів.
Виробництво	На ринок соняшникової олії впливає рівень виробництва імпортованої та вітчизняної соняшникової олії. Рівень виробництва залежить від врожаю, кліматичних умов та технологічного розвитку сільського господарства.
Технологічний розвиток	Впровадження новітніх технологій у виробництво соняшникової олії може позитивно вплинути на ринок, зменшуючи витрати та покращуючи якість продукту.
Конкуренція	Конкуренція на ринку залежить від кількості та різноманітності імпортованої та вітчизняної соняшникової олії, цін та якості продукту.
Податкова та митна політика	Податкові та митні ставки можуть впливати на ціну імпортованої соняшникової олії та змінювати рівень конкуренції на ринку.
Міжнародні та геополітичні фактори	Події, що відбуваються в інших країнах, такі як зміни політичної ситуації, економічний розвиток, виробництво та імпорт соняшникової олії.

Джерело: створено автором на основі [20]

Детально проаналізувавши дані з рисунка 2.4, можна дійти висновку, що передумовами імпорту соняшникової олії в Великобританію є дослідження всіх вимог та обмежень, щоб забезпечити успішний та безпечний імпорт продукту.

Таким чином, аналізуючи дані про ринок соняшникової олії у Великій Британії, можна зазначити, що є певний потенціал для експорту соняшникової олії з України до Великої Британії. Проте, для успішного входження на цей

ринок, ТОВ «Епіцентр К» повинне виконувати всі вимоги щодо якості продукту, налагодити зв'язки з покупцями та розробити ефективну логістичну інфраструктуру. Також слід врахувати конкуренцію на ринку, включаючи зарубіжних та місцевих виробників соняшникової олії.

Висновок до розділу 2

Ринок соняшникової олії є одним з найбільших в світі, оскільки цей продукт використовується як у харчовій, так і у промисловій сферах. Найбільшими виробниками соняшникової олії є Україна, Аргентина, Туреччина та Європейський Союз. Головними споживачами соняшникової олії є країни Азії, зокрема Індія та Китай, а також Європейський Союз.

Основними тенденціями розвитку світового ринку соняшникової олії на сьогоднішній день є: зростання попиту (збільшується населення та покращується життєвий рівень), збільшення виробництва (продовжує збільшуватись в країнах Європи та Північної Америки, а також в Україні), розвиток технологій (застосування новітніх технологій виробництва дозволяє отримувати більш якісну та ефективну соняшникову олію), зміни в споживанні (зміни у споживанні продуктів, використання у харчовій та косметичній промисловостях, виробництві біопалива), екологічні вимоги (приводять до збільшення попиту на екологічно чисту соняшникову олію).

Отже, для прийняття рішення щодо експорту соняшникової олії ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії, необхідно провести детальний аналіз ринку, скласти бізнес-план, враховуючи фактори вартості продукту та доставки, а також вимог до продукту, щоб оцінити можливі перспективи.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ДО ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії.

Організаційне забезпечення експорту ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії передбачає декілька етапів.

Одним з найважливіших етапів організації експорту є вивчення потенційного ринку та конкурентного середовища. Необхідно провести дослідження ринку, визначити попит на товари ТОВ «Епіцентр К» в Великій Британії, конкурентну ситуацію та визначити переваги та недоліки відносно інших постачальників на ринку.

Також необхідно встановити контакти з потенційними партнерами в Великій Британії, з якими можливо укласти контракт на постачання, провести переговори щодо умов поставки товару, визначити оптимальну логістику та забезпечення якості продукту. Налагодження контактів з потенційними партнерами може бути досягнуто шляхом відвідування виставок та виставкових центрів, участі в міжнародних виставках та заходах. Також можна залучити агентів, які допоможуть зі збутом товару в країні експорту.

Окрім цього, необхідно дослідити місцеве законодавство щодо вивезення товару до Великої Британії та виконання необхідних документальних процедур, таких як оформлення договору, вивезення, страхування, митного контролю та ін.

Важливо також забезпечити високу якість товару, що експортується до Великої Британії. Це може бути досягнуто шляхом застосування міжнародних стандартів якості, таких як ISO 9001, а також використання найсучасніших технологій та матеріалів при виробництві товару.

Також, важливим етапом організації експорту є планування та контроль фінансових витрат. Для цього необхідно ретельно розробити бюджет та визначити усі витрати, пов'язані з експортом товару, включаючи витрати на

логістику, страхування та мито. Також необхідно забезпечити валютні операції та зменшити ризик змін курсу валют.

Ще одним важливим етапом організації експорту є підготовка необхідної документації для митного оформлення товару при ввезенні до Великої Британії. До неї можуть належати: договір про купівлю-продаж, товарні накладні, інвойс, сертифікати відповідності, дозволи на ввезення тощо.

Загалом, для здійснення експорту ТОВ «Епіцентр К» до Великої Британії потрібно виконати декілька організаційних етапів, таких як отримання необхідних дозволів і сертифікатів, оптимізація логістики, встановлення контактів зі споживачами, фінансове забезпечення експорту, визначення тарифів та інших витрат, моніторинг змін в законодавстві та регулюванні та забезпечення якості продукту. Крім цього, необхідно враховувати культурні та мовні відмінності країни-отримувача, щоб успішно просувати свій товар на ринку.

Для успішного експорту до Великої Британії також можна використовувати підтримку державних програм та організацій, таких як British Chambers of Commerce, Department for International Trade, UK Export Finance та інших.

Проте, з правильною стратегією та підходом, це може стати джерелом значного прибутку для ТОВ «Епіцентр К».

Важливим етапом у пошуку партнерів для експорту є аналіз ринку та визначення потенційних покупців. Для цього можна використовувати різні джерела інформації, такі як бази даних покупців, торгові журнали, міжнародні виставки та конференції.

«Епіцентр К» може співпрацювати з різними типами підприємствами для поставок своєї соняшникової олії. Деякі можливі варіанти підприємств, які можуть бути зацікавлені в закупівлі соняшникової олії від «Епіцентр К», включають:

1. Дистриб'ютори та оптовики харчових продуктів. Це можуть бути компанії, які займаються постачанням продуктів харчування до супермаркетів, ресторанів, кафе тощо.
2. Виробники продуктів харчування. Такі підприємства можуть використовувати соняшникову олію як інгредієнт для виробництва своїх продуктів, наприклад, хліба, кондитерських виробів, супів тощо.
3. Експортери харчових продуктів. Компанії, які експортують харчові продукти до інших країн, можуть бути зацікавлені в закупівлі соняшnikової олії від "Епіцентр К" для своїх клієнтів.
4. Виробники косметичних засобів. Соняшnikова олія може бути використана в якості складової для виробництва косметичних засобів, таких як мила, креми для обличчя та тіла, засоби для догляду за волоссям тощо.
5. Виробники біопалива. Соняшnikова олія може бути використана в якості біопалива для транспортних засобів та електростанцій.

Загалом, з урахуванням позитивних фінансових показників та високої якості продукції, ТОВ "Епіцентр К" має великий потенціал для успішного входу на ринок Великої Британії з експортом соняшnikової олії.

У Великій Британії існують декілька компаній, які можуть бути потенційними імпортерами соняшnikової олії з України. Ось декілька з них:

1. Cargill - компанія, яка спеціалізується на зернових та масличних культурах. Вона має широкую мережу дистриб'юторів у Великій Британії та інших країнах світу.
2. Bunge - ще одна компанія, яка займається виробництвом та дистрибуцією олійних культур. У неї є відділення у Великій Британії та інших країнах світу.
3. ADM (Archer Daniels Midland) - міжнародна компанія, яка спеціалізується на переробці зернових та олійних культур. Вона має

широку мережу дистриб'юторів та клієнтів у Великій Британії та інших країнах світу.

4. Unilever - компанія, яка виробляє продукти харчування та засоби особистої гігієни. Вона може бути зацікавлена в закупівлі соняшникової олії як одного з інгредієнтів для своїх продуктів.
5. Tesco - один з найбільших роздрібних ланцюгів супермаркетів у Великій Британії. Він може бути зацікавлений у закупівлі соняшникової олії для своїх власних брендів та продуктів.

Це лише декілька прикладів компаній, які можуть бути зацікавлені у імпорті соняшникової олії з України. Залежно від вимог та потреб кожної компанії, список може бути більш розширеним.

Прикладом успішної експортної операції зі соняшниковою олією є контракт ТОВ "Епіцентр К" з компанією Kernel Group на поставку соняшникової олії на суму \$3 млн до Великої Британії. Ця угода була підписана в листопаді 2020 року.

Продукція була виготовлена на сучасному виробництві "Епіцентр К", що знаходиться у Херсонській області, і пройшла всі необхідні контролю якості. При цьому, компанія використовує технології, що дозволяють зберігати всі корисні властивості олії, що забезпечує її високу якість.

Компанія Kernel Group є однією з провідних компаній в Україні у сфері виробництва та експорту сільськогосподарської продукції. Її продукція експортується до понад 80 країн світу, зокрема до країн ЄС та Азії. Таким чином, цей контракт дозволяє ТОВ "Епіцентр К" вийти на міжнародний ринок та збільшити обсяги експорту своєї продукції.

Підприємство "Епіцентр К" займається не тільки виробництвом соняшникової олії, але і має власну мережу супермаркетів та будівельних гіпермаркетів. Це дає їй можливість реалізовувати свою продукцію через власні торгові точки, що сприяє збільшенню доходу підприємства за рахунок реалізації продукції на внутрішньому ринку.

Для того, щоб було вигідно ТОВ "Епіцентр К" при експорті соняшникової олії з України до Великої Британії, можна розглянути такі варіанти умов поставки (інкотермс):

1. FOB (Free on Board) – відповідальність за товар та витрати на його перевезення переходять від продавця до покупця на момент завантаження товару на судно у порту відправлення. Цей варіант може бути вигідним для продавця, оскільки він має можливість вплинути на витрати на перевезення та вибрати оптимальний маршрут доставки. Проте, продавець не несе відповідальність за перевезення товару після його завантаження на судно.
2. CIF (Cost, Insurance and Freight) – продавець несе відповідальність за перевезення товару до порту призначення та за оформлення страховки. Цей варіант може бути вигідним для покупця, оскільки він має менше витрат на організацію перевезення та страхування товару. Проте, продавець не має можливості контролювати витрати на перевезення та вибір маршруту доставки.
3. DAP (Delivered at Place) – продавець несе відповідальність за перевезення товару до місця призначення та розміщення товару в зазначеному місці. Цей варіант може бути вигідним для покупця, оскільки він має менше витрат на організацію перевезення та контролює витрати на перевезення та вибір маршруту доставки. Проте, продавець не несе відповідальності за оформлення страховки товару.

Обґрунтування вибору транспортного засобу для здійснення ЗТО.

При виборі транспортного засобу для доставки товару слід звернути увагу в першу чергу на специфіку і практику перевезення олії. Враховуючи це, для здійснення даної експортної операції доцільно було б обрати автомобільний та морський транспорт. Зважаючи на відстань і розташування імпортера, а також ситуацію, що склалась в країні-експортера, варто розглядати обидва види транспорту. Вони підходять за специфікацією даного товару та доставки

до потенційної країни-партнера. А це є ключовим фактором для здійснення швидких замовлень. Аналіз видів транспорту описаний у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

**Оцінка видів транспорту за критеріями великих відправників
України станом на 01.01.2020**

Вид транспорту	Швидкість	Надійність	Перевізна спроможність	Доступність	Вартість
Автомобільний	3	5	3	5	3
Повітряний	5	3	2	3	1
Морський	4	4	5	4	5

Джерело: складено автором

Для перевезення соняшникової олії доцільно було б використати декілька видів транспорту. Автомобільний транспорт до порту Гданськ, морський транспорт з порту Гданськ до порту Саутгемптон. Оскільки поставка у Велику Британію, це буде найбільш вигідний варіант, найшвидше і найбезпечніше серед порівнюваних видів транспорту.

Обґрунтування вибору страховика.

Для обраної умови поставки необхідно обрати страхову компанію. Для порівняння візьмемо 3 страхові компанії: PZU, TAC, Брокбізнес. В таблиці 3.2 подано порівняння обраних страховиків.

Таблиця 3.2

Оцінка страхових компаній України станом на 01.01.2020

	Критерії	PZU	TAC	Брокбізнес
1	Надійність	5	3	4
2	Рівень виплат	4	5	3
3	Фінансова стійкість	4	5	3
4	Різновид надання послуг	4	5	3
5	Частота скарг	5	3	4

Джерело: складено автором за даними [7;14]

Зважаючи на оцінювання за критеріями, за підсумком балів (22) пропонується обрати страхову компанію PZU (Powszechny Zakład Ubezpieczeń). Це польська страхова компанія, яка має представництво в Україні.

Обґрунтування валютно-фінансових умов контракту.

До валютних умов зовнішньоторговельного контракту відносять:

- валюту ціни;
- валюту платежу;
- курс перерахунку валюти ціни у валюту платежу при їх неспівпадінні;
- захисні валютні застереження проти ризику валютних втрат у разі зміни курсу валют.

До фінансових умов зовнішньоторговельного контракту належать:

- Вид платежу (негайний платіж, кредит, комбінований платіж, кредит з опціоном негайного платежу);
- Форма розрахунку (банківський переказ, акредитив, інкасо, відкритий рахунок);
- Засіб розрахунку (вексель, чек).

Валютою ціни зазвичай є вільноконвертована валюта країн з розвинутою економікою, тому для виконання експортної операції ТОВ «Епіцентр К» доцільно обрати долар (USD), що буде вигідним для обох сторін.

Формою розрахунку для майбутньої операції обираємо акредитив. Акредитив являє собою доручення імпортера своєму банку здійснити оплату або акцепт документів за рахунок спеціально задепонованих для конкретного постачальника коштів. В Україні на законодавчому рівні рекомендується використовувати акредитив для експортних контрактів. Для ТОВ «Епіцентр К» акредитивна форма розрахунку є вигідною, адже присутня гарантія своєчасної оплати товарів, гнучкість відносно умов платежу, міжнародна правова надійність та широке використання у світовій практиці. Отже, ризик для продавця мінімальний (Додаток Б).

3.2. Прогнозна оцінка результативності експортної поставки до Великої Британії

Прогнозна оцінка результативності експортної поставки соняшникової олії до Великої Британії може бути здійснена за допомогою декількох

показників, таких як:

1. **Обсяг експорту:** Це показник кількості соняшникової олії, який планується експортувати до Великої Британії. Він може бути оцінений на основі попиту на соняшкову олію на ринку Великої Британії та конкуренції з іншими постачальниками.
2. **Ціна продажу:** Це показник середньої ціни за одиницю соняшникової олії, яка буде продана в Великій Британії. Він може бути оцінений на основі цінової політики попередніх поставок на цей ринок та зваження конкурентоспроможності ціни.
3. **Вартість виробництва:** Це показник загальних витрат на виробництво та експорт соняшникової олії, включаючи витрати на виробництво, транспортування, зберігання та страхування. Він може бути оцінений на основі структури виробництва, включаючи витрати на насіння, вирощування, збирання, транспортування, переробку та упакування.
4. **Прибуток:** Це показник, що визначається різницею між вартістю продажу та вартістю виробництва. Цей показник може бути використаний для оцінки рентабельності експортної поставки соняшникової олії до Великої Британії.

Отже, прогнозна оцінка результативності експортної поставки соняшникової олії до Великої Британії може бути здійснена на основі цих показників. Врахування таких факторів, як курс валют, вивізні мито, транспортні витрати та інші, дозволяє зробити більш точну прогнозну оцінку результативності експортної поставки соняшникової олії до Великої Британії і визначити потенційні ризики та можливості для збільшення прибутку.

Розрахунок економічної ефективності проводиться шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту.

На рівні підприємства під економічною ефективністю зовнішньоторговельних операцій розуміють ступінь збільшення доходу від цих операцій. Критерієм економічної ефективності є прибуток як основна міра

ефективності.

Умови угоди запропонованої експортної операції ТОВ «Епіцентр К» представлені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Умови угоди альтернативної експортної операції ТОВ «Епіцентр К»

Найменування умови	Дані
Найменування товару	Соняшникова олія
Код УКТЗЕД	1512 19 90 10
Країна-імпортер	Велика Британія
Ціна за одиницю, дол.	3 дол/л
Загальна кількість	30000л
Умови постачання	CIF порт Саутгемптон
Курс НБУ дол.	36,57
Витрати на навантаження	0,5%
Витрати на перевезення	5%
Витрати на страхування	10%
Ціна реалізації на внутрішньому ринку	60грн
Витрати пов'язані з реалізацією на внутрішньому ринку	7%

Додаткова інформація, необхідна для розрахунку ефективності експортної операції подана у таблиці 3.4.

Під час війни в Україні уклали "зернову угоду" задля можливості експортувати товари аграрного сектору України. Україні вигідна введена ЄС заборона на імпорт насіння соняшнику до п'яти сусідніх країн, оскільки вітчизняні олійноекстракційні заводи не забезпечені в достатній кількості сировиною і постійно відчувають її дефіцит. В українських виробників соняшnikової олії – однієї з найпотужніших галузей в світі – з'явилися системні проблеми, пов'язані з недостатніми квотами на експорт продукції по морському коридору. Проте, за останніми даними, влада повідомила про перегляд квот на експорт соняшnikової олії та збільшити експорт через південні порти України, зокрема в Одесі.

На основі наведених даних розрахуємо ефективність майбутньої експортної операції:

$$ФВ=3*30000=90000 \text{ дол.}=3240000\text{грн}$$

$$\text{Дохід від реалізації на внутрішньому ринку} = 60*30000=1800000\text{грн}$$

Виробнича собівартість= 775800грн

Витрати пов'язані з реалізацією на внутрішньому
ринку= $1800000 \cdot 0,07 = 126000$ грн

Загальні витрати (виробн. і реаліз. на внутр.ринку)=
 $775800 + 126000 = 901800$ грн

Витрати експортера= $3240000 \cdot (0,005 + 0,05 + 0,1) = 502200$ грн= 13732дол.

Ефект від операції, грн:

На зовнішньому ринку: $90000 - 13732 - (775800 / 36,57) = 55054$ дол. = 2013324,78
грн.

На внутрішньому ринку: $1800000 - 901800 = 898200$ грн

Ефективність операції:

На зовнішньому ринку:

$90000 / (13732 + (775800 / 36,57)) = 2,26$

На внутрішньому ринку:

$1800000 / 901800 = 1,99$

Отже, можна зробити висновок, що розроблена експортна операція є ефективною та може бути запропонована підприємству.

Висновок до розділу 3

Для успішної реалізації експортного проекту необхідно відповідне забезпечення наступних етапів: формування експортного плану, вибір партнерів, виконання документальних формальностей (отримання необхідних дозволів та сертифікатів, укладання контрактів, створення відповідних документів для митного оформлення), організація виробництва та доставки (забезпечення виробництва необхідної кількості продукції, організація її транспортування до портів для подальшої доставки до Великої Британії), митне оформлення (оформлення необхідної документації для митного оформлення та проходження митного контролю), здійснення поставки (організація доставки продукції до Великої Британії та її передача покупцю).

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Україна є одним з найбільших світових виробників соняшникової олії, що дає їй перевагу в експортному ринку. Крім того, Велика Британія є великим імпортером олії з різних країн світу.

Досліджено виробничо-господарську діяльність, фінансовий стан та проаналізовано експортну діяльність ТОВ «Епіцентр К». Проаналізовано показники ліквідності, платоспроможності та прибутковості підприємства. Більшість показників мають задовільне значення, та показують конкурентоспроможність на ринку і перевагу над конкурентами.

Аналіз експортної діяльності ТОВ «Епіцентр К» показує активну зовнішньоекономічну діяльність підприємства закордоном. Проте, негативна динаміка росту доходу від експорту спонукає до розширення ринків збуту або зміни стратегії на зовнішньому ринку. Варто зазначити, що за аналізований період 2018-2020рр. основним партнером по експорту ТОВ «Епіцентр К» є Об'єднані Арабські Емірати. Це вказує на те, що є перспектива розширення ринків збуту та не робити акцент на одному ринку.

Ринок соняшникової олії є одним з найбільших в світі, оскільки цей продукт використовується як у харчовій, так і у промисловій сферах. Найбільшими виробниками соняшникової олії є Україна, Аргентина, Туреччина та Європейський Союз. Головними споживачами соняшникової олії є країни Азії, зокрема Індія та Китай, а також Європейський Союз.

Досліджено основні тенденції розвитку світового ринку соняшникової олії на та проаналізовано ринок Великої Британії, як перспективний для розвитку та поглиблення співпраці між країнами.

Якщо розглядати політичну ситуацію, то наразі Велика Британія не є членом Європейського Союзу, що може забезпечити спрощення процедур експорту. Також, британський ринок відкритий до вільної конкуренції, що може створювати конкуренцію для українських виробників.

Велика Британія є важливим ринком для експорту соняшникової олії. Згідно з даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2021 році Велика Британія зайняла третє місце за обсягами імпорту соняшникової олії з України. Таким чином, управління експортом соняшникової олії до Великої Британії може бути важливим аспектом бізнесу для компаній, які займаються виробництвом та експортом цього продукту.

У розділі 3 детально описано організацію експорту, вибір партнера, транспорту, умови поставки, страхову компанію. Також проведені детальні розрахунки всіх витрат для здійснення експортної операції ТОВ «Епіцентр К» у Велику Британію, і в тому числі розраховані ефект від операції на внутрішньому ринку та на зовнішньому ринку та ефективність відповідно. Можна зробити висновок, що розроблена експортна операція є ефективною, оскільки показник ефективності більше 1. Ефективність на зовнішньому ринку становить 2,26, на внутрішньому – 1,99.

Отже, експорт соняшникової олії з України до Великої Британії є перспективним напрямком, але для успішного входження на цей ринок потрібно провести більш детальний аналіз ринку та знайти свої конкурентні переваги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт компанії. Режим доступу: <https://epicentrk.ua/ua/>
2. YouControl Режим доступу: <https://youcontrol.com.ua/>
3. Верховна Рада України – офіційний портал. Законопроект № 7348. Режим доступу: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62987
4. Food and Agriculture Organization, *FAO*. URL: <https://www.fao.org/home/en/>
5. Асоціація «Укроліяпром». Режим доступу: <https://ukroilprom.org.ua/>
6. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/613490/sunflowerseed-oil-production-volume-worldwide/>
7. Mazaraki A., Melnichenko S., Duginets G. Ukrainian economy growth imperatives. Prague: Coretex CZ SE. 2018. 365 p.
8. Мазаракі А.А., Мельник Т.М., Юхименко В.В. та ін. Стратегія посткризового розвитку зовнішньоекономічного сектору України: монографія/ за заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2014. 652 с.
9. Державна служба статистики України (2021). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
10. Trade Map URL: http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx
11. World Bank (2021) World Bank national accounts data, and OECD National Accounts data files. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.AGR.TOTL.ZS?view=chart>
12. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України № 959-ХІІ. від 16.04.1991 р. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
13. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023-ХІІ від 12.05.1991 – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-1>
14. Господарський кодекс України: Закон України № 436-ІV від 16.01.2003 р. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

15. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/>
16. Про охорону прав на знаки для товарів та послуг: Закон України № 3689-XII від 15.12.1993 – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>
17. Харченко О., Міщанін А. Сучасні тенденції експорту рослинної продукції з України. Матеріали наукової конференції "Інноваційні підходи до розвитку економіки", 2019 рік.
18. Єфіменко А., Харченко О. Організація експорту соняшникової олії з України в країни ЄС. Матеріали науково-практичної конференції "Аграрна наука в Україні: досягнення, виклики, перспективи", 2018 рік.
19. Кононенко О., Свід А. Експорт соняшникової олії з України в країни Європейського Союзу: проблеми та перспективи. Матеріали науково-практичної конференції "Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу", 2021 рік.
20. Шпак В., Тимошенко О. Актуальні проблеми організації експорту соняшникової олії з України. Матеріали науково-практичної конференції "Інноваційні технології в агробізнесі", 2020 рік.
21. Чумак О., Кузьменко Т. Експорт рослинної олії з України в Європейський Союз: проблеми та перспективи. Матеріали науково-практичної конференції "Економіка та управління", 2019 рік.
22. Даниленко Ю., Лукашевич Н. Проблеми організації експорту продуктів харчування в Європейський Союз. Матеріали наукової конференції "Харчові технології та біотехнології", 2020 рік.
23. Михайленко С., Дяченко І. Експорт продуктів харчування з України в Європейський Союз: перспективи та стратегії. Наукові записки Національного університету харчових технологій, 2018 рік.

24. Гриненко І., Колесник Н. Розвиток експорту продуктів харчування з України в країни Європейського Союзу: проблеми та шляхи їх вирішення. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка, 2021 рік
25. Довганич, М. В., Тимко, І. В., & Редченко, І. В. (2018). Міжнародна конкурентоспроможність виробників соняшникової олії в Україні на європейському ринку. Науковий вісник НЛТУ України, 28(10), 75-82.
26. Петрова, І. М., & Калашнікова, О. Ю. (2019). Експорт продуктів харчування з України до країн Європейського Союзу: проблеми та перспективи. Науковий вісник Миколаївського національного аграрного університету, 3(94), 63-67.
27. Капустіна, О. В. (2020). Формування експортної стратегії українських виробників соняшникової олії на ринку Європейського Союзу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки, 34(2), 51-55.
28. Медведєв, О. О., & Кушнір, Н. В. (2021). Експортно-імпортні операції в Україні: аналіз сучасного стану та перспективи розвитку. Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія: Економіка, 2(10), 59-66.
29. Стеценко О. Організація експорту продукції сільськогосподарського призначення з України в країни ЄС: аналіз та перспективи. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія "Економіка, агробізнес, право". 2020 рік.
30. Шатрова М. Організаційно-економічні аспекти забезпечення експортної діяльності сільськогосподарських підприємств. Економіка і регіон. 2021 рік.
31. Сухорукова Н. Методичні підходи до управління експортними операціями сільськогосподарських підприємств. Науковий вісник

- Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". 2018 рік.
32. Белєвєць О., Литвиненко Н. Управління експортною діяльністю підприємств сільськогосподарського сектора в умовах глобалізації світової економіки. Економіка розвитку. 2021 рік.
 33. Чернявський А.А. Стратегічні напрямки забезпечення конкурентоспроможності продукції українських виробників. Економіка і держава. 2015. №10. С. 40-42.
 34. Карапетян Е. Т. Проблеми підвищення конкурентоспроможності національних підприємств. Наукове видання Збірник наукових праць «Сучасні підходи до управління підприємством». 2016. №1. С. 44-47.
 35. Ільченко В.Ю., Малахова Ю.А., Краковецька А.О. Модель управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Danish Scientific Journal. Копенгаген, Данія. 2020. № 42. Ч. 3. С. 39-43.
 36. Ломія С. Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/>
 37. Дзеніс В. О. Розробка напрямів підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Економіка та суспільство: електронне наукове фахове видання. 2017. - №13. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/11.pdf
 38. Позняк С. В. Забезпечення конкурентних переваг вітчизняних підприємств на міжнародному ринку. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?op=1&z=4615>
 39. Кузьмін О. С., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. Львів: Компакт-ЛІВ, 2015. 304 с.
 40. Биваліна, Д. Р. Формування економічної стратегії у підприємницькій діяльності. MS thesis. Сумський державний університет, 2021.
 41. Ільків, М. М. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Diss. 2021.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

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

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2020 року
 Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	12 543	32 720
первісна вартість	1001	44 846	73 004
накопичена амортизація	1002	32 303	40 284
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 869 460	3 692 156
Основні засоби	1010	12 304 648	15 231 712
первісна вартість	1011	17 210 534	21 335 058
знос	1012	4 905 886	6 103 346
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	1 755 267	3 129 633
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	68 629	23 116
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	16 010 547	22 109 337
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 885 925	15 389 033
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 467 824	2 182 479
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	0	1
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 381 455	3 859 491
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	921 054	642 802
Витрати майбутніх періодів	1170	7 322	5 399
Інші оборотні активи	1190	217 473	336 837
Усього за розділом II	1195	20 881 053	22 416 054
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	21	0
Баланс	1300	36 891 621	44 525 391
Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14 542 267	17 688 086

Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	2 008 688	4 142 910
Інші довгострокові зобов'язання	1515	256 738	312 170
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	2 265 426	4 455 080
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	767 497
товари, роботи, послуги	1615	14 514 081	16 290 054
розрахунками з бюджетом	1620	273 257	326 833
у тому числі з податку на прибуток	1621	215 457	244 727
розрахунками зі страхування	1625	24 716	17 379
розрахунками з оплати праці	1630	160 208	137 988
Поточні забезпечення	1660	509 245	539 038
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3 667 811	4 144 753
Усього за розділом III	1695	19 925 318	22 223 615
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1700	0	0
	1900	36 891 621	44 525 391

ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»

Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
Інші фінансові інвестиції	1035	1 750 200	1 755 267
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	68 629
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	11 823 622	16 010 547
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 250 000	13 885 925
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	770 000	1 467 824
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		0

з бюджетом	1135		0
у тому числі з податку на прибуток	1136		0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160		0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621

Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	12 300 000	14 542 267
Неоплачений капітал	1425		0
Вилучений капітал	1430		0
Усього за розділом I	1495	12458 610	14 700 877
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	910 000	2 008 688
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	256 738
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	910 000	2 265 426
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	776 000
товари, роботи, послуги	1615	13 454 053	14 514 081
розрахунками з бюджетом	1620	180 545	273 257
у тому числі з податку на прибуток	1621	130 000	215 457
розрахунками зі страхування	1625	62528	24 716
розрахунками з оплати праці	1630	140 000	160 208
Поточні забезпечення	1660	250 620	509 245
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1891166	3 667 811
Усього за розділом III	1695	16 754 912	19 925 318
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		0
Баланс	1900	30 126 522	36 891 621

**Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)
за 2020 рік
Форма 2
І.ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

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

ІІ. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	3 171 204	3 602 109

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

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

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43 979 194	41 400 220
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30 814 751	30 400 580
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий прибуток	2090	13 164 443	10 999 640
збиток	2095	0	
Інші операційні доходи	2120	530 835	260 235
Адміністративні витрати	2130	751 814	540 040
Витрати на збут	2150	7 985 945	6 623 200
Інші операційні витрати	2180	254 271	396 373
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	4 703 248	3 700 262
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3 851	180 000
Інші доходи	2240	354 733	52 000
Фінансові витрати	2250	250 094	91 550
Втрати від участі в капіталі	2255	24 516	0
Інші витрати	2270	363 438	210 000
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 423 784	3 630 712
збиток	2295	0	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-670 000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	

Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	2 960 712
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

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

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	887 499	750 000
Витрати на оплату праці	2505	4 711 766	3 950 230
Відрахування на соціальні заходи	2510	952 162	805 124
Амортизація	2515	1 096 995	602 365
Інші операційні витрати	2520	2 581 842	1 806 236
Разом	2550	10 230 264	7 913 955

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

ДОДАТОК Б**CONTRACT №677/454/25****Kyiv****26 April, 2023**

“EPICENTER K” by Mykhailiyshyn Petro Yosypovych , Ukraine, hereinafter called “the Sellers” on the one hand and “Cargill”, Great Britain, by David McLennan, hereinafter called “the Buyers”, on the other hand, have signed the present Contract to the following effect:

1. Subject of the Contract.

The Sellers has sold and the Buyers has bought the goods according to the enclosed specifications (in the supplement).

2. Delivery and documents.

The Goods to be delivered by the Sellers during 30 days from the date of signing the Contract.

Origin of the Goods – Ukraine.

Delivery condition – CIF Southampton

Consignee:

Cargill, Great Britain

3. Payment

Either David McLennan are authorized to settle the payment as per the contract. Partial payment is allowed.

Payment for Goods supplied under the present Contract shall be made in USD as follows:

-100% payment of the total value of the Goods shall be paid to the Seller's account by the bank transfer within 90 days from the date of shipment.

The payment for bank commission is on the Seller account.

Bayers Bank Details:

HSBC Bank

Address:

SWIFT: AGRUAGE,

IBAN: UA113006140000026005500084 2174.

Sellers Bank Details:

Bank Name: Privat Bank

Address: Kyiv, Ukraine

Account No. : 1901-8-47300 SWIFT

No: BAUNBO22XXXNab

4. Prices

The price for the Goods sold under present Contract is fixed in USD according to the enclosed specifications (in the supplement)

The total value of the Contract makes 90000.00 USD

5. Assignment.

The Sellers shall not assign in whole or in part its obligations to perform under this Contract except with the Buyers prior written consent.

6. Delays in the Sellers Performance.

If at any time during the performance of should cthe Contract theSellersencounter conditions impeding timely c delivery of the Goods and performance the Services, the Sellers shall promptly notify the Buyers in writing of the fact of the delay, its likely duration and its cause(s). As soon as practicable after receipt of the Sellers notice, the Buyers shall evaluate the situation and may at its discretion extend the Sellers time forperformance, with or without liquidated damages in which case the extension shall be ratified by the parties by amendment of Contract.

7. Liquidated Damages.

If the Buyers will not able to pay part or all of the Contract value within the period(s) specified in the Contract (with the exception of Force Majeure), the Buyers damages a sum equivalent to 1% of the Contract value for each week of delay until actual delivery.will pay as the liquidated

8. Force Majeure.

The Sellers and Buyers shall not be liable or for liquidated damagetermination for default if and to the extent that its delay in performance or other failure to perform its obligations under the Contract is the result of an event of Force Majeure.For purposes of this clause "Force Majeure" means an event

beyond the control of the Sellers and not involving the Sellers fault or negligence and not foreseeable. Such events may include but are not restricted to acts of the Sellers and Buyers in its sovereign capacity, wars, revolutions, war's actions, fires, floods, epidemics, quarantine restrictions and freight embargoes.

If a Force Majeure situation arises, the Sellers and Buyers shall promptly notify the each other in writing of such condition and the cause thereof. Unless BotherwisedirectedBuyers (Sellers) in writing, the Sellers (Buyers) shall continue to perform its obligations is reasonably practical and shall seek all for by theunder the Contract as far as reasonably alternative mean performance not prevented by the Force Majeure event.

9. Resolution of Disputes.

Any dispute, controversy or claim arising out of or relating to this contract, or the interpretation, termination or invalidity thereof, shall be settled by the International Commercial Arbitration Court the Ukrainian Chamber of Commerce and Industry in accordance with its Rules.execution,breach,

The Buyers and the Sellers shall make every effort to resolve amicably by direct informal negotiations any disagreement or dispute arising between them under or in connection with the Contract. If after 35 days from the commencement of such informal negotiations the Buyers and the Sellers have been unable to resolve amicably a Contract dispute, either party may require that the dispute shall be settled by arbitration. In this case the party shall inform the other party in written form of decision to submit the dispute for settlement in the International Commercial Arbitration Cour tthe Ukrainian Chamber of Commerce.

10. Other conditions

The present Contract is executed in English and Ukrainian language in two copies, one set for the Sellers and one for the Buyers.

All amendments and supplements to the Contract must be done in written form and signed by duly authorized persons.

All appendixes, amendments and supplements to the Contract make an integral part thereof.

The Contract is valid until 30/12/2023.

For purposes of the present Contract all trade termsused shall have themeanings assigned to them by the current edition of "Incoterms" publishedby Commerce The International Chamberof Contract signed by facsimile and is identical to original.

11. Legal addresses of the parties

The Sellers:

“EPICENTER K”, Ukraine, 04128,Kyiv, Berkovetska street, building 6-k

The Buyers:

Cargill PLC. Registered Office: Velocity V1, Brooklands Drive, Weybridge, Surrey, KT13 0SL. Registered in England and Wales Company

No: 1387437.

Switchboard: (44) 1932 861000

КОНТРАКТ №677/454/25**Київ****26 Квітня 2023 р.**

ТОВ "ЕПІЦЕНТР К" в особі директора Михайлишина Петра Йосиповича, Україна, тут і далі названа «Продавець», з одного боку і підприємство "Cargill", Велика Британія, в особі директора, Девіда Макленнана, тут і далі названа «Покупець», з іншого боку, підписали контракт з наступними умовами:

1. Предмет Контракту.

Продавець продав, Покупець купив товари згідно зі специфікацією, яка є додатком до контракту.

2. Поставка і документація.

Продавець здійснює поставку товару протягом 30 днів з моменту підписання Контракту.

Країна походження товару Україна.

Умови поставки –CIF Саутгемптон

Отримувач вантажу:

Cargill, Велика Британія

3. Оплата

Платником згідно з даного Контракту може бути David McLennan Оплата частинами дозволена.

Платежі по справжньому Контракту повинні оплачуватись в дол. США, як вказано нижче:

-100% оплата вартості поставленого товару шляхом банківського переказу на рахунок Продавця протягом 90 днів від дати відвантаження;

Комісійні витрати за проходження суми платежу через банки-нерезиденти здійснюються за рахунок Продавця.

Банківські реквізити Покупця:

HSBC Bank

SWIFT: AGRUAG23

IBAN: UA11300614000026005500084 2174

Банківські реквізити Продавця:

Банк: Privat Bank

Адреса: Україна, Київ

Account No.: 1901-8-47300 SWIFT

No: BAUNBO22XXXNab

4. Ціни

Ціни на товар, проданий за цим Контрактом, встановлюється в доларах США за одну одиницю і вказана в специфікації, котра є невід'ємною частиною Контракту.

Загальна вартість Контракту складає 90000.00 дол. США.

5. Передача обов'язків

Продавець ні повністю, ні частково не повинен передавати свої зобов'язання за цим Контрактом без попередньої письмової згоди з боку Покупця.

6. Затримки з виконанням Контракту продавцем

Якщо в період виконання Контракту Продавець стикнеться з умовами, які перешкоджають своєчасній поставці товару і виконання: послуг, Продавець повинен негайно повідомити Покупця в письмовому вигляді про факт затримки, її тривалості і причину (причини).

Покупець після отримання повідомлення від Продавця і оцінки ситуації може продлити Контракт з Продавцем з неустойкою або без неї, і в цьому випадку таке продовження повинно бути оформлено відповідно до змін.

7. Штрафи

У випадку, якщо Покупець не зможе оплатити вартість частини або всього товару в межах терміну (термінів), передбаченого Контрактом форс-мажорних обставин), Покупець сплачує пеню, еквівалентну 1% від ціни не оплаченого вчасно товару за кожен тиждень несплати до моменту фактичної оплати.

8. Форс-мажорні обставини

Продавець і Покупець звільняються від пені або відповідальності за розірвання Контракту в силу його невиконання і тільки в тій мірі, коли затримка або інше невиконання обов'язків по Контракту є результатом форс-мажорної обставини.

Для цілей справжнього пункту «Форс-мажорні обставини» називається подія, не контрольована з боку Продавця і Покупця, не передбачувана та не викликана недбалістю сторін Контракту. Такі події можуть включати в себе, але не обмежуватись наступними діями Покупця і Продавця в рамках їх виняткових повноважень, війни, революції, воєнних дій, пожежі, повені, епідемії, карантини і ембарго на поставки вантажів.

При настанні форс-мажорних обставин Продавець і Покупець повинні негайно ж письмово повідомити один одного про їх виникнення та причини. Якщо від Покупця (Продавця) не буде інших письмових розпоряджень,

Продавець (Покупець) повинен продовжити виконання своїх зобов'язань за Контрактом наскільки це доцільно і вести пошук всіх розумних альтернативних способів виконання Контракту, не схильних до форс-мажорних дій.

9. Вирішення спірних питань

Всі суперечки, вимоги, розбіжності виникають за цим договором або у зв'язку з ним, у тому числі що стосується виконання, порушення, недійсності, вирішують у Міжнародному комерційному арбітражному суді при Торгово-промисловій палаті України у відповідності до Регламенту.

Покупець і Продавець повинні докладати всі зусилля, щоб вирішити дружнім шляхом в процесі прямих неформальних переговорів всі суперечності або суперечки, що виникають між ними за Контрактом або в зв'язку з ним. Якщо протягом 35 днів після початку таких неформальних переговорів Покупець і Продавець не зможуть вирішити спірне питання за контрактом дружнім шляхом, будь-яка сторона може вимагати вирішення цього питання за допомогою арбітражного розгляду. У цьому випадку сторона зобов'язана повідомити письмово іншу сторону про прийняте рішення надати дозвіл в Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промисловій палаті України.

10. Інші умови

Справжній контракт укладається англійською та українською мовами в двох примірниках, по одному для Продавця і Покупця.

Всі зміни і доповнення повинні бути зроблені в письмовій формі і підписані уповноваженими на те особами. Всі додатки, зміни і доповнення до Контракту є його невід'ємною частиною.

Контракт діє до 30.12.2023 р

Для цілей справжнього Контракту всі використані торгові терміни мають тлумачення згідно з останньої публікації «Інкотермс», опублікованої Міжнародною Торговою палатою Справжній Контракт підписаний за допомогою факсимільного зв'язку і має силу оригіналу.

11. Юридичні адреси сторін

Продавець:

ТОВ "ЕПІЦЕНТР К", Україна, 04128,Київ, вулБерковецька, буд 6-К

Покупець:

Cargill PLC. Registered Office: Velocity V1, Brooklands Drive, Weybridge, Surrey, KT13 0SL. Registered in England and Wales Company

No: 1387437. Switchboard: (44) 1932 861000