

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Планування виробництва і реалізації експортної продукції на підприємстві

(на матеріалах ПрАТ «Оболонь», м. Київ)

Студентки 2 курсу, 3м групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Древенчук Анни
Володимирівни

Науковий керівник
канд. екон. наук,
доцент

П'янова Оксана Василівна

Гарант освітньої програми
канд. екон. наук,
доцент

Серова Людмила Петрівна

Київ 2020

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Освітній ступінь магістр

Спеціальність Менеджмент

Спеціалізація Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Затверджую

Зав. кафедри

міжнародного менеджменту

Мельник Т. М.

« » 20 p.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Древенчук Анні Володимирівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускного кваліфікаційного проекту (роботи)

Планування виробництва і реалізації експортної продукції на підприємстві

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

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи полягає у дослідженні ефективності процесу планування виробництва і реалізації експортної продукції підприємства та розробленні заходів щодо його підвищення в ПрАТ «Оболонь».

Об'єкт дослідження - процес планування виробництва та реалізації експортної продукції ПрАТ «Оболонь».

Предмет дослідження - сукупність практичних аспектів планування виробництва і реалізації експортної продукції ПрАТ «Оболонь».

4. Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	П'янкова О. В.		
2	П'янкова О. В.		

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

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

1.1. Аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь»

1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь»

1.3. Дослідження ефективності експортних операцій ПрАТ «Оболонь»

**РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЛАНУВАННЯ
ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ
«ОБОЛОНЬ»**

2.1. Обґрунтування пропозицій щодо плану виробництва та реалізації експортної продукції на ПрАТ «Оболонь»

2.2. Розробка експортного плану виходу на новий ринок ПрАТ «Оболонь»

2.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованого плану на результати діяльності ПрАТ «Оболонь»

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

6. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1.	Збір необхідної інформації, вивчення та аналіз джерел з обраної тематики		
2.	Аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь»		
3.	Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь»		
4.	Дослідження ефективності експортних операцій ПрАТ «Оболонь»		
5.	Обґрунтування пропозицій щодо плану виробництва та реалізації експортної продукції на ПрАТ «Оболонь»		
6.	Розробка експортного плану виходу на новий ринок ПрАТ «Оболонь»		
7.	Прогнозна оцінка ефективності запропонованого плану на результати діяльності ПрАТ «Оболонь»		
8.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи		

7. Дата видачі завдання «_____» _____ 2020 р.

8. Керівник випускної кваліфікаційної роботи
П'янкова О. В.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)

Серова Л. П.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент Древенчук А. В.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Представлена Древенчук Анною Володимирівною випускна кваліфікаційна робота освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» відповідає затвердженій темі «Планування виробництва і реалізації експортної продукції на підприємстві» (на матеріалах ПрАТ «Оболонь», м. Київ)

Актуальність теми визначається тим, що планування виробництва і реалізації експортної продукції на підприємстві є невід'ємною складовою ЗЕД підприємства.

В першому розділі здійснено аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь», проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність підприємства, оцінено її ефективність.

В другому розділі розроблено і обґрунтовано пропозиції щодо планування виробництва та реалізації експортної продукції; розроблено експортний план виходу на новий ринок реалізації продукції та альтернативну експортну операцію для підприємства; здійснено прогностичну оцінку ефективності запропонованого плану на результати діяльності ПрАТ «Оболонь». Зміст роботи відповідає плану і має логічну та обґрунтовану структуру. Випускна кваліфікаційна робота виконана у повному обсязі у відповідності з затвердженим планом і завданням.

Випускна кваліфікаційна робота є завершеною, актуальною та відповідає практичній проблематиці ПрАТ «Оболонь».

Висновки та рекомендації, що сформульовані в роботі мають практичну цінність та можливість застосування в роботі підприємства.

Таким чином, ВКР Древенчук А. В. «Планування виробництва і реалізації експортної продукції на підприємстві» (на матеріалах ПрАТ «Оболонь», м. Київ) за змістом та оформленням відповідає встановленим вимогам, рекомендована до захисту в екзаменаційній комісії та заслуговує високої оцінки.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) _____
(прізвище, ініціали, підпис)

Завідувач кафедри _____
(підпис, прізвище, ініціали)

«_____» _____ 20____ р.

АНОТАЦІЯ

А. В. Древенчук. Планування виробництва і реалізації експортної продукції на підприємстві.

Магістерська робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» за спеціальністю 073 – «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». – Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, 2020 рік.

Робота містить 63 сторінок, на яких представлено 30 таблиць та 5 рисунків. Список використаних джерел нараховує 40 найменувань.

В роботі розглянуто механізм здійснення зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь» та проведено аналіз ефективності планування виробництва та реалізації експортної продукції підприємством.

На підставі проведеної аналітичної оцінки зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь» розроблено заходи щодо покращення планування виробництва і реалізації експортної продукції на підприємстві.

Обґрунтовано доцільність виходу ПрАТ «Оболонь» на ринок Румунії та обрано найбільш доречні асортиментні позиції.

Результати дослідження можуть бути використані підприємством «Оболонь» для подальшого ефективного планування експортної діяльності, диверсифікації та розширення напрямків експорту.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, імпорт, планування зовнішньоекономічної діяльності, ефективність, планування виробництва і реалізації експортної продукції.

ANNOTATION

A. V. Drevenchuk. Planning the production and sale of export products at the enterprise.

Master's thesis for obtaining the educational qualification level “Master” in specialty 073 – “Management of foreign economic activity”. - Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, 2020.

The work contains 63 pages, which present 30 tables and 5 figures. The list of used sources includes 40 items.

The work considers the mechanism of foreign economic activity of PRJSC “Obolon” and analyzes the effectiveness of production planning and sales of export products by the enterprise.

Based on the analytical assessment of foreign economic activity of PRJSC “Obolon”, measures have been developed to improve production planning and sales of export products at the enterprise.

The expediency of PRJSC “Obolon” entering the Romanian market is substantiated and the most appropriate assortment is selected.

The results of the study can be used by PRJSC “Obolon” for further effective planning of export activities, diversification and expansion of exports destinations.

Keywords: foreign economic activity, export, import, planning of foreign economic activity, efficiency, planning of production and sale of export products.

РЕФЕРАТ

Актуальність теми визначається тим, що саме від планування виробництва і реалізації експортної продукції залежить успішність суб'єкта ЗЕД та ефективність його діяльності на зовнішніх ринках.

Мета дослідження полягає у визначенні ефективності процесу планування виробництва і реалізації експортної продукції ПрАТ «Оболонь» та розробці майбутніх заходів щодо його покращення.

В 1 розділі було проведено загальну характеристику ПрАТ «Оболонь»; проаналізовано фінансовий стан та виробничо-господарську діяльність ПрАТ «Оболонь». Також було досліджено зовнішньоекономічну діяльність компанії «Оболонь», і проаналізовано стан та тенденції розвитку світового та національного ринку безалкогольних напоїв. Було оцінено ефективність експортної діяльності та існуючої експортної операції на ПрАТ «Оболонь».

В 2 розділі було обґрунтовано пропозиції щодо створення нового плану виробництва та реалізації продукції, з виходом на нові ринки реалізації товару. Було розроблено експортний план виходу на новий ринок реалізації продукції та альтернативну експортну операцію для підприємства, обґрунтовано доцільність її здійснення. Також було проведено прогнозну оцінку ефективності запропонованого плану.

Внаслідок проведених досліджень було розроблено заходи щодо покращення планування виробництва і реалізації експортної продукції на ПрАТ «Оболонь». Було визначено, що задля подальшого розвитку ПрАТ «Оболонь» необхідно розширити експортну діяльність на ринок Румунії. Було визначено з яким асортиментом, обсягом та ціною компанія «Оболонь» буде представлена на ринку Румунії. Була проведена прогнозна оцінка запропонованого плану, і було визначено, що дана запланована експортна операція є ефективною та вигідною для ПрАТ «Оболонь», що свідчить про доцільність її застосування компанією «Оболонь» в майбутньому.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»	5
1.1. Аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь»	5
1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь»	15
1.3. Дослідження ефективності експортних операцій ПрАТ «Оболонь»	24
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ «ОБОЛОНЬ».....	30
2.1. Обґрунтування пропозицій щодо плану виробництва та реалізації експортної продукції на ПрАТ «Оболонь»	30
2.2. Розробка експортного плану виходу на новий ринок ПрАТ «Оболонь»	41
2.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованого плану на результати діяльності ПрАТ «Оболонь».....	52
Висновок до розділу 2.....	57
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Підприємствам надані широкі права і можливості у реалізації своїх економічних інтересів, вибору способів організації виробництва, збуту продукції, і при цьому вони виходять з власних ресурсних можливостей. Тому планування виробництва і реалізації продукції обов'язково повинно передувати прийняттю рішень на вищому рівні управління. Планування виробництва і реалізації продукції має не лише виявити наявні помилки в діяльності компанії, а й розкрити можливості подальшого розвитку підприємства.

Актуальність теми визначається тим, що саме від планування виробництва і реалізації експортної продукції залежить успішність суб'єкта ЗЕД та ефективність його діяльності на зовнішніх ринках.

Успішність підприємств, які здійснюють планування виробництва і реалізації експортної продукції, набагато вища за тих, хто не розробляє планування, оскільки план дозволяє прорахувати результат, визначити попит на продукцію компанії, розглянути різні експортні можливості, мінімізувати витрати, підвищити якість продукції, оцінити виробничу потужність фірми та ризики підприємства на нових ринках.

Саме тому чітко сформована стратегія планування виробництва і реалізації експортної продукції є потрібною для вдалого виходу на нові ринки та ефективної торгівлі експортною продукцією.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Планування як функція, розвиток його методів розглядається в роботах таких відомих авторів як П. Друкер, Г. Мінцберг, Ф. Тейлор. Особливості планування виробництва і реалізації експортної продукції вивчали такі сучасні науковці як: В. В. Іванова, М. М. Лепа, О. Ю. Масленіков, Н. М. Романюк, О. Б. Свірська, Г. М. Тарасюк, І. О. Чаюн та інші.

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні ефективності процесу планування виробництва і реалізації експортної продукції підприємства та розробленні заходів щодо його підвищення в ПрАТ «Оболонь».

Завдання випускної кваліфікаційної роботи полягають у наступному:

- проаналізувати фінансовий стан та виробничо-господарську діяльність ПрАТ «Оболонь»;
- провести аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь»;
- дослідити ефективність експортної операції ПрАТ «Оболонь»;
- обґрунтувати пропозиції щодо плану виробництва та реалізації експортної продукції на ПрАТ «Оболонь»;
- розробити експортний план виходу на новий ринок ПрАТ «Оболонь»;
- провести прогнозну оцінку ефективності запропонованого плану на результати діяльності ПрАТ «Оболонь»

Об'єктом дослідження є процес планування виробництва та реалізації експортної продукції ПрАТ «Оболонь».

Предметом дослідження є сукупність практичних аспектів планування виробництва і реалізації експортної продукції ПрАТ «Оболонь».

Методи дослідження. Інструментарієм аналізу в даному дослідженні виступає аналіз та синтез, порівняння, узагальнення, розрахунок та методи математичної статистики, графічні методи.

Інформаційною базою дослідження є дані ПрАТ «Оболонь», статистичні дані, нормативно-правові акти, підручники та методичні матеріали, періодичні видання, наукові статті та публікації, інтернет-джерела тощо.

Інформація щодо апробації результатів дослідження. Основні результати наукових досліджень опубліковано у роботах:

Древенчук А. В. Особливості планування виробництва і реалізації експортної продукції. *Експортно-імпортні операції в умовах геоекономічних змін. Збірник наукових статей студентів.* 2020. С. 65.

Науково-практична новизна отриманих результатів для ПрАТ «Оболонь» полягає у тому, що підприємство матиме змогу чітко спланувати свою подальшу експортну діяльність, визначити необхідні обсяги продукції для подальшої реалізації, розширити та диверсифікувати свою експортну діяльність завдяки виходу на нові ринки реалізації продукції.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

1.1. Аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь»

ПрАТ «Оболонь» – це корпорація, яка є однією з найбільш великих і потужних компаній з виробництва пива, безалкогольних напоїв та мінеральної води в Україні. Компанія була заснована в 1986 р., генеральним директором є Ігор Булах. Крім того, ПрАТ «Оболонь» має стовідсотковий український капітал. Загальний штат співробітників у 2019 році становив понад 6 тис. працівників.

Загальна інформація щодо ПрАТ «Оболонь» надана у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Інформація про підприємство ПрАТ «Оболонь»

Інформація про емітента	
Повне найменування емітента	Приватне акціонерне товариство «Оболонь»
ЄДРПОУ	05391057
Місцезнаходження	04212, Україна, Київська обл., Оболонський р-н, Київ, Богатирська, 3
Керівник	Генеральний директор Булах Ігор Васильович
Форма власності	Недержавна власність
Організаційно-правова форма	Приватне акціонерне товариство
Вид промислової діяльності	Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів
Види економічної діяльності за КВЕД - 2010	11.05 Виробництво пива 11.01 Дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв 11.06 Виробництво солоду 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки
Адреса електронної пошти	corp@kiev.obolon.ua

Джерело: побудовано автором за на основі [24]

Місія корпорації «Оболонь» – забезпечення споживачів натуральними, якісними та доступними напоями. Головна мета діяльності – розширення ринків продажу, збільшення прибутків, найповніше задоволення потреб споживачів.

Стратегія ПрАТ «Оболонь» націлена на задоволення вимог та очікувань замовників і, за рахунок цього, на утримання лідируючої позиції на ринку пива та безалкогольних напоїв, при постійній увазі до збереження навколишнього середовища та врахування інтересів зацікавлених сторін.

Невід'ємною складовою частиною даної стратегії є постійне удосконалення системи управління, яка відповідає вимогам стандартів та правильне передбачення тенденцій розвитку ринку [24].

Одне з пріоритетних завдань корпорації «Оболонь», зважаючи на зовнішні і внутрішні фактори, це – активний розвиток експортних напрямів завдяки розширенню географії ринків збуту. Окрім додаткових обсягів виробництва, стабільна робота у цьому напрямі забезпечує валютні надходження до корпорації та країни.

ПрАТ «Оболонь» виробляє різноманітну продукцію, яка має широку відомість як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Окрім пива, безалкогольних напоїв та мінеральної води, компанія також займається виробництвом слабоалкогольних напоїв, снєків, сидру, солоду та певних промислових товарів.

Компанія є одним з найбільш популярних брендів пива та лідером з експорту пива в Україні. Загалом продукція ПрАТ «Оболонь» експортується до 52 країн світу. Основними ринками збуту продукції компанії «Оболонь» є Україна, Білорусь, Польща, Молдова, країни Балтії та країни ЄС.

Окрім лідируючих позицій на пивному ринку, ПрАТ «Оболонь» має гарні показники і на ринку безалкогольних напоїв. Їх продукція користується значною популярністю через демократичну ціну та гарний смак.

Основними брендами компанії є: «Оболонь», «Hike», «Carling», «Ziber», «Zlata Praha», «Nadrmix», «Жигулівське», «BeerMix», «Ciber», «Живчик», «Кола Нова», «Квас Старокиївський», «Оболонська», «Прозора», «Аквабаланс» та інші.

Форма власності компанії – приватна. На даний момент організаційно-правова форма компанії «Оболонь» – приватне акціонерне товариство. 13.04.2017 р. було прийнято рішення про зміну типу акціонерного товариства з публічного на приватне, внаслідок чого змінилась і назва підприємства з «Публічне акціонерне товариство «Оболонь» на «Приватне акціонерне товариство «Оболонь» [24].

До складу корпорації входять десять виробничих підприємств, які включають в себе головний завод в Києві та дев'ять підприємств у регіонах країни. Компанія має два дочірніх підприємства, а саме ТОВ «Пивоварня Зіберта» та ДП ПрАТ «Оболонь» «Красилівське». Також до складу корпорації входять територіально віддалені цехи, серед яких виробничий комплекс ПрАТ «Оболонь» та солодовий завод ПрАТ «Оболонь», і компанія має ще декілька підприємств з корпоративними правами, такі як ПрАТ «Охтирський пивоварний завод».

Корпорація «Оболонь» лідер серед українських пивоварних компаній з використання технології вторинних переробки відходів. Компанія першою почала випускати пиво в PET-пляшках, які стали надзвичайно популярними серед виробників та споживачів завдяки прийнятній ціні, міцності, малій вазі та зручності у транспортуванні та використанні. Також наразі корпорація «Оболонь» є єдиним вітчизняним виробником напоїв, що здійснює переробку використаної PET-пляшки.

Для того щоб детальніше ознайомитись з діяльністю компанії слід провести аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності. Даний аналіз допомагає об'єктивно оцінити фінансовий стан, фінансові результати та ефективність фінансової діяльності підприємства (табл. 1.2).

Так як ПрАТ «Оболонь» – це корпорація, з багатьма дочірніми підприємствами, для аналізу фінансової діяльності доцільним буде використовувати консолідовану фінансову звітність, яка відображає фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів юридичної особи та її дочірніх підприємств як єдиної економічної одиниці [18].

Таблиця 1.2

Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Оболонь» на період 2015 - 2019 рр., тис. грн.

Показник	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення, %			
						2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018	2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018
Чистий дохід від реалізації продукції	4441246	4310214	4963232	5078764	5466148	-131032	653018	115532	387384	-2,95	15,15	2,33	7,63
Собівартість реалізованої продукції	3091702	3290800	3565168	4292370	4277833	199098	274368	727202	14537	6,44	8,34	20,40	-0,34
Валовий прибуток	1349544	1019414	1398064	786393	1188315	-330130	378650	-611671	401922	-24,46	37,14	-43,75	51,11
Інші операційні доходи	64966	62589	88488	85301	62681	-2377	25899	-3187	-22620	-3,66	41,38	-3,60	-26,52
Адміністративні витрати	251839	285 569	296579	303955	337 100	33 730	11 010	7 376	33 145	13,39	3,86	2,49	10,90
Витрати на збут	961504	968 802	1111347	675489	661989	7 298	142 545	-435 858	-13 500	0,76	14,71	-39,22	-2,00
Інші операційні витрати	41 893	61 663	29144	20451	32 219	19 770	-32 519	-8 693	11 768	47,19	-52,74	-29,83	57,54
Фінансовий результат від операційної діяльності	159274	-234031	49482	-128200	219688	-393305	283513	-177682	347888	-246,94	-121,14	-359,08	-271,36
Інші фінансові доходи	27117	8604	97691	4259	280	-18513	89087	-93432	-3979	-68,27	1035,41	-95,64	-93,43
Інші доходи	0	0	430848	-23505	216198	0	430848	-454353	239703	0,00	0,00	-105,46	1019,80
Інші витрати	587972	222030	42861	6 725	1 418	-365942	-179169	-36136	-5307	-62,24	-80,70	-84,31	-78,91
Фінансовий результат до оподаткування	-811167	-910052	220797	-325802	144591	-98885	1130849	-546599	470393	12,19	-124,26	-247,56	-144,38
Витрати (дохід) з податку на прибуток	99292	24809	-44217	-39618	113042	-74483	-69026	4599	152660	-75,01	-278,23	-10,40	-385,33
Чистий фінансовий результат	-711875	-885243	176580	-365420	257633	-173368	1061823	-542000	623053	24,35	-119,95	-306,94	-170,50

Джерело: розраховано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

За результатами аналізу фінансової звітності ПрАТ «Оболонь» та розрахунками автора було визначено, що чистий дохід від реалізації продукції, а отже і обсяги виробництва компанії «Оболонь», мають тенденцію до зростання. Починаючи з 2016 року компанія мала позитивну динаміку, так протягом 2017 чистий дохід збільшився на 15,15%, після спаду в 2016 році. В 2018 та 2019 році стан компанії стабілізувався, і компанія мала приріст чистих доходів в розмірі 2,33% та 7,63% в 2018 та 2019 роках відповідно.

Протягом п'яти років спостерігається підвищення собівартості продукції в сукупності на 35%. В 2018 році собівартість реалізованої продукції підвищилась аж на 20,40%. Проте в 2019 році компанії все ж вдалось знизити свої витрати, хоч і не на значну суму (-0,34%).

Але компанія значно зменшила інші витрати, порівняно з 2015 роком. Спостерігається тенденція до зниження інших витрат, лише в 2019 році витрати зменшились на 79%. І в усіх попередніх періодах спостерігалась подібна тенденція.

Доволі нестабільною є ситуація з чистим фінансовим результатом. В основному спостерігалась більш негативна тенденція, і компанія зазнавала збитків. В 2017 році компанія таки змогла отримати прибуток в розмірі 176580 тис. грн. Проте в 2018 році корпорація «Оболонь» знову отримала негативний результат, але змогла покращити ситуацію вже в 2019 році. В 2019 р. прибуток склав 257633 тис. грн.

Подібна тенденція свідчить про те, що компанія не в змозі повністю покривати свої витрати, незважаючи на покращення в 2019 році. Подібна тенденція спостерігається і в показниках «Фінансовий результат до оподаткування» та «Фінансовий результат від операційної діяльності».

Але в цілому, стан компанії в 2019 році дещо стабілізувався і покращився, порівняно з останніми роками.

Ще одним важливим показником для аналізу та характеристики стану компанії є її показники рентабельності, які представлені в табл. 1.3.

Показники рентабельності ПрАТ «Оболонь», 2015-2019 рр.

Показники	Період					Абсолютне відхилення			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018
Рентабельність реалізації продукції, %	30,39	23,65	28,17	15,48	21,74	-6,74	4,52	-12,68	6,26
Рентабельність витрат, %	43,65	30,98	39,21	18,32	27,78	-12,67	8,24	-20,89	9,46
Загальна рентабельність діяльності (збитковість діяльності), %	-16,03	-20,54	3,56	-7,20	4,71	-4,51	24,10	-10,75	11,91
Рентабельність активів (збитковість діяльності), %	-11,79	-14,07	2,61	-5,63	4,31	-2,28	16,68	-8,23	9,93
Рентабельність капіталу (збитковість діяльності), %	-21,60	-28,45	4,00	-8,44	7,83	-6,84	32,44	-12,43	16,26
Рентабельність власного капіталу (збитковість діяльності), %	-30,65	-41,32	7,34	-15,96	11,66	-10,68	48,66	-23,30	27,63
Рентабельність оборотних активів (збитковість діяльності), %	-52,50	-69,22	12,37	-26,38	22,70	-16,72	81,59	-38,75	49,08

Джерело: розраховано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Аналізуючи дані наведеної вище таблиці, можемо зробити висновок, що більшість показників рентабельності мають тенденцію до зростання, особливо дана тенденція прослідковується в 2019 році. Проте в 2018 році більшість показників мали значний спад, порівняно з 2017 роком. Подібна ситуація спостерігалась і в 2016 та 2015 роках відповідно.

Рентабельність реалізації продукції – це показник прибутковості, який вказує на обсяг прибутку, який генерує кожна гривня продажів. У ПрАТ «Оболонь» даний показник має мінливий характер. Найбільше прибутку приносив показник 2015 року – 30,39%, а найменше 2018 року – 15,48%. Але даний показник має тенденцію до зростання, і вже в 2019 році цей показник зріс на 6,26% і становить 21,74%.

Рентабельність витрат визначає з якою ефективністю компанія використовує свої ресурси. Протягом досліджуваного періоду відбувалися різкі зміни в значеннях даного показника. Показник зменшився на 12,67% і 20,89% у 2016 і 2018 роках відповідно. Проте протягом 2017 року показник продемонстрував зростання, яке становило 8,24%, а в 2019 році показник збільшився на 9,46%.

Загальна рентабельність (збитковість діяльності) показує рівень рентабельності після врахування всіх виплат. Як і інші показники рентабельності, загальна рентабельність діяльності змінюється кожного року з позитивного до негативного значення. В 2015, 2016 та 2018 роках компанія мала навіть від'ємний результат, що демонструвало збитковість компанії в дані роки. Але в 2019 році компанія має вже позитивний показник (4,71%) рентабельності, що свідчить про її прибутковість.

Інші показники демонстрували подібну тенденцію, як і попередні. В 2015, 2016 та 2018 роках, вони зазвичай мали негативні значення, а вже в 2017 та 2019 роках – позитивні. Тому така тенденція може свідчити про те, що компанія поступово виходить з кризового для себе періоду.

Наступна група показників вказує на ефективність використання активів компанії і послідовність політики управління виробничими запасами (табл. 1.4).

Аналізуючи табл. 1.4, можна дійти до висновку, що показники ділової активності компанії переважно мають тенденцію до зростання. Періоди обороту активів, навпаки, спадають, що є позитивним проявом для компанії. Негативна динаміка спостерігалась переважно в 2016 році, проте спад показників був доволі незначний, і вже з 2017 року стан компанії стабілізувався. 2019 рік за двома показниками демонструє найбільше зростання за останні п'ять років, а саме за коефіцієнтом оборотності оборотних активів (1,15%) та за коефіцієнтом оборотності дебіторської заборгованості (2,56%). Такий приріст даних показників свідчить про тривалу роботу ПрАТ «Оболонь» щодо покращення політики управління запасами, дебіторською заборгованістю, грошовими коштами та іншими оборотними активами.

Показники ділової активності ПрАТ «Оболонь», 2015-2019 рр.

Показники	Період					Абсолютне відхилення			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018
Коефіцієнт оборотності активів ($K_{неп}$)	0,74	0,69	0,73	0,78	0,91	-0,05	0,05	0,05	0,13
Коефіцієнт оборотності оборотних активів ($K_{оа}$)	3,28	3,37	3,48	3,67	4,82	0,09	0,11	0,19	1,15
Коефіцієнт матеріальних оборотних активів ($K_{моа}$)	5,05	4,65	6,08	6,91	7,42	-0,40	1,43	0,83	0,51
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (K_d)	4,57	4,44	2,47	2,49	5,05	-0,12	-1,98	0,02	2,56
Період обороту активів (P_a)	489,37	525,46	491,28	460,44	394,08	36,09	-34,18	-30,83	-66,36
Період обороту оборотних активів ($P_{оа}$)	109,91	106,81	103,54	98,20	74,75	-3,09	-3,27	-5,34	-23,45
Період обороту матеріальних оборотних активів ($P_{моа}$)	71,28	77,47	59,20	52,11	48,50	6,19	-18,27	-7,09	-3,60
Період погашення дебіторської заборгованості ($P_{дз}$)	78,83	81,01	145,90	144,73	71,28	2,17	64,89	-1,17	-73,45

Джерело: розраховано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Більшість показників свідчать про ефективність використання компанією наявних ресурсів, незалежно від джерел їхнього залучення, ефективність використання власного капіталу та основних засобів підприємств збільшується.

Кошти компанії витрачаються на задоволення потреб, пов'язаних зі зростанням обсягів виробництва, вдосконаленням технології виробництва та інших потреб, що забезпечують зростання і вдосконалення матеріально-технічної бази підприємства.

Показники ліквідності та платоспроможності ПрАТ «Оболонь» представлено в табл. 1.5. Показники ліквідності демонструють здатність підприємства швидко перетворити активи на гроші.

**Показники ліквідності та платоспроможності ПрАТ «Оболонь», 2015-2019
рр.**

Показники	Період					Абсолютне відхилення				Нормативне значення
	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018	
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,42	0,38	1,04	0,41	0,44	-0,04	0,66	-0,64	0,03	1-2
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,09	0,07	0,22	0,08	0,10	-0,02	0,14	-0,13	0,02	0,60-1
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,03	0,02	0,03	0,01	0,01	-0,01	0,01	-0,02	0,00	0,20-0,60

Джерело: розраховано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Аналізуючи проведені розрахунки можемо констатувати, що в ПрАТ «Оболонь» спостерігається переважно негативна ситуація зі станом ліквідності та платоспроможності. Більшість показників не досягають рекомендованого значення, і часто мають негативну тенденцію.

Коефіцієнт загальної ліквідності в 2017 році мав найбільше значення, і досяг рекомендоване значення 1 – 2. Проте вже з 2018 року показник значно впав, більш як на 60%, і в 2019 році коефіцієнт збільшився лише на 7%.

Коефіцієнт поточної ліквідності жодного разу за 5 років не досягнув норми 0,6 – 1, що свідчить про нездатність компанії вчасно погасити свої короткострокові зобов'язання.

І коефіцієнт абсолютної ліквідності значно не досягає норми. При рекомендованому значенні коефіцієнта абсолютної ліквідності 0,2 – 0,3 даний коефіцієнт на підприємстві коливається від 0,01 до 0,03. Це свідчить про те, що лише 1% – 3% поточних зобов'язань підприємства можуть бути погашені миттєво за рахунок готівкових коштів. Така ситуація є ознакою неплатоспроможності підприємства.

Ще однією групою показників є показники фінансової стійкості, які продемонстровані в табл. 1.6. Під фінансовою стійкістю підприємства розуміють забезпечення запасів і витрат джерелами коштів для їх формування.

Показники фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь», 2015-2019 рр.

Показники	Період					Абсолютне відхилення				Нормативне значення
	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018	
Коефіцієнт фінансової стійкості ($K_{\text{фс}}$)	0,45	0,53	0,77	0,55	0,55	0,08	0,23	-0,21	-0,01	0,70-0,90
Коефіцієнт фінансової автономії ($K_{\text{авт}}$)	0,33	0,35	0,36	0,34	0,40	0,02	0,01	-0,02	0,06	0,40-0,60
Коефіцієнт покриття боргу ($K_{\text{пб}}$)	0,50	0,53	0,57	0,52	0,66	0,04	0,04	-0,05	0,15	1-1,50
Коефіцієнт довгострокових зобов'язань ($K_{\text{дзк}}$)	0,26	0,35	0,53	0,38	0,27	0,08	0,18	-0,14	-0,11	0,20-0,30

Джерело: розраховано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Аналіз показників фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь» демонструє переважно позитивну динаміку коефіцієнтів. Лише в 2018 році спостерігалась негативна тенденція. Коефіцієнт фінансової стійкості, попри спад в останні два роки, все ж досягав своєї норми (0,7 – 0,9) в 2017 році. Проте, враховуючи всі інші роки, значення нижче норми говорить про недостатню фінансову стійкість в довгостроковій перспективі та про нездатність компанії залишатися платоспроможною.

Коефіцієнт фінансової автономії все ж досяг нормативного значення в 2019 році. Проте значення даного показника в попередні роки може говорити про високий рівень фінансових ризиків. Протягом досліджуваного періоду коефіцієнт покриття боргу не досяг нормативного значення, що свідчить про те, що підприємство несвоєчасно погашає борги.

Коефіцієнт довгострокових зобов'язань демонструє відповідність нормативному значенню лише в 2015 та 2019 роках. В інші періоди даний показник перевищував норму. Це означає, що протягом 2016-2018 рр. підприємство надмірно залежало від довгострокових зобов'язань у загальній сумі позикових коштів.

1.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь»

Протягом останніх п'яти років кон'юнктура українського ринку пивоварної промисловості показує несприятливу динаміку. Втім, у глобальних масштабах прогнозується стійке збільшення споживання. Дані обставини дають підґрунтя для ПрАТ «Оболонь» для виходу на нові зовнішні ринки, або ж для розширення та збереження об'ємів виробництва на вже існуючих ринках.

Основним видом зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Оболонь» є експорт. Компанія є експортером різноманітних видів продукції, географія її експорту є диверсифікованою.

У організаційній структурі ПрАТ «Оболонь» є відділ експорту, який займається виключно організацією збуту продукції закордон. До того ж, ПрАТ «Оболонь» дотримується експортної стратегії, яка переважно спрямована на створення та зміцнення довготривалих партнерських відносин із дистриб'юторами. Основна мета компанії – міцне партнерство та стабільні поставки. Тому відділ експорту намагається створити всі умови для плідної співпраці з іноземними партнерами, такі як: мінімальні контрактні ціни для партнерів, широкий вибір транспорту та оперативність відвантажень, а також максимальна адаптація етикетки та асортименту до реалій конкретної країни.

Відповідно до щорічного вісника компанії, в 2019 році 33% від їх загального доходу складав експорт, а 67% – продаж на внутрішніх ринках [3]. Порівняно з минулими роками, частка експорту в загальному доході компанії стабільно зростає, незважаючи на невеликий спад в 2017 році. Дана тенденція представлена в табл. 1.7.

ПрАТ «Оболонь» протягом останніх п'яти років мала як і позитивну, так і негативну динаміку експорту. З 2015 до 2017 рр. спостерігався спад експорту, який був спричинений зменшенням обсягу реалізації продукції загалом. Найбільший спад відбувся у 2016 році, і компанія скоротила експорт продукції на 17%, порівняно з попереднім роком. Проте вже з 2018 року компанія почала відновлювати попередні обсяги виробництва та збільшила частку експорту від загального обсягу реалізації. Тому особливо стрімкі темпи росту експорту

спостерігались у 2018 році, що аж на 15% більші, ніж минулого року. Незважаючи на те, що темпи приросту експорту зменшились в 2019 р., порівняно з 2018 р., компанія все ще має позитивну динаміку.

Таблиця 1.7

Показники обсягів реалізації ПрАТ «Оболонь» на період 2015-2019 рр.

Показник	Роки					Темп приросту, %			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018
1. Загальний обсяг реалізації продукції, млн. дал., з них:	76,00	65,23	58,55	61,05	63,12	-14,17	-10,24	4,27	3,39
1.1. Внутрішній ринок, млн. дал.	52,44	45,66	41,57	41,51	42,29	-12,93	-8,96	-0,14	1,88
1.2. Експорт, млн. дал.	23,56	19,57	16,98	19,54	20,83	-16,94	-13,23	15,08	6,60
2. Частка експорту від загального обсягу реалізації, %	31,00	30,00	29,00	32,00	33,00	-3,22	-3,34	10,36	3,11

Джерело: розраховано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Таким чином, протягом 2017-2019 рр. спостерігається стабільне підвищення експортної діяльності ПрАТ «Оболонь» та нарощується експортний потенціал.

Динаміка експорту та імпорту компанії представлена в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Динаміка експорту та імпорту ПрАТ «Оболонь» в грошовому вимірі на період 2015-2019 рр.

Показник	Роки					Темп приросту, %			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018
Експорт, млн. грн.	1375,90	1293,58	1439,90	1635,73	1803,88	-5,98	11,31	13,60	10,28
Імпорт, млн. грн.	37,18	36,82	37,25	37,96	38,12	-0,97	1,17	1,91	0,42

Джерело: розраховано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

ПрАТ «Оболонь» імпортує відносно невелику кількість продукції. Переважно компанією імпортуються такі товари, як певні види упаковки та банки для продукції, обладнання та устаткування, різноманітні технічні пристрої, які не виготовляються в Україні. Динаміка імпорту є доволі стабільна, приріст коливається в межах 1 – 2%, і не має різких перепадів.

Якщо ж порівнювати динаміку експорту в грошовій та кількісній формі, то можна побачити, що вона дещо відрізняється. Це спричинено зміною ціни на експортовану продукцію. Наприклад, незважаючи на зменшення обсягів експортованої продукції в 2017 році, в грошовій формі йде збільшення показника, темп приросту становить 11,3%.

Що стосується напрямів експорту компанії, то наразі географія експорту ПрАТ «Оболонь» налічує близько 52 країн (додаток Е). В табл. 1.9 продемонстрована географічна структура експорту компанії.

Таблиця 1.9

Географічна структура експорту ПрАТ «Оболонь» на період 2015-2019 рр.

Країна	Експорт, млн. дал.					Частка від обсягу експорту, %				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
Країни ЄС	4,83	4,92	4,22	5,11	5,94	20,50	25,19	24,83	26,15	28,54
Країни СНД	7,12	4,62	4,37	4,78	4,40	30,22	23,61	25,76	24,51	21,12
Країни Близького Сходу	3,41	3,12	2,52	2,93	3,18	14,46	15,95	14,87	15,03	15,29
Країни Азії	1,80	1,58	1,46	1,82	2,13	7,64	8,12	8,59	9,35	10,25
Країни Північної Америки	2,61	1,60	1,38	1,38	1,43	11,08	9,64	8,16	7,11	6,89
Країни Африка	0,24	0,35	0,35	0,55	0,64	1,02	1,83	2,12	2,84	3,10
Інші	3,55	3,06	2,66	2,93	3,08	15,08	15,66	15,67	15,01	14,81

Джерело: побудовано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Республіка Білорусь, Республіка Польща та Республіка Молдова довгий час мали найбільший відсоток імпортованої продукції ПрАТ «Оболонь». Але

незважаючи на це, частка від обсягу експорту в країни СНД почала зменшуватись протягом 2015-2019 рр. В основному це спричинено тим, що країни СНД, а особливо Республіка Білорусь та Республіка Молдова, почали вводити різноманітні обмеження на імпортовану продукцію.

Так, Республіка Білорусь з 1 травня 2014 року ввела ліцензування пива для країн-імпортерів, що не входять до митного союзу ЄАЕС. Це призвело до зменшення об'ємів імпорту пива ПрАТ «Оболонь» на ринок Республіки Білорусь на 41,7%. Проте попри обмеження, ринок країн СНД все ще є одним з найбільш пріоритетних і вигідних ринків через їх географічне розташування.

Але через дані негаразди компанія «Оболонь» змінила свій вектор експортування на країни Європейського Союзу, основними ринками збуту там є Чехія та Хорватія.

Також доволі перспективними є ринки Азії та Африки. ПрАТ «Оболонь» вийшла на ринок Китайської Народної Республіки в 2011 році, і наразі нарощує кількість експортних поставок пива до КНР.

Крім цього, пробні поставки вже здійснені до Республіки Конго. В 2013 році були здійснені перші поставки в Арабську Республіку Єгипет та Республіку Код-д'Івуар.

ПрАТ «Оболонь» вже довгий час є одним із найбільших експортерів пива та безалкогольних напоїв в Україні. Крім цього, компанія працює ще на трьох споживчих ринках, які мають значний потенціал для компанії.

Основними ринками для ПрАТ «Оболонь» наразі є: ринок пива, ринок безалкогольних напоїв, ринок мінеральної води, ринок слабоалкогольних напоїв та ринок снеків. Також найближчим часом компанія «Оболонь» планує вийти на новий, шостий ринок – ринок енергетичних напоїв [3].

Наразі серед товарних ринків ПрАТ «Оболонь» найбільшим є ринок пива. Але кожен з вищезазначених ринків має свої визначні особливості та актуальність в певні періоди.

Основні товарні ринки та їх характеристика представлені на рис. 1.1.

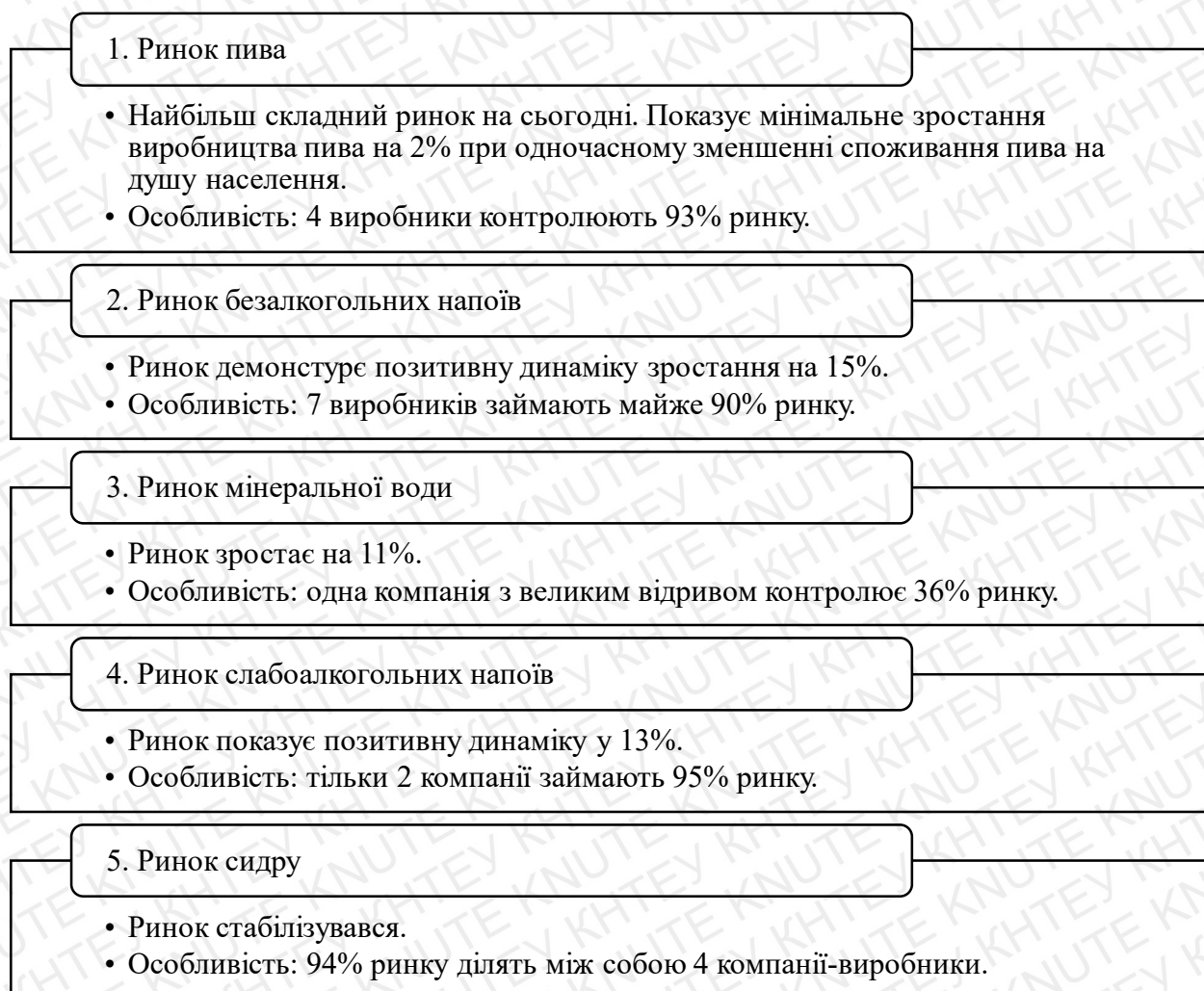


Рис 1.1. Товарні ринки ПрАТ «Оболонь»

Джерело: побудовано автором на основі [3]

Тобто, відповідно до вищенаведеного рисунку, найбільш перспективними ринками для ПрАТ «Оболонь» наразі є ринок безалкогольних напоїв, ринок мінеральної води та ринок слабоалкогольних напоїв. Ринок пива наразі втрачає свої лідерські позиції, на ньому важче розвиватися виробникам.

Втім, незважаючи на певний спад популярності пивоварної продукції, пиво все ще є основним товаром у структурі експорту компанії. Станом на 2019 рік частка експорту пива складає 59%. Частка експорту безалкогольних напоїв складає 23%, а частка мінеральної води – 15%. Частка експорту інших видів продукції є меншою за 3%.

На рис. 1.2 представлена структура товарного портфелю корпорації «Оболонь» станом на 2019 рік.

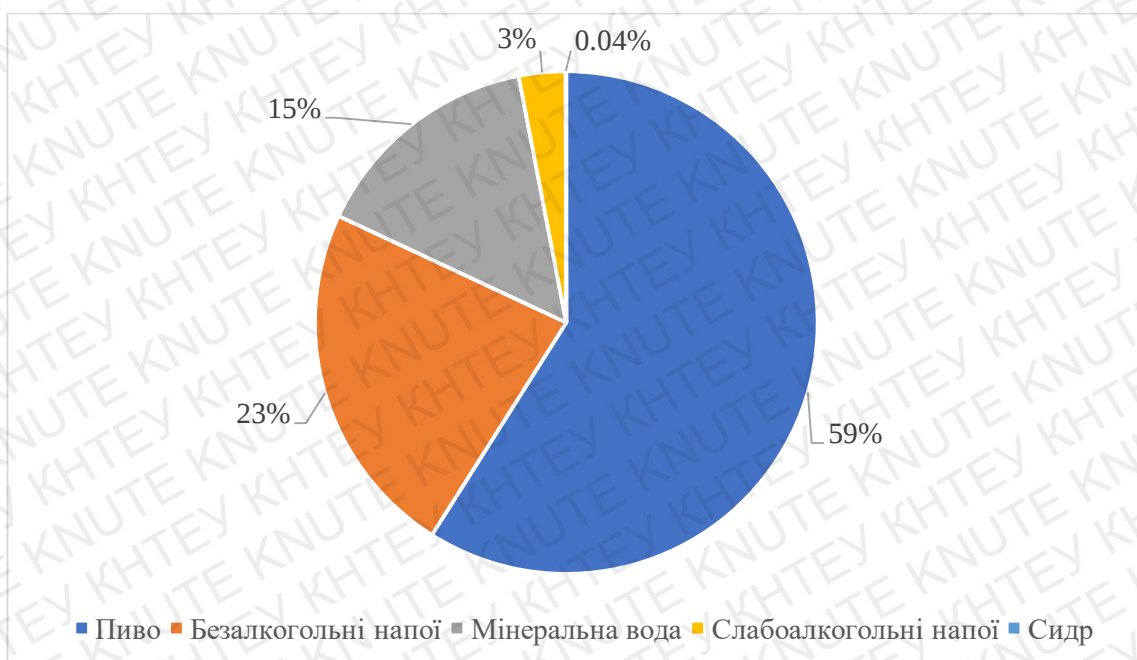


Рис. 1.2. Структура товарного портфелю ПрАТ «Оболонь» станом на 2019 рік
Джерело: побудовано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Наступним важливим кроком в аналізі зовнішньоекономічної діяльності компанії «Оболонь» є товарна структура експорту, яка представлена в табл. 1.10.

Таблиця 1.10

Товарна структура експорту ПрАТ «Оболонь» на період 2015-2019 рр.

Вид продукції	2015		2016		2017		2018		2019	
	млн. дал.	пит. вага, %	млн. дал.	пит. вага, %	млн. дал.	пит. вага, %	млн. дал.	пит. вага, %	млн. дал.	пит. вага, %
Пиво	16,02	68	12,33	63	11,04	65	11,72	60	12,29	59
САН	0,70	3	0,58	3	0,42	2,50	0,59	3	0,63	3
БАН	4,94	21	4,70	24	4,16	24,50	4,88	25	4,79	23
Мінеральна вода	1,88	8	1,96	10	1,35	8	2,34	12	3,12	15
Разом	23,56	100%	19,57	100%	16,98	100%	19,54	100%	20,83	100%

Джерело: побудовано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Аналізуючи приведені дані, можемо констатувати, що найбільшу частку експорту становить пиво. Проте динаміка даної продукції є доволі нестабільною. Кількість експортованої продукції за останні чотири роки значно зменшилась, порівняно з 2015 роком. Але вже з 2019 року спостерігається певне покращення в динаміці.

Причинами скорочення обсягів реалізації пивоварної продукції стали:

- складна макроекономічна ситуація в країні;

- девальвація національної валюти;
- значне підвищення цін на сировину, що використовується у виробництві пива;
- зниження купівельної спроможності населення.

Наступним видом продукції за величиною експортованої частки є безалкогольні напої. Протягом 2015 – 2019 років їх частка експорту коливалась в межах 20 – 25%. Проте сам експорт даної продукції залишається доволі стабільний протягом п'яти років. Подібна стабільність спостерігається і у слабоалкогольних напоїв, частка яких не змінюється протягом останніх років.

Найкращу динаміку демонструє мінеральна вода. За останні два роки її частка збільшилась з 8% до 15%. Темп приросту мінеральної води в 2019 році становить 33,3%.

За умови правильного планування експортно-імпортних операцій підприємство може отримати значні фінансові результати. Основною задачею компанії, в даному випадку, є правильна організація зовнішньоекономічної діяльності. Однією із основних складових успішного планування експортно-імпортних операцій є вивчення ринкового середовища компанії загалом, і аналізі діяльності конкурентів. І у разі правильного виконання аналізу різноманітних чинників з'явиться можливість розробки плану, який би сприяв отриманню збільшених прибутків, і який би задовольняв компанію в цілому.

Тому проведемо аналіз ринкового середовища підприємства.

Для дослідження діяльності ПрАТ «Оболонь» нами було обрано ринок безалкогольних напоїв, так як після аналізу споживчих ринків ми дійшли до висновку, що даний ринок наразі є найбільш перспективним для компанії та демонструє позитивну динаміку.

До групи безалкогольних напоїв відносять:

- мінеральні води (з підсолоджувачами або з ароматизаторами);
- прохолодні напої або газовані безалкогольні напої (типу лимонад, сидро та інші);

- безалкогольні напої спеціального призначення (діабетичні, дієтичні та інші);
- квас;
- напої, виготовлені на основі молока, какао, чаю та інші напої, які є готовими до споживання.

В асортименті компанії «Оболонь» з вищеперерахованих позицій присутні прохолодні напої або газовані безалкогольні напої – води з додаванням цукру і речовин підсолоджувальних чи ароматизуючих. Також в сегменті БАН компанія «Оболонь» має два види квасу.

На світовому ринку безалкогольних напоїв простежується тенденція до падіння попиту на даний вид продукції. Серед основних причин такого спаду продажів виділяють: популяризація здорового образу життя серед світового населення та зростання цін на продукцію.

Але попри світові тенденції, в Україні споживання газованих безалкогольних напоїв з кожним роком лише підвищується. В 2013 році через нестабільний економічний стан, виробництво БАН пішло на спад, але вже з 2015 року ринок стабілізувався, і протягом останніх п'яти років спостерігається стійке зростання. Дані тенденції зображені на рис. 1.3.

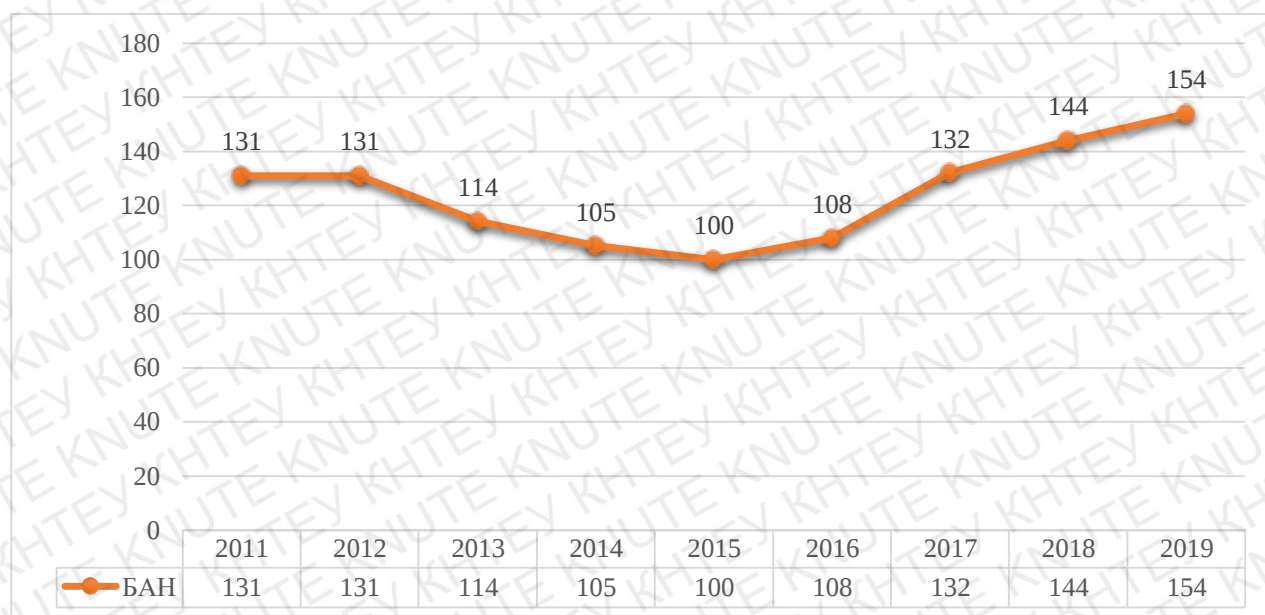


Рис. 1.3. Обсяги виробництва БАН в Україні у 2011-2019 роках, млн. дал.

Джерело: побудовано автором на основі [6]

У зв'язку із розвитком українського ринку безалкогольних напоїв, спостерігається і збільшення конкуренції серед виробників БАН. Наразі на ринку БАН представлено більше 150 виробників продукції, як вітчизняного так й іноземного походження.

ПрАТ «Оболонь» є одним з найбільших виробників БАН та має чималу частку ринку БАН, тобто їх продукція є конкурентоспроможною навіть серед іноземних компаній. На рис. 1.4 представлені частки основних гравців БАН на українському ринку. Наразі основними конкурентами ПрАТ «Оболонь» є ТОВ «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед», які мають частку ринку більшу за компанію «Оболонь», і ТОВ «Сандора» та ТОВ «Аквапласт».

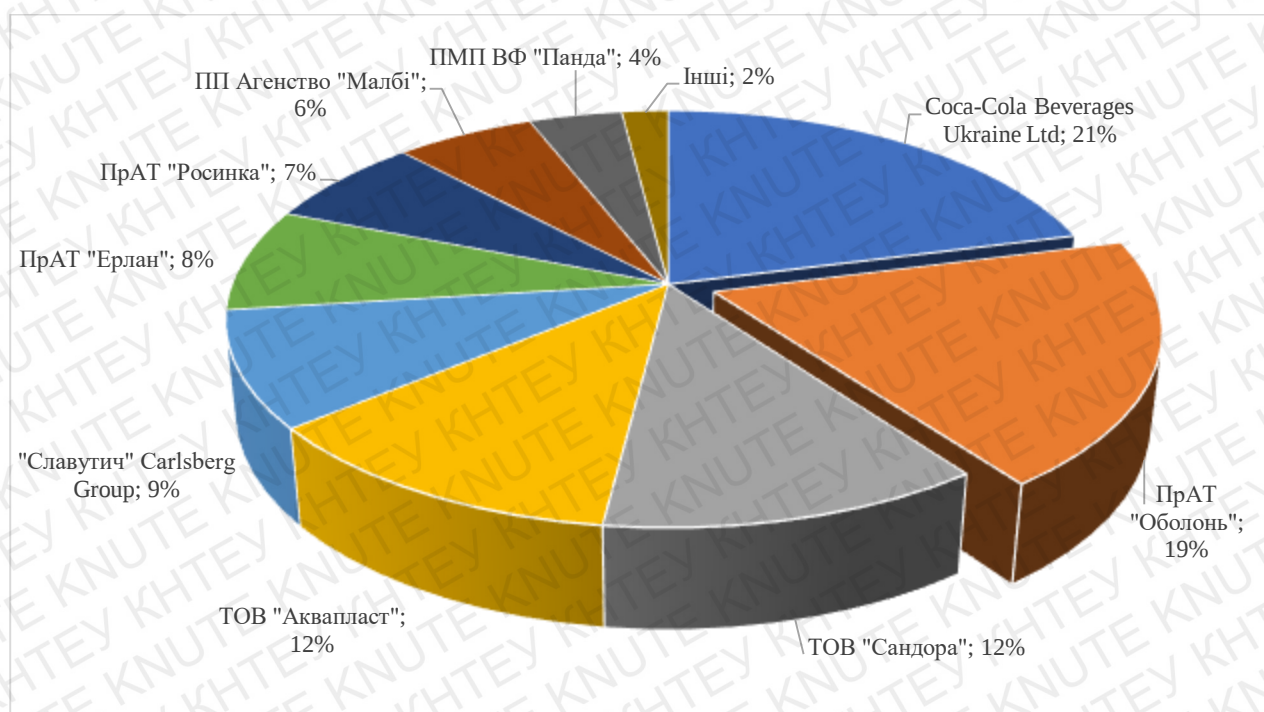


Рис. 1.4. Частки основних гравців ринку БАН в Україні у 2019 році

Джерело: побудовано автором на основі [3]

В асортиментній лінійці безалкогольних напоїв корпорації «Оболонь» представлено серія напоїв торгової марки (ТМ) «Живчик», ТМ «Smart Cola», серія напоїв ТМ «Lemonissimo Lemonata», серія ностальгічних напоїв («Лимонад», «Ситро»), квас живого бродіння «Старокиївський», сучасна серія напоїв («Ріо-де-Мохіто», «Оболонь Лайм») [24].

І хоча виробництво пива і є основним видом діяльності компанії «Оболонь», проте виробництво та реалізація безалкогольних напоїв є досить

успішним видом діяльності компанії. Зокрема і експортна діяльність компанії за даним видом продукції має позитивну тенденцію, що представлено в табл. 1.11.

Таблиця 1.11

Обсяги експорту безалкогольних напоїв ПрАТ «Оболонь», 2015-2019 рр.

Рік	Обсяги експорту			Темп приросту експорту БАН в грошовій формі, %
	в кількісній формі, млн. дал.	в грошовій формі, тис. грн.	Частка від загального експорту, %	
2015	4,94	288 939	21,00	-
2016	4,70	310 459	24,00	7,45
2017	4,16	352 775	24,50	13,63
2018	4,88	408 932	25,00	15,92
2019	4,79	414 892	23,00	1,46

Джерело: побудовано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Протягом останніх п'яти років ПрАТ «Оболонь» безупинно нарощує кількість експортованих безалкогольних напоїв. Певне зменшення спостерігалось лише у 2017 році, проте вже з 2018 року компанія значно збільшила свої темпи експорту (на 15,92%), і вийшла на попередній рівень експортування продукції. Прибуток від такого експорту стабільно зростає щороку. Тому даний сегмент є доволі перспективним для компанії в майбутньому.

1.3. Дослідження ефективності експортних операцій ПрАТ «Оболонь»

Експортна діяльність ПрАТ «Оболонь» є доволі широкою, і розповсюджується на велику кількість країн. Проте є необхідним визначити, наскільки потрібним і доцільним є здійснення зовнішньоекономічної діяльності для компанії, чи можливо їй краще працювати на внутрішньому ринку.

Так як діяльність ПрАТ «Оболонь» є диверсифікованою, компанія має широкий асортимент на різних континентах і країнах, доцільним буде провести аналіз ефективності експортних поставок на ринки, на яких працює компанія.

Оскільки нами було обрано сегмент безалкогольних товарів як найбільш перспективний для компанії, то і ефективність поставок будемо розраховувати саме для даного виду продукції (табл. 1.12).

Ефективність поставок безалкогольних напоїв на основні ринки збуту**ПрАТ «Оболонь» за 2019 рік**

Ринок	Обсяг, л.	Ціна реалізації за одиницю, дол. США	Собівартість виробництва партії товару, дол. США	Сума контракту, дол. США	Витрати на реалізацію експортної продукції, дол. США	Коефіцієнт ефективності
Країни ЄС	663000	1,21	464 156	802 230	137 795	1,33
Країни СНД	458000	0,98	247 450	448 840	122 667	1,21
Країни Близького Сходу	421 000	0,75	157 350	315 750	112 592	1,17
Країни Азії	268 000	1,12	148 176	300 160	112 622	1,15
Країни Північної Америки	122 000	1,06	101 940	129 320	18 080	1,08
Країни Африка	82 000	0,69	43 500	56 580	12 390	1,01

Джерело: побудовано автором за даними ПрАТ «Оболонь»

Згідно з даними ПрАТ «Оболонь», станом на 2019 рік найбільша кількість експортних поставок безалкогольних напоїв здійснюється в країни ЄС та країни СНД. Поставки в дані країни є доволі масштабними. До того ж, аналізуючи ефективність здійснення експортних операцій в дані регіони, було визначено, що і ефективність таких поставок є найвищою, особливо до країн ЄС.

Дана тенденція може бути зумовлена географічною близькістю України з даними регіонами, схожими смаками споживачів, відносно меншими транспортними витратами та вигідними цінами на даних ринках. Також доволі висока ефективність спостерігається і в країнах Близького Сходу, країнах Азії та в країнах Північної Америки.

Ефективність поставок до країн Азії та Північної Америки переважно зумовлена високою вартістю товарів, тому навіть менші партії є доволі вигідними. А ефективність поставок до країн Близького Сходу викликана великим обсягом експортованої продукції за демократичним цінами та унікальністю продукції для місцевого ринку.

Наразі найменш ефективним для здійснення експортних операцій є ринок Африки, адже даний ринок має доволі низьку ціну та високі витрати, які переважно зумовлені високими логістичними затратами. І хоча експортні поставки в даний регіон все ще є вигідними, проте компанії слід переглянути свою цінову політику для даних країн або загалом доцільність експорту в даний регіон.

Показники, які характеризують ступінь ефективності ЗЕД для підприємства, доцільно розраховувати перед укладанням певної угоди, при плануванні діяльності, а також з метою оцінювання ефективності експортних операцій за попередній період [27].

Тому для дослідження ефективності планування експортних операцій і доцільності здійснення майбутніх експортних операцій ПрАТ «Оболонь» необхідним є дослідження і визначення ефективності вже існуючого контракту.

Як було зазначено раніше, ПрАТ «Оболонь» здійснює експортну діяльність по такій продукції як: пиво, безалкогольні напої, слабоалкогольні напої, мінеральна вода, тощо. Однією з найбільш перспективних статей експорту є безалкогольні напої. Саме тому нами було досліджено ефективність експорту одного із видів безалкогольних напоїв компанії, а саме напій «Оболонь Лимонад», на основі існуючого контракту.

Для дослідження експортної діяльності компанії вирішено розглянути контракт з Об'єднаними Арабськими Еміратами.

Контракт, наведений у додатку Ж був підписаний з компанією Об'єднаних Арабських Емірат «LeWinkel» 21.11.19, на суму 8 361,6 дол. США. ПрАТ «Оболонь» експортувало напій «Оболонь Лимонад» у кількості 1200 дал., за ціною 6,96 дол. США за дал.

Щоб детальніше дослідити механізм здійснення експортних операцій ПрАТ «Оболонь», розрахуємо ефективність експорту лимонаду в Об'єднані Арабські Емірати. Більш детальні умови угоди експорту товару наведені в табл. 1.13.

Умови угоди експорту товару в Об'єднані Арабські Емірати

Найменування умови	Дані
Найменування товару	Напій безалкогольний сильногазований «Оболонь Лимонад», 1 л.
Код УКТ ЗЕД	2202 10 00 00
Країна-імпортер	Об'єднані Арабські Емірати
Ціна товару за одиницю, дол. США	6,968
Загальна кількість, дал.	1200
Умови постачання	FOB Одеса
Курс НБУ на час здійснення платежів, грн./дол.	24,180

Джерело: побудовано автором на основі даних додатку Ж

Вартість лимонаду на внутрішньому ринку України станом на 21.11.19 складала 15,5 грн. за 1 л, тобто 1 декалітр коштував 155 грн.

На основі вище наведених даних (табл. 1.13), розрахуємо ефективність існуючої зовнішньоторговельної експортної операції (табл. 1.14).

Таблиця 1.14

Визначення ефективності експорту

Показники	Результати розрахунку
Кількість одиниць товару, дал.	1200
Контрактна ціна, дол./дал.	6,97
Контрактна вартість, дол.	8 361,60
Курс валюти, грн./дол.	24,18
Обсяг реалізації, грн.	202 183,50
Виробнича собівартість партії, грн.	125 303
Додаткові витрати, пов'язані з експортом партії товару, грн.	21 650
Витрати, пов'язані з реалізацією товарів на внутрішньому ринку, грн.	12 221
Ціна реалізації на зовнішньому ринку, грн./дал.	168,49
Ціна реалізації на внутрішньому ринку, грн./дал.	155
Прибуток від операції, грн.:	
- при продажу на зовнішньому ринку	55 230,50
- при продажу на внутрішньому ринку	48 476
Ефективність експортної операції, %:	137,58
Ефективність реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку, %:	126,57

Джерело: розраховано автором на основі даних додатку Ж

Отже, за даними проведених вище розрахунків, можна зробити висновок, що експортна операція, яку здійснює ПрАТ «Оболонь» є ефективною, адже було визначено, що експортувати продукцію буде вигідніше на 11,01% ($137,58\% > 126,57\%$), ніж реалізувати на внутрішньому ринку. Тому компанії буде

доцільним розвивати і розширювати експортну діяльність надалі та розробляти нові контракти. Крім того, в табл. 1.15 продемонстровано основні показники ефективності експортної діяльності підприємства.

Таблиця 1.15

Показники ефективності експортної діяльності підприємства

Показник	Формула	Розв'язок	Результат
Валютна ефективність експорту (Е _{вал.ек.}), дол./грн.	$= \frac{\sum_{i=1}^m E_{\text{вал.ек.}} \cdot C_{\text{ек.і.}} \times Q_{\text{ек.і.}}}{\sum_{i=1}^m B_{\text{ек.і.}} \times Q_{\text{ек.і.}}}$	$E_{\text{вал.ек.}} = \frac{0,70 \times 12000}{12,25 \times 12000}$	0,06
Рентабельність експортної операції (Р _{екс.оп.}), %	$= \frac{P_{\text{екс}} \times (1 - C_{\text{оп}})}{C_{\text{екс}}} \times 100$	$= \frac{202183,50 \times (1 - 0,18)}{125303 + 21650} \times 100$	112,82

Джерело: розраховано автором на основі даних таблиці 1.14

Аналізуючи показник валютної ефективності експорту ПрАТ «Оболонь», можна дійти до висновку, що експортна операція компанії є ефективною, адже показник валютної ефективності експорту є більшим за обернений валютний курс, адже обернений валютний курс на час проведення контракту становив 0,04 дол./грн.

Рентабельність експортної операції демонструє, що на кожні 100 грн. витрат припадає 112,82 грн. доходу з урахуванням оподаткування. Тобто дана експортна операція є вигідною для ПрАТ «Оболонь».

Отже, враховуючи весь попередній аналіз, можна дійти до висновку, що компанія за останні п'ять років часто потрапляла в кризові ситуації, і зазнавала збитків. Особливо даний стан прослідковується в 2015, 2016 та 2018 роках. Проте вже в 2019 році ПрАТ «Оболонь» поступово почало отримувати позитивні результати від своєї діяльності. І якщо компанія збереже подібний темп і в наступні роки, то вже скоро вона може досягти необхідних їй значень прибутковості.

Висновки до розділу 1

У даному розділі було охарактеризовано основну діяльність ПрАТ «Оболонь», проведено аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності підприємства, зокрема експортної діяльності.

Аналіз фінансового стану підприємства показав, що підприємство, попри періодичні кризові ситуації, в цілому має позитивну динаміку по більшості ключових показників в останні роки. В 2019 році прослідковуються позитивні тенденції розвитку, покращені темпи зростання, порівняно з попередніми роками діяльності компанії.

Показники рентабельності компанії «Оболонь» є доволі мінливими, і часто мали від'ємне значення, але в 2019 році компанія має вже позитивні показники.

Показники ділової активності компанії мають тенденцію до зростання, в 2019 році деякі показники демонстрували найбільше зростання за останні п'ять років. Позитивна тенденція в 2019 році спостерігається і у групи показників ліквідності та платоспроможності, і показників фінансової стійкості. Тобто стан компанії за 2019 рік нарешті покращився та стабілізувався.

Також була проаналізована зовнішньоекономічна діяльність компанії, особливості її функціонування. В ПрАТ «Оболонь» спостерігається стабільне підвищення експортної діяльності та нарощується експортний потенціал. Було проаналізовано географічну і товарну структуру експорту, товарні ринки на яких функціонує компанія. Було визначено, що найбільш перспективними ринками для експорту наразі є ринок безалкогольних напоїв та мінеральної води. Тому за основу дослідження було обрано ринок безалкогольних напоїв, розглянуто тенденції розвитку світового та національного ринку безалкогольних напоїв, його особливості, динаміку та перспективи.

Крім того, було визначено, що ПрАТ «Оболонь» проводить ефективну зовнішньоекономічну діяльність, а саме експортні операції. Тож компанія має змогу в подальшому виходити на нові ринки та розширювати напрямки експортної діяльності.

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

2.1. Обґрунтування пропозицій щодо плану виробництва та реалізації експортної продукції на ПрАТ «Оболонь»

План виробництва і реалізації експортної продукції являє собою систему адресних завдань з виробництва і доставки продукції іноземним споживачам у розгорнутій номенклатурі та асортименті, відповідної якості й у встановлені терміни згідно з договорами поставок [8, с. 78].

Однією з головних задач планування діяльності підприємства є саме ефективне планування виробництва та реалізації експортної продукції. Такий план допомагає організувати та управляти експортними операціями, формує цілі експорту та регулює напрямки розвитку підприємства в цілому.

Для подальшого розвитку кожному підприємству необхідно заздалегідь розробити план виробництва і реалізації експортної продукції та прорахувати найбільш вигідні варіанти для виходу на нові ринки, які дозволять мінімізувати витрати та збільшити ефективність експортних операцій.

Вихід на нові ринки є необхідним для ПрАТ «Оболонь», адже підприємство обрало стратегію диверсифікації в експортній діяльності, тому компанія повинна і надалі розширятися для отримання конкурентних переваг на кожному географічному ринку збуту.

При плануванні виробництва та реалізації експортної продукції підприємства необхідно правильно визначати потребу в експортній продукції, що випускається, і обґрунтовувати обсяги її виробництва попитом споживачів, узгоджувати натуральні й вартісні показники обсягів виробництва і реалізації експортної продукції та забезпечувати підприємства ресурсами відповідно до плану виробництва та реалізації експортної продукції [9, с. 159].

Послідовність розробки плану виробництва і реалізації експортної продукції наступна:

- 1) визначається номенклатура й асортимент продукції, яка виготовляється;

- 2) формуються необхідні обсяги постачання;
- 3) виробничою потужністю обґрунтовується обсяг виробництва по окремих товарах;
- 4) в залежності від виробничої потужності, обсягу постачання і вартості визначається обсяг виробництва кожного виробу в натуральному вираженні;
- 5) загальний обсяг випуску продукції у вартісному вираженні розраховується за номенклатурними групами;
- 6) розробляються необхідні методи для реалізації даної програми;
- 7) оцінюється ефективність створеного плану.

За послідовністю плану виробництва та реалізації продукції спочатку доцільним буде обрати номенклатуру та асортимент експортованої продукції.

Так як нами вже було визначено, що наразі для ПрАТ «Оболонь» одним з найбільш перспективних напрямків є реалізація безалкогольних напоїв, то саме дану категорію продукції ми будемо розглядати і надалі. Але компанія «Оболонь» має чимало видів безалкогольної продукції, тому необхідно обрати найбільш вигідний варіант для експорту на нові ринки.

Для дослідження найбільш вигідного для експорту товару доцільним буде провести аналіз товарного портфелю компанії за допомогою матриці БКГ, яка є доволі дієвим інструментом для аналізу і планування діяльності підприємства.

Наразі в асортименті компанії до сегменту БАН належать такі бренди:

- ТМ «Живчик»;
- ТМ «Smart Cola»;
- серія напоїв ТМ «Lemonissimo Lemonata»;
- серія смачної класики ТМ «Оболонь» («Лимонад», «Ситро», «Оболонь Лайм»);
- квас живого бродіння ТМ «Старокиївський»;
- ТМ «Ріо-де-Мохіто».

Для більш поглибленого аналізу торгових марок безалкогольних напоїв ПрАТ «Оболонь» проаналізуємо їх за допомогою матриці БКГ (рис. 2.1).

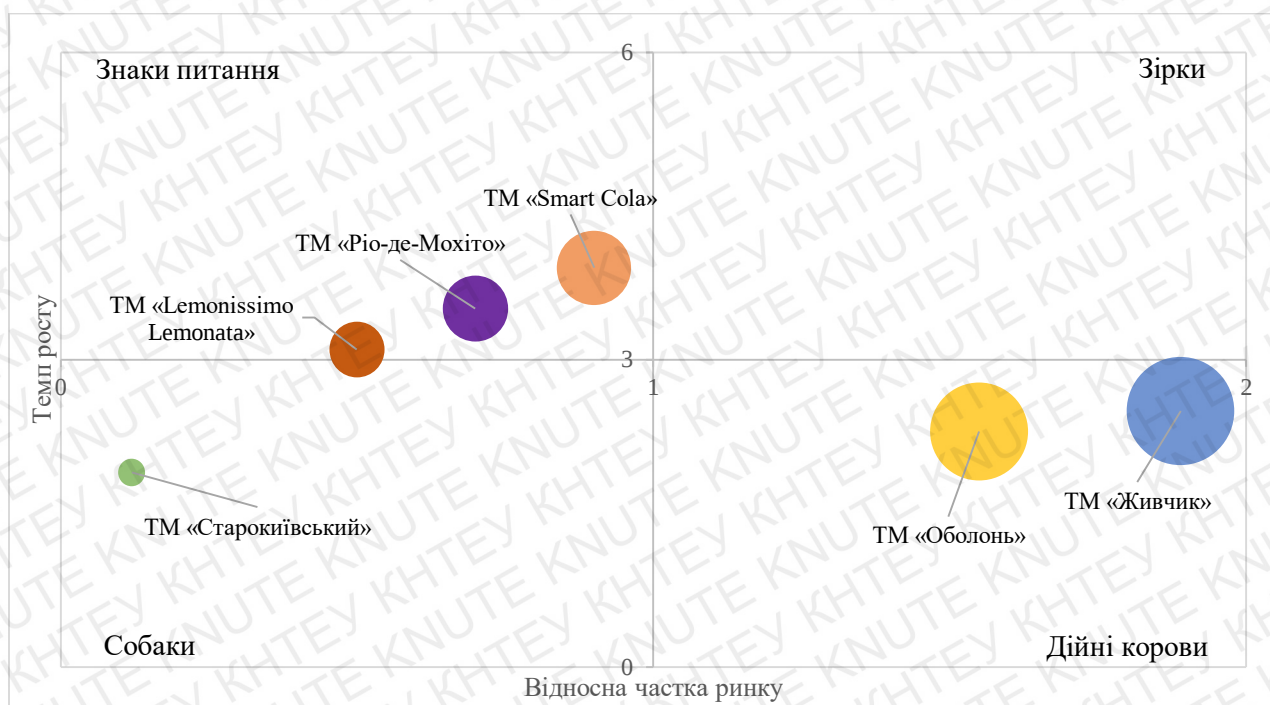


Рис. 2.1. Матриця БКГ торгових марок безалкогольних напоїв ПрАТ «Оболонь»

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Оболонь»

Аналізуючи рис. 2.1, можна дійти до висновку, що портфель торгових марок ПрАТ «Оболонь» є доволі збалансований. Відповідно до побудованої матриці БКГ, наразі у ПрАТ «Оболонь» відсутні «Зірки» серед безалкогольних напоїв. Це означає, що необхідно створити хоча б один продукт в даній категорії для отримання значних прибутків. Тому необхідно роздивитися можливість розвитку брендів з категорії «Знаки питання», а саме: ТМ «Smart Cola», ТМ «Lemonissimo Lemonata», ТМ «Ріо-де-Мохіто», в «Зірки». Для цього потрібно укріпити конкурентні переваги торгових марок, вибудувати дистрибуцію та підвищити впізнаваність товару. У випадку неможливості розвитку вже існуючих «Знаків питання» в «Зірки», необхідно розглянути створення нових товарних категорій, які матимуть змогу зайняти це місце. Також у компанії присутня торгова марка, яка знаходиться у категорії «Собаки», тобто бренд з доволі низькою рентабельністю. Від товарів даної категорії переважно позбавляються або проводять ребрендинг.

І наразі найбільш вигідною категорією є «Дійні корови». Товари даної категорії приносять значні прибутки, хоч і не з високими темпами росту. Такі товари приносять основну частку від продажів підприємства. Основна ціль для

таких товарів – утримати ринкове положення. Тому експортувати такі товари доволі вигідно, це дозволить збільшити кількість продажів та зберегти положення торгової марки на ринку. І так як основну частку продажів та прибутків компанії «Оболонь» становить саме ТМ «Живчик», основну увагу слід приділити саме даному бренду.

Одним з ключових брендів ПрАТ «Оболонь» є ТМ «Живчик». Продукція даного бренду користується популярністю як в Україні, так і на закордонних ринках. Експорт даного напою на нові ринки буде найбільш доцільним, адже даний товар охоплює найбільшу групу споживачів і має оригінальний смак.

Проте для більш детального аналізу доцільності виходу на нові ринки з даною торговою маркою, потрібно розробити SWOT-аналіз (табл. 2.1). Даний аналіз допоможе зрозуміти чи буде ефективним вихід на ринки з даною продукцією, визначить слабкі та сильні сторони бренду, і допоможе в процесі розробки шляхів виходу на зовнішні ринки для підприємства.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз ТМ «Живчик»

Сильні сторони	Слабкі сторони
– імідж надійного виробника та тривалий досвід роботи на внутрішньому і зовнішніх ринках – високий рівень підтримки бренду для просування на зовнішніх ринках (великий обсяг фінансових ресурсів, значні витрати на маркетингові заходи) – позиціонування продукту як корисного напою, який містить рослинні екстракти	– високий рівень конкуренції від іноземних брендів, таких як ТМ Coca-Cola, ТМ Pepsi Co та інших – тенденція на скорочення споживання БАН на світовій арені через популяризацію здорового способу життя
Можливості	Загрози
– зменшення собівартості продукції завдяки розвитку НТП, розробці нових способів виготовлення та нової упаковки – впізнаваність на іноземних ринках завдяки географічній диверсифікації продукції, і впізнаваності серед туристів і мігрантів з України – зацікавленість іноземних партнерів в інвестуванні в ТМ «Живчик» – розширення асортименту з метою адаптації до нових ринків	– збільшення собівартості продукції через подорожчання сировини, методів логістики, тарифів на електроенергію – збільшення конкуренції на нових ринках, порівняно з вітчизняними

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Оболонь»

Тобто, виходячи з даного аналізу, експортування ТМ «Живчик» має більше переваг ніж недоліків, тому для подальшого планування виробництва і реалізації експортної продукції ПрАТ «Оболонь» обираємо саме продукцію ТМ «Живчик».

Товарами для експорту буде обрано «Живчик Яблуко» та «Живчик Груша», які є найбільш популярними продуктами ТМ «Живчик»

Наступним кроком плану виробництва і реалізації продукції є формування необхідних обсягів постачання, визначення виробничої потужності та обсягу виробництва кожного виробу в натуральному вираженні.

За даними компанії, виробничі потужності на сьогоднішній день завантажені на 80%, бо велику конкуренцію безалкогольним напоям ПрАТ «Оболонь» складає «Coca-Cola Beverages Ukraine Ltd.». Тому для майбутніх постачань ми можемо використовувати недозавантажені потужності.

Тобто реалізацію додаткової поставки доцільно здійснити шляхом додаткового виробництва експортного обсягу, що є можливим через існування значного попиту на внутрішньому ринку та резервом використання виробничих потужностей заводу.

Для початку діяльності компанії на новому ринку реалізації доцільним буде розрахувати можливі обсяги поставок та виробництва для пробної (першої) партії постачання. Як вже було визначено, для перших постачань буде використовуватися продукція ТМ «Живчик». Можливі обсяги поставок будемо формувати на основі вже існуючих об'ємів партій ТМ «Живчик» в країні ЄС.

Для першого контракту з новою країною ПрАТ «Оболонь» зможе укласти угоду на поставку лимонаду «Живчик» однією фурую з вантажопідйомністю 20 тонн солодкої газованої води. Розрахуємо який додатковий обсяг даного продукту необхідно буде виробити підприємству, якщо навантаження лимонаду проводитиметься на палети. На один палет поміщається 70 поліетиленових пакувань по 1 л. (12 пляшок міститься в поліетиленовому пакуванні), при цьому кількість пелетів, що вміщує фура вантажопідйомністю до 20 тонн становить 22 палета.

Тоді для наповнення однієї фури лимонадом ТМ «Живчик» місткістю 1 л. необхідно виготовити:

$$(70 \times 22 \times 12) = 18480 \text{ пляшок} = 18,48 \text{ тис. л. (по 9240 л. кожного виду).}$$

Тобто, за проведеними вище розрахунками, оптимальна кількість запланованих обсягів виробництва товарів ТМ «Живчик» для виходу на новий ринок становить 18480 л.

Далі нам необхідно прорахувати загальний обсяг випуску продукції у вартісному вираженні. Для цього нам необхідно запланувати можливу ціну для експорту на новий ринок. Це можна зробити за допомогою конкурентного листа.

Для формування конкурентного листа необхідно визначити майбутні умови поставки продукції. Вигідною базисною умовою для майбутніх операцій є FCA (Free Carrier). Так на ПрАТ «Оболонь» полягає зобов'язання доставити товар лише до основного перевізника в зазначене місце, і надалі всі останні витрати та ризики бере на себе імпортер. Ця умова є досить вигідною для експортера, адже продавець мінімізує свої обов'язки та ризики. До того ж, ця умова є доволі поширеною, і більшість імпортерів погоджуються з її умовами.

Також для складення конкурентного листа і для подальшої співпраці з майбутнім імпортером, необхідно визначити валютно-фінансові умови контракту. При виборі валюти ціни для експортерів більш вигідною є «тверда» валюта, курс якої є стабільний і не знижується. Світова практика свідчить, що зазвичай при здійсненні операцій з країнами ЄС валютою ціни в розрахунках є євро. І так як ми будемо експортувати в країни ЄС, експорт з якими є найбільш вигідним, то валюта ціни та валюта платежу буде виражена в євро, що обумовлено доцільністю використання «твердої» валюти для обох сторін та прагненням європейського контрагента розраховуватися більш зручною для себе валютою.

І останнім необхідним елементом для складення конкурентного листа є умови оплати. Доволі вигідною для експортера є акредитивна форма розрахунків. Вона являє собою форму безготівкових розрахунків між покупцем і продавцем за товарно-матеріальні цінності та послуги за допомогою грошового

документа – акредитива. Акредитив – доручення банку здійснити на прохання клієнта оплату документів на користь експортера за умови виконання ним певних обов'язків. Акредитивна форма розрахунків належить до найбільш складних і дорогих. За її реалізацію банки беруть високі комісійні. В той же час для експортера розрахунки у формі акредитива є однією з найбільш вигідних форм розрахунку. Адже це форма розрахунків, яка зобов'язує банк провести платіж [26, с. 251-252].

Для складання конкурентного листа та визначення ціни контракту використовується пропозиція на поставку аналогічних товарів «USTRONIANKA SP. Z O.O.» (Польща) за 2019 р., «Britvic Ireland Ltd» (Ірландія) за 2018 р., та комерційна пропозиція «Refresco Benelux» (Нідерланди) за 2019 р. (табл. 2.2, табл. 2.3).

Таблиця 2.2

Конкурентні матеріали

№ з/п	Умови контракту	Конкурентні матеріали		
		«Refresco Benelux»	«Britvic Ireland Ltd»	«USTRONIANKA SP. Z O.O.»
1	Країна-експортер	Нідерланди	Ірландія	Польща
2	Ціна в валюті	0,89 €/л.	0,81 €/л.	0,61 €/л.
3	Джерело інформації	Комерційна пропозиція	ЗТК	ЗТК
4	Рік конкурентного матеріалу	2019	2018	2019
5	Базисні умови поставки	CIP Бухарест	DAT Бухарест	FCA Устронь
6	Форма розрахунку	Акредитив	Акредитив	Передплата 100%
7	Кількість (кг.)	18 000	20 000	16 000

Джерело: побудовано автором на основі конкурентних матеріалів підприємств

Додаткова інформація для проведення розрахунків:

- 1) Знижка на вторгування складає 10%;
- 2) Знижка за кількість 5% від 16 тис. л., 7% від 18 тис. л, 10% від 20 тис. л.;
- 3) Термін поставки з моменту розробки конкурентного листа - 1 місяць;
- 4) Індеси цін наведені за даними Міністерства фінансів України [16]:
2017 – 116,0%;
2018 – 117,1%;

2019 – 108,2%;

2020 – 101,5% (прогноз);

5) Транспортні та інші витрати:

- витрати на транспортування Марезен-Бухарест складають 6% ціни;
- витрати на страхування складають 7% ціни;
- витрати на транспортування Дублін-Бухарест складають 7% ціни;
- витрати на навантаження – 0,8% ціни;

6) Витрати покупця за акредитивною формою розрахунку 5,5%.

Таблиця 2.3

Конкурентний лист

№ з/п	Поправка	Умови майбутнього контракту	Конкурентні матеріали					
			«Refresco Benelux»		«Britvic Ireland Ltd»		«USTRONIANK A SP. Z O.O.»	
			дані	поп-равки	дані	поп-равки	дані	поп-равки
1	Ціна в єдиній валюті	€	0,890	-	0,810	-	0,610	-
2	Поправки							
2.1	Поправка на інфляцію, K1	2020	2019	-0,060	2018	-0,110	2019	-0,040
2.2	Поправки на базисні умови поставки, K2	FCA Київ	CIP Бухарест	-0,120	DAT Бухарест	-0,070	FCA Устронь	-
2.3	Поправки на умови оплати, K3	акредитив	акредитив	-	акредитив	-	100% передплата	+0,033
2.4	Поправки на кількість, K4	18480	18000	-	20000	+0,020	16000	-0,012
2.5	Поправка на торгування, K5	контракт	комерційна пропозиція	-0,090	контракт	-	контракт	-
3	Сума поправок			-0,270		-0,160		-0,019
4	Середня ціна	0,620						
5	Мінімальна ціна	0,590						
6	Затверджена ціна	0,620		0,620		0,650		0,590

Джерело: побудовано автором на основі конкурентних матеріалів підприємств

Розрахунок сумарної поправки передбачає визначення:

- поправки на інфляцію (приведення за терміном угоди) (K1);
- поправки на базисні умови поставки (K2);
- поправки на умови платежів (K3);
- поправки на кількість (K4);
- поправки на торгування (K5).

Сумарна поправка на комерційні умови розраховується шляхом додавання всіх зазначених поправок.

1) Приведення за терміном угоди (поправка на інфляцію) (K1).

Приведення конкурентних матеріалів здійснюється за такою формулою:

$$C_1 = C_0 \times \frac{I_1}{I_0}, \quad (2.1)$$

де C_1 – приведена ціна за терміном угоди;

C_0 – ціна, запропонована фірмою у конкурентному матеріалі;

I_1 – індекс цін на дату поставки за контрактом;

I_0 – індекс цін на запропонований у конкурентному матеріалі термін здійснення поставки.

Поправка на інфляцію розраховується за формулою:

$$K_1 = C_1 - C_0, \quad (2.2)$$

«Refresco Benelux» = $0,89 \times (101,50 : 108,20) = 0,83$ євро;

Поправка = $0,83 - 0,89 = -0,06$;

«Britvic Ireland Ltd» = $0,81 \times (101,50 : 117,10) = 0,70$ євро;

Поправка = $0,70 - 0,81 = -0,11$;

«USTRONIANKA SP. Z O.O.» = $0,61 \times (101,50 : 108,20) = 0,57$ євро;

Поправка = $0,57 - 0,61 = -0,04$.

2) Поправка на базисні умови поставки (K2).

Необхідно привести ціну за базисними умовами до FCA Київ:

FCA = CIF – витрати на транспортування, витрати на навантаження та витрати на страхування;

FCA = DAT – витрати на транспортування та витрати на навантаження;

CIP («Refresco Benelux») = $0,89 - 0,89 \times (0,06 + 0,07 + 0,008) = 0,77$ євро;

Поправка = $0,77 - 0,89 = - 0,12$;

DAT («Britvic Ireland Ltd») = $0,81 - 0,81 \times (0,07 + 0,008) = 0,74$ євро;

Поправка = $0,74 - 0,81 = - 0,07$.

3) Поправка на умови платежу (K3):

$$K3 = C_{\text{км}} \times C_{\text{вр}}, \quad (2.3)$$

де $C_{\text{вр}}$ – рівень витрат на здійснення розрахунків за обраною формою;

$C_{\text{км}}$ – ціна товару, надана у конкурентному матеріалі.

«USTRONIANKA SP. Z O.O.» = $0,610 \times 0,055 = + 0,033$.

4) Поправка на кількість (K4):

$$K4 = C_{\text{км}} \times (Z_{\text{км}} - Z_{\text{к}}), \quad (2.4)$$

де $Z_{\text{км}}$ – знижка на кількість за даними конкурентного матеріалу;

$Z_{\text{к}}$ – знижка за умовами майбутнього контракту.

«Britvic Ireland Ltd» = $0,83 \times (10\% - 7\%) = + 0,02$;

«USTRONIANKA SP. Z O.O.» = $0,610 \times (5\% - 7\%) = - 0,012$.

5) Поправка на торгування (K5):

«Refresco Benelux» = $0,89 \times 0,10 = - 0,09$.

Ціна контракту з урахуванням усіх поправок:

«Refresco Benelux» = 0,62 євро;

«Britvic Ireland Ltd» = 0,65 євро;

«USTRONIANKA SP. Z O.O.» = 0,59 євро.

Середня ціна контракту становить: $(0,62 + 0,65 + 0,59) : 3 = 0,62$ євро;
мінімальна ціна – 0,59 євро.

Затверджена ціна – 0,62 євро або 20,46 грн. за курсом 33 грн./євро. (за 1 л.)

Так як «Живчик Яблуко» і «Живчик Груша» є ідентичною продукцією, яка відрізняється лише смаком, ціна у даних товарів буде однаковою.

Розрахуємо повні витрати на виробництво запланованого обсягу продукції за допомогою табл. 2.4.

Планова калькуляція безалкогольного напою ТМ «Живчик», грн.

№ п/п	Калькуляційна стаття	Живчик Яблуко	Живчик Груша
		1 л.	1 л.
1.	Сировина та матеріали	7,21	7,21
2.	Паливо й енергія на технологічні цілі	3,15	3,15
3.	Основна заробітна плата	0,47	0,47
4.	Додаткова заробітна плата	0,21	0,21
5.	Відрахування на соціальне страхування	0,22	0,22
6.	Витрати на утримання та експлуатацією устаткування	0,22	0,22
7.	Загальновиробничі витрати	0,40	0,40
8.	Виробнича собівартість	11,88	11,88
9.	Адміністративні витрати	0,22	0,22
10.	Повні витрати	12,10	12,10
11.	Оптова ціна	20,46	20,46
12.	Прибуток	8,36	8,36
13.	Рентабельність	69,09	69,09

Джерело: складено на основі даних ПрАТ «Оболонь»

На основі даних табл. 2.4 визначимо повні витрати підприємства на виробництво майбутньої партії експортованої продукції:

$$9240 \times 12,10 + 9240 \times 12,10 = 111\,804 + 111\,804 = 223\,608 \text{ грн.}$$

Далі компанії необхідно розробити план виробництва експортної продукції для майбутнього контракту, визначити обсяг у вартісному виразі та визначити контрактну вартість. План виробництва експортної продукції за контрактом (у вартісному виразі) представлений в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

План виробництва експортної продукції за контрактом (у вартісному виразі)

Найменування товару	Обсяг у натуральному виразі, л.	Ціна, грн/л.	Собівартість, грн./л.	Повні витрати, грн.	Контрактна ціна, грн	Виробнича програма	
						л.	грн.
Живчик Яблуко	9240	20,46	12,10	111 804	189 050,50	9240	189 050,50
Живчик Груша	9240	20,46	12,10	111 804	189 050,50	9240	189 050,50
Всього						18480	378 101

Джерело: побудовано автором

Отже, згідно вищенаведеного аналізу, найбільш вигідною пропозицією для формування плану виробництва та реалізації експортної продукції для першого контракту є виробництво та поставка 18480 л. безалкогольного напою ТМ «Живчик» за ціною 20,46 грн./л. Загальний обсяг випуску продукції у вартісному виразі становитиме 378 101 грн.

2.2. Розробка експортного плану виходу на новий ринок ПрАТ «Оболонь»

Експортний план підприємства ПрАТ «Оболонь» складається з шести розділів, які представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Експортний план реалізації ПрАТ «Оболонь» безалкогольних напоїв на новий ринок

Розділ	Характеристика
1. Вибір нового ринку реалізації	порівняння потенційних ринків реалізації товару та вибір найбільш вигідного ринку для експорту продукції
2. Ознайомлення з основними показниками діяльності країни реалізації	ознайомлення з сучасним станом економіки країни реалізації, аналіз її основних макроекономічних показників
3. Специфіка функціонування ринку БАН в обраній країні	аналіз ринку безалкогольних напоїв в обраній країні, основних показників діяльності країни в сегменті БАН
4. Дослідження майбутнього ринку реалізації	визначення бар'єрів входження на ринок, необхідної сертифікації, основних каналів збуту та вибір методу встановлення контакту з майбутніми партнерами.
5. Логістика	визначення способу транспортування продукції
6. Стратегія входу на ринок	маркетинг та реклама

Джерело: побудовано автором

Першим кроком в формуванні експортного плану є вибір нового ринку для розширення експортної діяльності підприємства.

Продукція ПрАТ «Оболонь» представлена в 52 країнах, на більшості ключових ринків світу. Відповідно до аналізу, який представлений в табл. 1.12, найбільш ефективними ринками реалізації безалкогольних напоїв для ПрАТ

«Оболонь» є країни ЄС та країни СНД. Так як продукція компанії «Оболонь» представлена вже на всіх найбільших ринках країн СНД, а наразі їхньою основною метою є диверсифікація продукції та урізноманітнення споживчих ринків, то для ефективного експорту компанії необхідно розширюватися в межах країн ЄС.

Згідно звіту дослідницького агентства «IndexBox», країнами ЄС з найбільшими обсягами споживання безалкогольних напоїв у 2018 році були: Німеччина (11 млрд літрів), Велика Британія (8,4 млрд літрів) та Іспанія (5,3 млрд літрів), що разом становить 48% від загального споживання серед країн ЄС. За цими країнами слідували Франція, Польща, Італія, Румунія, Австрія, Угорщина, Чехія, Бельгія та Нідерланди, що разом становило ще 41% [35].

У вартісному вираженні найбільшими ринками безалкогольних напоїв в Європейському Союзі були Німеччина (5,9 млрд доларів), Велика Британія (5,6 млрд доларів) та Іспанія (4,8 млрд доларів), що складає 47% від загального ринку ЄС. Франція, Австрія, Італія, Польща, Бельгія, Нідерланди, Румунія, Угорщина та Чеська Республіка дещо відстали, разом склавши ще 42%.

Країнами з найвищим рівнем споживання безалкогольних напоїв серед країн ЄС на душу населення в 2018 році були Австрія (183 літри на людину), Угорщина (158 літрів на людину), Німеччина (138 літрів на людину), Бельгія (129 літрів на людину) та Румунія (121 літрів на людину). Найбільші імпортери безалкогольних напоїв серед країн ЄС наведені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Топ імпортерів безалкогольних напоїв серед країн ЄС, 2019 р.

№	Країна	Обсяг імпортованої продукції, тис. дол. США
1	2	3
1.	Німеччина	1 326 974
2.	Велика Британія	1 181 740
3.	Австрія	888 604
4.	Бельгія	860 581
5.	Нідерланди	800 161
6.	Франція	746 901
7.	Іспанія	365 097

Продовження табл. 2.7

1	2	3
8.	Швеція	308 450
9.	Італія	263 505
10.	Чехія	219 568
11.	Угорщина	177 957
12.	Словаччина	174 864
13.	Болгарія	149 865
14.	Румунія	139 334
15.	Данія	131 571

Джерело: побудовано автором на основі даних TradeMap [38]

Серед найбільш вигідних ринків та найбільших імпортерів безалкогольних напоїв, з якими ще не співпрацює ПрАТ «Оболонь» є ринки Республіки Австрія, Королівства Бельгії та Румунії. Дані країни мають найбільший обсяг імпортованих безалкогольних напоїв та найбільший рівень споживання безалкогольних напоїв в ЄС, після тих країн, на яких вже представлені напої компанії «Оболонь».

Тому наступним кроком в плануванні експортної діяльності компанії є визначення найвигіднішого для експортування ринку за допомогою матриці оцінки привабливості нового зарубіжного ринку, яка представлена в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Матриця оцінки привабливості нового зарубіжного ринку

Фактори привабливості ринку	Оцінка привабливості ринку	Оцінка фактору	Ваговий коефіцієнт	Австрія	Бельгія	Румунія
1	2	3	4	5	6	7
Розмір ринку товару	1. Погано	0	0,12			
	2. Задовільно	1				
	3. Добре	2				+
	4. Відмінно	3		+	+	
Ринкова перспектива	1. Погано	0	0,14			
	2. Задовільно	1				
	3. Добре	2		+	+	
	4. Відмінно	3				+
Умови збуту	1. Монополізація ринку	0	0,11			
	2. Олігополізація ринку	1		+		
	3. Конкурентне середовище	2			+	+
Потреба у товарі	1. Відсутня	0	0,07			
	2. Незначна	1				
	3. Присутня	2		+	+	+
	4. Дефіцит	3				
Конкуренція	1. Сильна	0	0,09	+	+	
	2. Середня	1				+
	3. Слабка	2				

1	2	3	4	5	6	7
Діапазон цін на ринку	1. Погано	0	0,07			
	2. Задовільно	1			+	+
	3. Добре	2		+		
	4. Відмінно	3				
Торговельно політична ситуація	1. Торговельні контакти - мінімальні.	0	0,09			
	2. Торговельні контакти - слабкі.	1				
	3. Гарні торговельні контакти.	2		+	+	+
	4. Стійкі торговельні зв'язки.	3				
Торговельні обмеження	1. Ембарго	0	0,11			
	2. Обмеження відсутні	1				
	3. Режим найбільшого сприяння	2		+	+	+
Вимоги до якості	1. Високі	0	0,10	+	+	
	2. Помірні	1				+
	3. Нижче світових стандартів	2				
Географічне розташування	1. Велика відстань	0	0,10			
	2. Середня відстань	1			+	
	3. Задовільна відстань	2		+		
	4. Близька відстань	3				+
Сума балів				1,65	1,57	1,98

Джерело: побудовано автором

Отже, відповідно до проведеного дослідження, найбільш вигідною країною для розширення і диверсифікації діяльності ПрАТ «Оболонь» є Румунія. Румунія має великий потенціал попиту на продукцію, проводить досить ліберальну політику щодо імпорту, має врегульовану законодавчу базу і доволі розвинуту економіку. Крім того, за географічною ознакою експорт в Румунію буде найбільш вигідним для ПрАТ «Оболонь», оскільки витрати на транспортування будуть відносно невисокими.

Для подальшого ознайомлення та затвердження нового ринку збуту, необхідно більш детально ознайомитись із загальною характеристикою Румунії та зі специфікою їх ринку безалкогольних напоїв.

Румунія є другим за величиною ринком у Центрально-Східній Європі та однією з найбільш динамічних економік регіону з населенням близько 20 мільйонів осіб. Після 7% різкого зростання в 2017 році, щорічний темп приросту ВВП в Румунії становив 4,1% у 2018 році і 4,3% у 2019 році.

Споживання домогосподарств зробило основний внесок в зростання ВВП в Румунії в результаті збільшення купівельної спроможності через вищу заробітну плату та зниження податків (зниження ПДВ з 24% до 9% для харчових продуктів). Країна займає важливе місце у Східній Європі з точки зору потенціалу споживчого ринку з населенням майже 20 мільйонів жителів, завдяки чому Румунія є другим за величиною ринком у Центрально-Східній Європі.

Основні макроекономічні показники Румунії представлені в таблиці 2.9

Таблиця 2.9

Макроекономічні показники Румунії на період 2015-2019 рр.

Показник	2015	2016	2017	2018	2019
ВВП, млн. дол. США	177 895	188 495	211 407	239 552	250 026
Темпи зростання ВВП, %	3,90	4,80	7,10	4,40	4,10
ВВП на душу населення, дол. США	8 950	9 539	10 762	12 270	12 943
Населення, осіб	19 760 585	19 643 949	19 530 631	19 414 458	19 317 984
Рівень безробіття, %	6,81	5,90	4,93	4,19	3,98
Прямі іноземні інвестиції, млн. дол. США	4 323	6 251	5 419	6 219	5 971
Рівень інфляції, %	-0,60	-1,56	1,34	4,63	3,83
Державний борг, % до ВВП	39,43	39,08	38,84	40,16	41,96
Чистий зовнішній борг, % до ВВП	27,30	21,80	20,60	17,40	16,80

Джерело: побудовано автором на основі даних Eurostat [36]

Отже, відповідно до даних, які наведені в табл. 2.9, Румунія стрімко розвивається протягом останніх п'яти років. Як було зазначено вище, в Румунії спостерігається динамічне збільшення темпів зростання ВВП. Внаслідок цього зростає і ВВП на душу населення, яке за останні п'ять років збільшилось аж на 4 тис. дол. США. Рівень безробіття в країні стабільно спадає щороку. Прямі іноземні інвестиції в Румунію досягли 6,2 млрд. дол. США за 2018 рік, що на 14,8% більше порівняно з аналогічним періодом 2017 року. Проте в 2019 році даний показник зменшився на 4%, але залишився на високому рівні. А рівень

інфляції має доволі мінливий характер, в 2019 році він скоротився до 3,83%. Зовнішній борг країни має тенденцію до зменшення, а державний борг, навпаки, до зростання.

За останні кілька років харчова промисловість Румунії зазнала бурхливого розвитку. З метою оптимізації виробничих потоків було зроблено багато значних інвестицій. Багато основних гравців харчової промисловості використовували кошти ЄС для розширення, будівництва нових потужностей та модернізації своїх переробних потужностей та складських приміщень. Деякі компанії на ринку харчової промисловості в Румунії ведуть свій бізнес як частину інтегрованої системи, починаючи з ферми, бійні, переробного заводу та власних магазинів. Такий підхід забезпечує стійке зростання продовольчого ринку, а також національний та регіональний економічний розвиток. Протягом багатьох років румунські фермери та виробники продуктів харчування значно просунулися з точки зору продуктивності та оптимізації рішень для тваринництва та переробних потужностей. Однак через зростаючий попит на ринку та необхідні стандарти якості, харчовий сектор Румунії потребує подальшого розвитку та модернізації.

Дані Євростату показують, що в 2019 році Румунія імпортувала продуктів харчування та живих тварин на 6,07 млрд євро, що на 2% більше порівняно з 2018 роком, тоді як експорт зріс на 3,6% до 4,2 млрд євро. За даними Національного інституту статистики за 2019 рік, кількість готових харчових продуктів, напоїв та тютюну склала 1794 млн. євро в експортному та 3377 млн. євро в імпортному режимах, а торговельний баланс становив -1583 млн. євро [36].

Ринок румунських безалкогольних напоїв постійно зростає протягом останніх кількох років. В результаті великих інвестицій в рекламу та зростаючого апетиту румунів до споживання, ринок безалкогольних напоїв в Румунії протягом останніх років постійно зростає. Внутрішній ринок безалкогольних напоїв у країні, за оцінками, становив майже 1,3 мільярда євро в 2019 році. Середньорічне споживання безалкогольних напоїв у Румунії

становить приблизно 121 літр на душу населення. Найпопулярнішими марками безалкогольних напоїв в Румунії є Coca-Cola та Pepsi.

За останні кілька років тенденція здорового способу життя справила серйозний вплив на румунський ринок безалкогольних напоїв, змінивши не лише поведінку споживачів, але й маркетингові стратегії компаній, що працюють у цьому секторі. Слідуючи цій тенденції, випускаються нові продукти, орієнтовані на зниження калорійності, зниження вмісту цукру, заміну натуральних підсолоджувачів та додавання вітамінів. Дана тенденція є черговою перевагою для виходу на ринок Румунії, адже ТМ «Живчик» позиціонують свою продукцію як корисний продукт з додаванням вітамінів.

Румунія – це регіональний центр виробництва безалкогольних напоїв у Центральній та Східній Європі. Дані Євростату показують, що виробництво води з додаванням цукру, інших підсолоджувачів або ароматизаторів, тобто безалкогольних напоїв (включаючи солодкі мінеральні та газовані води), досягло 1 926 мільйонів літрів у 2019 році, збільшившись на 5,9% порівняно з 2018 роком.

Проте незважаючи на зростання виробництва, потреба населення в споживанні безалкогольних напоїв не повністю задовольняється продукцією вітчизняного виробництва, внаслідок чого на ринку Румунії представлено чимало іноземних виробників. Серед основних виробників безалкогольних та газованих напоїв в Румунії є Coca-Cola HBC, Quadrant Amroq Beverages, Maspex Romania, Romaqua Group, European Drinks, Alconor Company тощо [36].

За даними Trend Economy, імпорт безалкогольних напоїв до Румунії становив у 2017 році 1,77 млн. гектолітрів, зменшиться на 10% порівняно з 2016 р. Приблизно 7 – 9% виробництва безалкогольних напоїв у Румунії експортується до таких країн, як Італія, Мальта, Австрія, Кіпр, Республіка Молдова, Угорщина, Словаччина, Болгарія, Хорватія, Греція тощо. Деякі приклади імпортерів безалкогольних напоїв в Румунії: BDG Import, Bautura Ta Online, Best Beverage Group, Alma Tim Distribution, Gemido Distribution тощо [39].

Динаміка імпорту безалкогольних напоїв Румунії протягом 2015-2019 рр. представлені в табл. 2.10.

Основні показники імпорту безалкогольних напоїв Румунії на період 2015-2019 рр.

Показник	2015	2016	2017	2018	2019	Темп приросту, %			
						2016-2015	2017-2016	2018-2017	2019-2018
Вага (л.)	114 63 5 810	128 93 6 973	117 44 3 666	158 06 5 758	177 80 9 575	12,48	-8,91	34,59	12,49
Кількість (пл.)	111 28 8 428	125 44 0 597	115 31 6 944	155 63 2 434	174 685 212	12,72	-8,07	34,96	12,24
Вартість (дол. США)	71 030 743	85 771 043	88 258 850	124 43 9 651	139 33 4 222	20,75	2,90	40,99	11,97

Джерело: побудовано автором на основі даних Trend Economy [39]

Аналізуючи вищенаведену таблицю, можемо дійти до висновку, що динаміка імпорту безалкогольних напоїв в Румунію має позитивну тенденцію. Щороку спостерігаються значні темпи приросту. Вартість імпорту безалкогольних напоїв до Румунії склала 139 млн. дол. США у 2019 році. Продаж безалкогольних напоїв до Румунії зріс на 11,97% порівняно з 2018 роком: імпорт даної товарної групи зріс на 14,8 млн. дол. США (вартість імпорту безалкогольних напоїв до Румунії становив 124 млн. дол. США у 2018 році). В 2018 році темп приросту імпорту даної категорії зріс аж на 40,99% порівняно з минулим роком. Проте вартість імпорту безалкогольних напоїв і в попередні роки мала позитивну динаміку. В 2019 році імпорт безалкогольних напоїв становив 0,144% загального імпортного потоку до Румунії, який становив 96 млрд. дол. США. Так, збільшення імпорту БАН в Румунії є позитивним фактором для вибору нового зарубіжного ринку. Тому проаналізувавши ринок безалкогольних напоїв в Румунії, можна зробити висновок, що дана країна може стати новим ринком для реалізації ПрАТ «Оболонь».

Проте необхідно детально розглянути і інші ключові фактори вибору нового ринку реалізації.

Існує угода про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС, членом якого є Румунія [33]. Румунія першою ратифікували Угоду про асоціацію між ЄС та

Україною, чим продемонструвала готовність румунської влади до конструктивного діалогу. За даною угодою існує зменшена ставка ввізного мита – 0% на категорію товару «Води, включаючи мінеральні та газовані, з доданням цукру чи інших підсолоджувальних або ароматичних речовин, інші безалкогольні напої». Проте преференції для вивізного мита до країн ЄС відсутні.

Щодо податкової політики Румунії, на продукти харчування та напої, які не містять алкоголь, у Румунії діє знижена ставка податку 9%. Проте в 2019 році уряд Румунії висунув ідею впровадження податку на солодкі безалкогольні напої. Даний вид податку вже діє в 43 країнах світу, включно з США, країнами-членами ЄС (Франція, Бельгія, Велика Британія, Угорщина та інші), та в деяких країнах Африки та Азії. Проте дана ініціатива ще не набула чинності станом на 2020 рік.

Румунія дотримується міжнародних стандартів якості продукції, особливої румунської сертифікації для здійснення експорту не потребується. Основними необхідними сертифікатами на ринку БАН є система управління якістю ISO 9001:2015, система управління навколишнім середовищем ISO 14001:2015, Система управління безпекою харчових продуктів FSSC 22000, що включає ISO 22000:2018, ISO / TS 22002: 2009 та ISO / TS 22002-4: 2013. Всі стандарти наразі сертифіковані і діють в ПрАТ «Оболонь», тому для виходу на румунський ринок не знадобиться додаткова сертифікація.

Основною конкурентною перевагою ПрАТ «Оболонь» для виходу на ринок Румунії, є те, що ТМ «Живчик» позиціонує себе як соковмісний напій із додаванням ехінацеї, що означає більшу корисність і близькість за властивостями до вітамінізованих напоїв, за рахунок чого цей напій може претендувати на наявність лікувальних властивостей і зміцнювання імунітету, що є дуже популярним та користується попитом в Румунії наразі, через популяризацію здорового способу життя.

Також важливим фактором є близьке географічне положення України та Румунії, яке сприятиме зміцненню економічних відносин та буде заохочувати

країни до подальшої співпраці. І таке близьке географічне розташування сприяє мінімізації логістичних витрат, які необхідні для експорту продукції.

Крім аналізу майбутнього ринку, проведеного вище, підприємству необхідно визначитись з основними аспектами здійснення збутової діяльності. Для ПрАТ «Оболонь» доцільним є обрання прямого методу здійснення експортної операції, адже компанія вже давно знаходиться на міжнародному ринку, і здатна самостійно обирати для себе партнерів за найвигіднішими умовами для них. До того ж, при прямому методі торгівлі виникає визначена фінансова вигода, оскільки скорочуються витрати на суму комісійної винагороди посереднику, знижуються ризик і залежність результатів комерційної діяльності від можливої несумлінності чи недостатньої компетенції посередницької організації. Цей метод також дозволяє постійно знаходитися на ринку, враховувати його зміни і вчасно на них реагувати.

Після вибору методу здійснення експортної операції та країни-контрагента, потрібно встановити контакт з іноземним партнером. Для цього найбільш доцільним буде надсилання можливим покупцям твердої оферти. Тверда оферта є альтернативою довгим особистим переговорам, які займають чимало часу. Особливо ефективним такий метод ведення бізнесу є для партнерів, що знаходяться на значній відстані один від одного, в різних регіонах або країнах. Саме тому даний спосіб встановлення контактів з контрагентами є доволі вигідний для ПрАТ «Оболонь».

ПрАТ «Оболонь» для майбутнього співробітництва може обрати компанію «SC PROCER COMPANY SA», яка займається імпортом безалкогольних напоїв, зокрема солодкої газованої води. Дана компанія буде використовуватися як потенційний партнер в майбутньому контракті [22].

Також важливим при плануванні експортної операції є вибір способу транспортування продукції. При обранні транспортного засобу для перевезення товару, в першу чергу слід звернути увагу на специфіку і світову практику перевезення продуктів харчування, а саме безалкогольних напоїв. Так як використання того чи іншого транспорту часто визначається традиціями

транспортування різноманітних товарів, які значно обмежують вибір транспорту, враховуючи дані традиції, ми можемо обрати автомобільний транспорт, який зазвичай використовується для перевезення продуктів харчування. Незважаючи на те, що даний вид транспорту є доволі дорогим видом перевезення, проте він дозволяє доволі швидко транспортувати товари без значних пошкоджень.

Переваги автомобільного транспорту:

- висока доступність, швидкість доставки;
- велика маневреність, гнучкість, динамічність;
- висока надійність збереження вантажу;
- можливість вибору оптимального перевізника;
- нещасні випадки при перевезеннях не призводять до таких великих матеріальних втрат, як при інших видах транспорту [11, с. 132 - 133].

Недоліки автомобільного транспорту:

- залежність від дорожніх та погодних умов;
- відносно висока собівартість перевезень на далекі відстані [11, с. 132 - 133].

Маркетингова діяльність компанії на закордонному ринку буде здійснюватися аналогічно до внутрішнього маркетингу. ПрАТ «Оболонь» надає перевагу комплексному маркетингу, який включає в себе «офлайн» та «онлайн» рекламу. «Офлайн» реклама включає в себе телевізійні ролики, банери та брошури. Основними видами «онлайн» реклами ПрАТ «Оболонь» переважно є контекстна реклама та реклама в соціальних мережах. Ще одним дієвим способом зарекомендувати свою продукцію на новому ринку є участь у місцевій виставці. У Румунії, в місті Бухарест, цього року в жовтні проходитиме виставка присвячена алкогольним і безалкогольним напоям Expo Drink 2020, на якому компанія матиме змогу продемонструвати свій товар та зацікавити майбутніх покупців та партнерів. Дана виставка проводиться щороку.

Для початкового виходу на ринок буде використовуватися таргетована реклама в соціальних мережах вартістю 956 євро за місяць, так як ТМ «Живчик» потрібно себе зарекомендувати на новому ринку.

Тоді додаткові витрати на експорт продукції на умовах FCA-Київ будуть становити 31 550 грн.

2.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованого плану на результати діяльності ПрАТ «Оболонь»

Завдяки плануванню виробництва і реалізації експортної продукції, проведеному в минулих пунктах, був розроблений новий контракт для співпраці з румунською компанією «SC PROCER COMPANY SA». Було визначено майбутні обсяги виробництва та поставки партії продукції, було змінено ціну на експортовану продукцію.

Зміна експортної ціни на продукцію є необхідною, адже аналізуючи ціну існуючого контракту ПрАТ «Оболонь» та ціну її закордонних конкурентів, ми можемо побачити, що компанія «Оболонь» має доволі демократичні ціни порівняно з конкурентами, і для підвищення ефективності експортної операції необхідно підвищувати не лише обсяги продажів, а й ціну на продукцію.

Проте є необхідним провести аналіз ефективності майбутньої експортної операції для обґрунтування доцільності застосованих заходів та прийняття остаточного рішення щодо можливої співпраці із майбутнім імпортером.

Умови угоди наведені в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Умови угоди експорту товару до Румунії

Найменування умови	Дані
Найменування товару	Напій безалкогольний сильногазований ТМ «Живчик», 1 л. (в асортименті)
Код УКТ ЗЕД	2202 10 00 00
Країна-імпортер	Румунія
Ціна товару за один дал, євро	6,20
Загальна кількість, дал.	1848
Умови постачання	FCA Київ
Курс НБУ на час здійснення платежів, грн./дол.	33,00

Джерело: побудовано автором

Вартість лимонаду на внутрішньому ринку України на момент розробки контракту складає 17,5 грн. за 1 л, тобто 1 декалітр буде коштувати 175 грн.

На основі вищенаведених даних (табл. 2.11), розрахуємо ефективність майбутньої зовнішньоторговельної експортної операції (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Визначення ефективності експорту

Показники	Результати розрахунку
Кількість одиниць товару, дал.	1848
Контрактна ціна, євро/дал.	6,20
Контрактна вартість, євро.	11 457,60
Курс валюти, грн./ євро.	33,00
Обсяг реалізації, грн.	378 101
Виробнича собівартість партії, грн.	223 608
Додаткові витрати, пов'язані з експортом партії товару, грн.	31 150
Витрати, пов'язані з реалізацією товарів на внутрішньому ринку, грн.	18 728
Ціна реалізації на зовнішньому ринку, грн./дал.	204,60
Ціна реалізації на внутрішньому ринку, грн./дал.	175
Прибуток від операції, грн.:	
- при продажу на зовнішньому ринку	123 343
- при продажу на внутрішньому ринку	81 064
Ефективність експортної операції, %:	148,41
Ефективність реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку, %:	126,94

Джерело: розраховано автором

Отже, після проведеного аналізу в табл. 2.12, ми можемо помітити, що ефективність нової експортної операції в ПрАТ «Оболонь», запланованої у попередніх пунктах, значно вища, ніж ефективність уже існуючої операції. Ефективність експортної операції зросла з 137,58% до 148,41%, що на 10,83% більше за попередній показник ефективності експорту. Подібна тенденція свідчить про більшу вигідність співпраці з румунським імпортером.

І так як приведений план виробництва та реалізації експортної продукції та подальша експортна операція є ефективною, доцільно буде започаткувати співробітництво між ПрАТ «Оболонь» та румунською компанією «SC PROCER COMPANY SA». Пропонується в подальшому запровадити регулярні поставки продукції за вищенаведеним контрактом.

Після розробки заходів щодо планування виробництва і реалізації експортної продукції, для подальшої діяльності ПрАТ «Оболонь» та визначення ефективності розробленої експортної операції доцільним буде визначити як

зміняться результати фінансової діяльності компанії «Оболонь» внаслідок наведених пропозицій. Вплив реалізації запропонованих заходів на фінансові результати діяльності ПрАТ «Оболонь» представлені в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

**Вплив запропонованого заходу на фінансові результати ПрАТ «Оболонь»,
тис. грн.**

Стаття	2019	Захід	Проектний рік - 2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5 466 148	378,1	5 466 526,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	4 277 833	223,6	4 278 056,6
Валовий: прибуток	1 188 315	154,5	1 188 469,5
Інші операційні доходи	62 681	0	62 681
Адміністративні витрати	337 100	0	337 100
Витрати на збут	661 989	31,2	662 020,2
Інші операційні витрати	32 219	0	32 219
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	219 688	123,3	219 811,3
Дохід від участі в капіталі	39 058	0	39 058
Інші фінансові доходи	280	0	280
Інші доходи	216 198	0	216 198
Фінансові витрати	329 215	0	329 215
Інші витрати	1 418	0	1 418
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	144 591	123,3	144 714,3

Джерело: розраховано автором на основі додатку Д

Отже, завдяки запропонованим заходам фінансові результати діяльності ПрАТ «Оболонь» зростуть, так як реалізація наведених пропозицій дозволить компанії «Оболонь» у проектному році отримати фінансовий результат від операційної діяльності 219 811,3 тис. грн. та фінансовий результат до оподаткування у розмірі 144 714,3 тис. грн.

Розробимо прогноз щодо зміни основних показників фінансової діяльності компанії «Оболонь» в 2021-2024 роках без запропонованого заходу (табл. 2.14).

**Прогнозовані результати фінансової діяльності ПрАТ «Оболонь» на період
2020-2024 роки без впровадження заходу, тис. грн.**

Показник	2020	2021	2022	2023	2024
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5466273,5	5800821,3	6155844,2	6532595,2	6932404,2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	4277900,8	4567862,4	4877478,0	5208079,8	5561090,2
Валовий прибуток	1188372,7	1232958,9	1278366,1	1324515,4	1371314,0
Витрати на збут	662005,6	601891,7	547236,4	497544,2	452364,3
Фінансовий результат від операційної діяльності	219714,5	219741,0	219767,5	219794,0	219820,5
Фінансовий результат до оподаткування	144617,5	144644,0	144670,5	144697,0	144723,6

Джерело: розраховано автором

Тобто, показники фінансової діяльності ПрАТ «Оболонь» мають тенденцію до зростання без введення запропонованого проекту. Тому доцільним буде розробити прогноз щодо зміни основних показників фінансової діяльності компанії «Оболонь» в 2021-2024 роках з урахуванням запропонованого заходу, щоб дізнатися наскільки вигідною є дана операція (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

**Прогнозовані результати фінансової діяльності ПрАТ «Оболонь» на період
2020-2024 роки з урахуванням запропонованого заходу, тис. грн.**

Показник	2020	2021	2022	2023	2024
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5466526,1	5801156,4	6156270,9	6533123,5	6933044,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	4278056,6	4568070,4	4877744,5	5208411,7	5561495,2
Валовий прибуток	1188469,5	1233086,0	1278526,4	1324711,8	1371549,7
Витрати на збут	662020,2	601908,2	547254,5	497563,4	452384,2
Фінансовий результат від операційної діяльності	219811,3	219934,7	220058,1	220181,6	220305,2
Фінансовий результат до оподаткування	144714,3	144837,7	144961,2	145084,8	145208,6

Джерело: розраховано автором

Отже, аналізуючи вищенаведену таблицю, можна дійти до висновку, що за умови збереження подібної тенденції до зростання, основні результати фінансової діяльності ПрАТ «Оболонь» матимуть позитивну динаміку. Крім цього, результати основних фінансових показників з урахуванням заходу є значно кращими, ніж результати без впровадження заходу. Тому введення даного проєкту у майбутній діяльності ПрАТ «Оболонь» є доречним і вигідним.

Висновки до розділу 2

В другому розділі було обґрунтовано пропозиції щодо плану виробництва та реалізації експортної продукції, розроблено експортний план виходу на новий ринок та оцінено ефективність запропонованого плану.

Вихід на нові ринки є необхідним для ПрАТ «Оболонь», адже підприємство обрало стратегію диверсифікації в експортній діяльності. Було визначено, що для майбутньої експортної операції буде обрано продукцію ТМ «Живчик». Оптимальна кількість запланованих обсягів виробництва товарів ТМ «Живчик» для виходу на новий ринок становить 18480 л. або 1840 дал. Затверджена ціна майбутньої операції за розрахунками становить 0,62 євро або 20,46 грн. за 1 л. продукції. Загальний обсяг випуску продукції у вартісному виразі становитиме 378 101 грн.

Завдяки розробці експортного плану було визначено, що для ПрАТ «Оболонь» доцільно буде вийти на ринок Румунії, який є доволі перспективним для ринку безалкогольних напоїв, відповідно до проведеного аналізу. Румунія має потенціал попиту на продукцію, проводить досить ліберальну політику щодо імпорту, має врегульовану законодавчу базу і доволі розвинуту економіку.

Був розроблений новий контракт для співпраці з румунською компанією «SC PROCER COMPANY SA». Після аналізу ефективності запропонованого контракту було визначено, що дана запланована експортна операція є ефективною та доволі вигідною для ПрАТ «Оболонь». Ефективність нової експортної операції в ПрАТ «Оболонь», значно вища, ніж ефективність попередньої уже існуючої операції. Ефективність експортної операції зросла з 137,58% до 148,41%, що свідчить про більшу вигідність співпраці з румунським імпортером.

Також було визначено, що завдяки запропонованим заходам фінансові результати діяльності ПрАТ «Оболонь» зростуть та за умови збереження подібної тенденції до зростання, основні результати фінансової діяльності ПрАТ «Оболонь» матимуть позитивну динаміку в 2020-2024 роках.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Базою дослідження випускної кваліфікаційної роботи було обрано ПрАТ «Оболонь». В першому розділі випускної кваліфікаційної роботи було розглянуто характеристики та основні види діяльності ПрАТ «Оболонь». Господарська діяльність підприємства спрямована на виробництво пива, безалкогольних напоїв, мінеральної води та інших категорій напоїв.

Аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності підприємства показав, що підприємство, попри періодичні кризові ситуації, в цілому має позитивну динаміку по більшості ключових показників в останні роки. В 2019 році прослідковуються позитивні тенденції розвитку, покращені темпи зростання, порівняно з попередніми роками діяльності компанії.

Також була проаналізована зовнішньоекономічна діяльність компанії, особливості її функціонування. Основним видом зовнішньоекономічної діяльності компанії «Оболонь» є експорт. В ПрАТ «Оболонь» протягом 2017-2019 рр. спостерігається стабільне підвищення експортної діяльності та нарощується експортний потенціал.

Було визначено, що найбільш перспективними ринками для експорту наразі є ринок безалкогольних напоїв та мінеральної води. Тому за основу дослідження було обрано ринок безалкогольних напоїв.

Крім того, було визначено, що ПрАТ «Оболонь» проводить ефективну зовнішньоекономічну діяльність, а саме експортні операції. Проте експорт продукції вигідніше лише на 11,01%, ніж реалізація на внутрішньому ринку, згідно з існуючим контрактом. Тому компанії буде доцільним розвивати і розширювати експортну діяльність і надалі та розробляти нові контракти.

В другому розділі було обґрунтовано пропозиції щодо плану виробництва та реалізації експортної продукції, розроблено експортний план виходу на новий ринок та оцінено ефективність запропонованого плану.

Була запропонована послідовність планування виробництва і реалізації експортної продукції, відповідно до якої було визначено номенклатуру й

асортимент продукції, визначено обсяги майбутньої поставки у кількісному і вартісному виразі, розраховано ціну майбутнього експортного контракту та розроблені необхідні методи для реалізації даної програми.

Було визначено, що для майбутньої експортної операції буде обрано продукцію ТМ «Живчик». Оптимальна кількість запланованих обсягів виробництва товарів ТМ «Живчик» для виходу на новий ринок становить 18480 л. Затверджена ціна майбутньої операції за розрахунками становить 0,62 євро або 20,46 грн. за курсом 33 грн/євро (за 1 л.). Загальний обсяг випуску продукції у вартісному виразі становитиме 378 101 грн.

Завдяки розробці експортного плану було визначено, що для ПрАТ «Оболонь» доцільно буде вийти на ринок Румунії, який є доволі перспективним для ринку безалкогольних напоїв, відповідно до проведеного аналізу. Також було визначено спосіб транспортування продукції, метод збуту та маркетингову стратегію виходу на новий ринок.

Був розроблений новий контракт для співпраці з румунською компанією. Після аналізу ефективності запропонованого контракту було визначено, що запланована експортна операція є ефективною та доволі вигідною для ПрАТ «Оболонь». Ефективність нової експортної операції в ПрАТ «Оболонь» значно вища, ніж ефективність уже існуючої операції. Ефективність експортної операції підвищилась з 137,58% до 148,41%, що свідчить про більшу вигідність співпраці з румунським імпортером.

Було визначено, що завдяки запропонованим заходам фінансові результати діяльності ПрАТ «Оболонь» збільшаться за умови збереження тенденції до зростання. Реалізація наведених пропозицій дозволить компанії «Оболонь» у проектному році отримати фінансовий результат від операційної діяльності 219 811,3 тис. грн. та фінансовий результат до оподаткування у розмірі 144 714,3 тис. грн. Крім того, було визначено, що при урахуванні запропонованих заходів компанія отримає більші прибутки, ніж без їх впровадження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України (АРІФРУ) або Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA). URL: <https://smida.gov.ua/>.
2. Бондарєва Т.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2011. №3 (15). С. 91–104.
3. Вісник корпорації «Оболонь». URL: <https://issuu.com/obolon/docs/>_____2018.
4. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: 3-тє видання. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 432 с.
5. Державна Митна Служба. URL: <https://customs.gov.ua/>.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Дунська А. Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика: навч. посіб. Київ: Кондор, 2013. 687 с.
8. Економіка та організація виробництва. Самостійна та індивідуальна робота студентів. «Навчальний посібник». / уклад.: І. В. Причепа, Л. П. Руда. Вінниця : ВНТУ, 2017. 186 с.
9. Іванова В. В. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. Київ: Центр начальної літератури, 2006. 237 с.
10. Козик Л. А. Зовнішньоекономічні комерційні операції і контракти : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 608 с.
11. Логістика: навч. посіб. / Безсмертна О. В., Мороз О. О., Білоконь Т. М., Шварц Т. М. Вінниця: ВНТУ. 2018. 161 С. URL: https://ecopy.posibnyky.vntu.edu.ua/txt/2018/Bezsmertna_moroz_bilok_shvarz_logistika_np_p023.pdf.
12. Масленіков О. Ю. Оптимізація виробничої програми підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних справ*. 2010. №20.2. С. 264–266. URL: https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20_2/264_Maslennikow_20_2.pdf

13. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : підруч. / за ред. О. А. Кириченка. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Знання, 2008. 518 с.
14. Митний кодекс України : Закон, Кодекс від 13.03.2012 № 4495-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>.
15. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
16. Міністерство фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua>.
17. Науково-технічна фірма «ІНТЕС». URL: <http://www.qdpro.com.ua/>.
18. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Затверджено Наказом Міністерства фінансів України №73 від 07.02.2013 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
19. Орлов В. В. Планування зовнішньоекономічної діяльності. *Управління розвитком*. 2013. №12. С. 11–13. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfipr_2017_4%281%29__17.pdf
20. Офіс з просування експорту України. URL: <https://epo.org.ua/>.
21. Офіційний сайт компанії «LeWinkel». URL: <https://www.lewinkel.com/>.
22. Офіційний сайт компанії «SC PROCER COMPANY SA». URL: <http://www.procer.ro/>.
23. Офіційний сайт компанії Coca-cola Україна. URL: <https://www.coca-cola.ua/>.
24. Офіційний сайт ПрАТ «Оболонь». URL: <https://obolon.ua/ua>.
25. Офіційний сайт ТОВ «Сандора». URL: <https://sandora.ua/>.
26. Передрій О. С. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 264 с.
27. Погребняк А. Ю., Хоменко Т. Ю. Еволюція наукових поглядів на сутність поняття «зовнішньоекономічна діяльність». *Сучасні проблеми економіки і підприємництва : Збірник наукових праць*. 2016. №18. С. 48–55.
28. Податковий кодекс України : Закон, Кодекс від 02.12.2010 № 2755. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

29. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-
XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>.
30. Продовольча та сільськогосподарська організація ООН. URL:
<http://www.fao.org/home/ru/>.
31. Пшик-Ковальська О. О., Передало Х. С. Чинники впливу на планування
зовнішньоекономічної діяльності. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип.
22.8. С. 296–301.
32. Сіжук О. В. Планування виробництва і реалізації експортної продукції
підприємства. *Ukrainian Food Journal*. 2012. Volume 1, Issue 2. С. 125–129.
URL:
<http://ufj.ho.ua/Archiv/UKRAINIAN%20FOOD%20JOURNAL%202012%20V.1%20Is.2.pdf>
33. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським
Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми
державами-членами, з іншої : Угода, Список, Міжнародний документ від
27.06.2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011/page#Text.
34. Яренко А. В. Систематизація кількісних методів прогнозування кон'юнктури
ринку в маркетингових дослідженнях. *Вісник Київського національного
університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*. 2015. №3. С.
11–18.
35. EU soft drink consumption. *Global trend*. URL:
<https://www.globaltrademag.com/tag/soft-drinks/>.
36. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/home>.
37. Food and beverage sector in Romania. *South-East European Industrial Market*.
URL: <https://www.see-industry.com/en/food-and-beverage-sector-in-romania/2/1930/>.
38. Import of non-alcoholic beverages. *Trade Map*. URL:
<https://m.trademap.org/#/grid/2202/000/0/import/country>.
39. Romania imports of soft drinks. *Trend Economy*. URL:
https://trendeconomy.com/data/h2?commodity=2202&reporter=Romania&trade_f

low=Import&partner=World&indicator=NW,TQ,TV&time_period=2014,2015,2016,2017,2018,2019.

40.Ukraine exports to Romania. *Trading economics*. URL:
<https://tradingeconomics.com/ukraine/exports/romania>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А. 1

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2015 р.**

Актив	Код	На початок	На кінець	На дату
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	13213	11434	0
первісна вартість	1001	42632	43016	0
накопичена амортизація	1002	29419	31582	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	25007	11161	0
Основні засоби:	1010	4755353	4508651	0
первісна вартість	1011	8895435	8976907	0
знос	1012	4140082	4468256	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	18931	18931	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	18	0
Усього за розділом I	1095	4812504	4550195	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	785367	973297	0
Виробничі запаси	1101	0	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	139106	222580	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	105928	23627	0

з бюджетом	1135	54780	46810	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	49007	29241	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11314	10068	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	237703	85236	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	10035	5917	0
Усього за розділом II	1195	1344233	1367535	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та	1200	0	0	0
Баланс	1300	6156737	5917730	0

Пасив	Код	На початок	На кінець	На дату
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73144	73144	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	1903465	1900888	0
Додатковий капітал	1410	8353	8353	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	-1594	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	708176	-1122	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(13580)	(13580)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0	0
Усього за розділом I	1495	2679558	1966089	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	354588	245516	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	831775	224978	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	46702	232400	0
Довгострокові забезпечення	1520	9172	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0

резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	1242237	702894	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	1258472	2144519	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	595360	724197	0
за розрахунками з бюджетом	1620	82460	108228	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	819	0
за розрахунками зі страхування	1625	7835	4174	0
за розрахунками з оплати праці	1630	125353	51061	0
за одержаними авансами	1635	103405	171413	0
за розрахунками з учасниками	1640	26465	1876	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	8647	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	35592	34632	0
Усього за розділом III	1695	2234942	3248747	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами,	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного	1800	0	0	0
Баланс	1900	6156737	5917730	0

Таблиця А. 2

Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2015 р.

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4441246	3858794
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(3091702)	(2451112)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1349544	1407682
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0

Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	64966	92983
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(251839)	(240709)
Витрати на збут	2150	(961504)	(1078952)
Інші операційні витрати	2180	(41893)	(96651)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	159274	84353
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	27117	29361
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(410470)	(249075)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-884)	(-1314)
Інші витрати	2270	(587972)	(621933)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(811167)	(755980)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	99292	129755
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(711875)	(626225)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код	За звітний	За аналогічний
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	1322685
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	-1594	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	587
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-1594	1323272
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	-238189
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-1594	1085083
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-713469	458858
Чистий прибуток (збиток), що належить: власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
Сукупний дохід, що належить: власникам материнської компанії	2480	0	0
неконтрольованій частці	2485	0	0

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	3218796	2292423
Витрати на оплату праці	2505	375232	381633
Відрахування на соціальні заходи	2510	129591	135466
Амортизація	2515	368092	339084
Інші операційні витрати	2520	311403	645765
Разом	2550	4403114	3794371

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	325127	325127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325127	325127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-2189.53	-1926.09
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-2189.53	-1926.09
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	100.94

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2016 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	11434	9810	0
первісна вартість	1001	43016	43114	0
накопичена амортизація	1002	31582	33304	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	11161	24363	0
Основні засоби:	1010	4508651	5421561	0
первісна вартість	1011	8976907	11765383	0
знос	1012	4468256	6343822	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	18931	18931	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	18	14	0
Усього за розділом I	1095	4550195	5474679	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	973297	881787	0
Виробничі запаси	1101	0	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	222580	169695	0

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	23627	35477	0
з бюджетом	1135	46810	39468	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	29241	10414	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	10068	9597	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	85236	48394	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	5917	5707	0
Усього за розділом II	1195	1367535	1190125	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	5917730	6664804	0

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73144	73144	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	1900888	3129549	0
Додатковий капітал	1410	8353	8353	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	-1594	-116	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-1122	-879110	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(13580)	(13580)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0	0
Усього за розділом I	1495	1966089	2318240	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	245516	474967	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	224978	432673	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	232400	329260	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0

Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	702894	1236900	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	2144519	1993283	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	724197	703976	0
за розрахунками з бюджетом	1620	108228	119504	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	819	340	0
за розрахунками зі страхування	1625	4174	4992	0
за розрахунками з оплати праці	1630	51061	46415	0
за одержаними авансами	1635	171413	82270	0
за розрахунками з учасниками	1640	1876	1876	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	8647	9023	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	34632	148325	0
Усього за розділом III	1695	3248747	3109664	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	5917730	6664804	0

Таблиця Б. 2

Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2016 р.

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4310214	4441246
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0

Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(3290800)	(3091702)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1019414	1349544
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	62589	64966
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(285569)	(251839)
Витрати на збут	2150	(968802)	(961504)
Інші операційні витрати	2180	(61663)	(41893)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	159274
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(234031)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	8604	27117
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(463655)	(410470)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-1060)	(-884)
Інші витрати	2270	(222030)	(587972)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(910052)	(811167)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	24809	99292
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(885243)	(711875)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	1507214	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	1478	-1594
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0

Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	1508692	-1594
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-271298	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	1237394	-1594
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	352151	-713469
Чистий прибуток (збиток), що належить: власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
Сукупний дохід, що належить: власникам материнської компанії	2480	0	0
неконтрольованій частці	2485	0	0

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	2807074	3218796
Витрати на оплату праці	2505	419131	375232
Відрахування на соціальні заходи	2510	89353	129591
Амортизація	2515	702113	368092
Інші операційні витрати	2520	709162	311403
Разом	2550	4726833	4403114

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	325127	325127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325127	325127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-2722.76	-2189.53
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-2722.76	-2189.53
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2017 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	9810	8337	0
первісна вартість	1001	43114	43259	0
накопичена амортизація	1002	-33304	-34922	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	24363	48455	0
Основні засоби:	1010	5421561	5141361	0
первісна вартість	1011	11765383	11850066	0
знос	1012	-6343822	-6708705	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	18931	18522	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	14	14	0
Усього за розділом I	1095	5474679	5216689	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	881787	750563	0
Виробничі запаси	1101	0	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	169695	297870	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	35477	51466	0
з бюджетом	1135	39468	71280	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	10414	8047	0

з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9597	430965	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	48394	46172	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	5707	16455	0
Усього за розділом II	1195	1190125	1664771	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	6664804	6881460	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73144	73144	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	3129549	2945067	0
Додатковий капітал	1410	8353	8353	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	-116	546	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-879110	-518048	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(13580)	(13580)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	2318240	2495482	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	474967	511172	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	432673	2037873	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	329260	237082	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0

Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	1236900	2786127	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	1993283	417962	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	703976	830232	0
за розрахунками з бюджетом	1620	119504	150294	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	340	282	0
за розрахунками зі страхування	1625	4992	5364	0
за розрахунками з оплати праці	1630	46415	51430	0
за одержаними авансами	1635	82270	46900	0
за розрахунками з учасниками	1640	1876	1876	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	9023	10306	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	148325	85487	0
Усього за розділом III	1695	3109664	1599851	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	6664804	6881460	0

Таблиця В. 2

Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2017 р.

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4963232	4310214
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(3565168)	(3290800)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	1398064	1019414
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових	2105	0	0

зобов'язань			
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	88488	62589
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(296579)	(285569)
Витрати на збут	2150	(1111347)	(968802)
Інші операційні витрати	2180	(29144)	(61663)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	49482	0
збиток	2195	(0)	(234031)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	97691	8604
Інші доходи	2240	430848	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(314744)	(463655)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-381)	(-1060)
Інші витрати	2270	(42861)	(222030)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	220797	0
збиток	2295	(0)	(910052)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-44217	24809
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	176580	0
збиток	2355	(0)	(885243)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	1507214
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	662	1478
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	662	1508692
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	-271298
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	662	1237394
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	177242	352151

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	2960495	2807074
Витрати на оплату праці	2505	448146	419131
Відрахування на соціальні заходи	2510	95052	89353
Амортизація	2515	451790	702113
Інші операційні витрати	2520	1107101	709162
Разом	2550	5062584	4726833

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	325127	325127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325127	325127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.5431	-2.7228
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.5431	-2.7228
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2018 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	8 337	6 857
первісна вартість	1001	43 259	43 396
накопичена амортизація	1002	(34 922)	(36 539)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	48 455	20 201
Основні засоби	1010	5 141 361	4 867 736
первісна вартість	1011	11 850 066	11 940 760
знос	1012	(6 708 705)	(7 073 024)
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	(0)	(0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	18 522	109 397
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	14	14
Усього за розділом I	1095	5 216 689	5 004 205
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	750 563	719 638
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	297 870	203 818
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	51 466	89 746
з бюджетом	1135	71 280	35 310
у тому числі з податку на прибуток	1136	8 047	5 475
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	430 965	9 897
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	46 172	16 876
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0

Інші оборотні активи	1190	16 455	30 659
Усього за розділом II	1195	1 664 771	1 105 944
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	6 881 460	6 110 149

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73 144	73 144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2 945 067	2 763 289
Додатковий капітал	1410	8 353	8 353
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	546	-2 356
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-518 048	-746 302
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(13 580)	(13 580)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2 495 482	2 082 548
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	511 172	542 401
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	2 037 873	487 124
Інші довгострокові зобов'язання	1515	237 082	267 953
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	2 786 127	1 297 478
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	417 962	1 419 600
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	830 232	1 021 281
розрахунками з бюджетом	1620	150 294	91 167
у тому числі з податку на прибуток	1621	282	-858
розрахунками зі страхування	1625	5 364	5 926
розрахунками з оплати праці	1630	51 430	44 447
одержаними авансами	1635	46 900	64 560
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	10 306	11 462
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	85 487	69 804
Усього за розділом III	1695	1 599 851	2 730 123
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	6 881 460	6 110 149

Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2018 р.

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 078 764	4 777 539
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 292 370)	(3 878 473)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий:			
прибуток	2090	786 393	899 066
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	85 301	88 488
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(303 955)	(296 579)
Витрати на збут	2150	(675 489)	(612 349)
Інші операційні витрати	2180	(20 451)	(29 144)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	0	49 482
збиток	2195	(128 200)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	4 259	97 691
Інші доходи	2240	-23 505	430 848
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(275 269)	(314 744)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-90 188)	(-381)
Інші витрати	2270	(-6 725)	(42 861)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	0	220 797
збиток	2295	(325 802)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-39 618	-44 217
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	0	176 580
збиток	2355	(365 420)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період
--------	--------------	-------------------	--------------------------

			попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	-2 902	662
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-2 902	662
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-2 902	662
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-368 322	177 242
Чистий прибуток (збиток), що належить: власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
Сукупний дохід, що належить: власникам материнської компанії	2480	0	0
неконтрольованій частці	2485	0	0

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 267 238	2 960 495
Витрати на оплату праці	2505	529 153	448 146
Відрахування на соціальні заходи	2510	113 058	95 052
Амортизація	2515	457 032	451 790
Інші операційні витрати	2520	1 296 562	1 107 101
Разом	2550	5 663 043	5 062 584

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325 127	325 127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325 127	325 127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-1,123900	0,543100
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-1,123900	0,543100
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2019 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	6 857	6 026
первісна вартість	1001	43 396	43 963
накопичена амортизація	1002	(36 539)	(37 937)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	20 201	18 141
Основні засоби	1010	4 867 736	4 611 402
первісна вартість	1011	11 940 760	12 003 847
знос	1012	(7 073 024)	(7 392 445)
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	(0)	(0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	109 397	57 581
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	14	14
Усього за розділом I	1095	5 004 205	4 693 164
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	719 638	753 270
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	203 818	260 966
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	89 746	44 300
з бюджетом	1135	35 310	51 330
у тому числі з податку на прибуток	1136	5 475	4 813

з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9 897	18 911
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	16 876	16 228
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	30 659	18 927
Усього за розділом II	1195	1 105 944	1 163 932
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	6 110 149	5 857 096

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73 144	73 144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2 763 289	2 603 868
Додатковий капітал	1410	5 997	1 916
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-746 302	-329 248
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(13 580)	(13 580)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2 082 548	2 336 100
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	542 401	426 702
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	487 124	180 402
Інші довгострокові зобов'язання	1515	267 953	260 062
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0

Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	1 297 478	867 166
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	1 419 600	1 395 479
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	1 021 281	909 794
розрахунками з бюджетом	1620	91 167	104 445
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	164
розрахунками зі страхування	1625	5 926	6 382
розрахунками з оплати праці	1630	44 447	57 270
одержаними авансами	1635	64 560	120 483
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	11 462	13 639
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	69 804	44 462
Усього за розділом III	1695	2 730 123	2 653 830
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	6 110 149	5 857 096

Таблиця Д. 2

Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 12 місяців 2019 р.

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 466 148	5 078 764
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 277 833)	(4 292 370)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	1 188 315	786 394
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0

Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	62 681	85 301
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(337 100)	(303 955)
Витрати на збут	2150	(661 989)	(675 489)
Інші операційні витрати	2180	(32 219)	(20 451)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	219 688	0
збиток	2195	(0)	(128 200)
Дохід від участі в капіталі	2200	39 058	90 188
Інші фінансові доходи	2220	280	4 259
Інші доходи	2240	216 198	6 725
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(329 215)	(275 269)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(1 418)	(23 505)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	144 591	0
збиток	2295	(0)	(325 802)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	113 042	-39 618
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	257 633	0
збиток	2355	(0)	(365 420)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	-4 081	-2 902
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-4 081	-2 902
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-4 081	-2 902
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	253 552	-368 322

Чистий прибуток (збиток), що належить: власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
Сукупний дохід, що належить: власникам материнської компанії	2480	0	0
неконтрольованій частці	2485	0	0

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 157 057	3 267 238
Витрати на оплату праці	2505	626 692	529 153
Відрахування на соціальні заходи	2510	132 414	113 058
Амортизація	2515	422 999	457 032
Інші операційні витрати	2520	1 159 110	1 296 562
Разом	2550	5 498 272	5 663 043

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325 127	325 127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325 127	325 127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,792400	-1,123900
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,792400	-1,123900
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00



Рис. Е. 1. Мапа експорту ПрАТ «Оболонь» станом на 2018 р.

CONTRACT No. 179756**КОНТРАКТ № 179756**

Kyiv

21.11.2019

м. Київ

21.11.2019

Company PRJSC OBOLON Kyiv, Ukraine, represented by Deputy Director Bulakh I. V., hereinafter referred to as the "Seller" on the one part and LeWinkel, Dubai, United Arab Emirates, represented by Jamil Sahim, is hereinafter referred to as the "Buyer" hereinafter referred to as the "Buyer", on the other part (hereinafter referred to as the "Sides") have concluded the present Contract for the following:

Компанія ПРАТ «ОБОЛОНЬ» м. Київ, Україна, в особі головного виконавчого директора Булаха І.В., іменованого надалі «Продавець», з одного боку, і LeWinkel, м. Дубай, Об'єднані Арабські Емірати, в особі Джаміля Сахіма, іменованого надалі «Покупець», з іншого боку, (іменовані надалі Сторони), уклали даний Контракт про наступне:

1. Subject of the Contract.

1.1. The Seller shall transfer the right of property to the Buyer and the Buyer undertakes to accept and pay for the soft drinks after referred to as "Products", the name, the quantity and the list of which are given in Appendix No. 1 to this Contract, which is an integral part and meets its requirements.

1. Предмет Контракту.

1.1. Продавець зобов'язується передати у власність Покупця, а Покупець прийняти і оплатити безалкогольні напої іменовані надалі – «Продукція», найменування, кількості та перелік яких наведені у Додатку № 1 до цього Контракту, що складає його невід'ємну частину і відповідає його вимогам.

2. The quantity and the quality of the Items.

2.1. Quantity and nomenclature of the Products are specified in the Appendix No. 1 to the present Contract.

2. Кількість і якість виробів.

2.1. Кількість і номенклатура Виробів зазначені в Додатку № 1 до цього Контракту.

3. Terms and conditions of delivery.

3.1. The Seller will ensure supply of the Products on the following terms – FOB Odesa According to the regulations of INCOTERMS 2010.

3.2. Supply of the Products will be fulfilled within delivery periods respectively specified in Enclosures, i.e. 180 days from contract effective date.

3.3. On the agreement of both Sides early delivery is allowed. Partial shipment is allowed.

3. Умови поставки.

3.1. Продавець забезпечить поставку Продукції на умовах FOB Одеса відповідно до правил ІНКОТЕРМС в редакції 2010 року.

3.2. Поставку Продукції буде здійснено у період 180 днів з дати вступу контракту в силу.

3.3. За згодою Сторін дозволяється дострокова поставка. Поставка партіями дозволяється. Дозволяються щомісячні поставки, згідно замовлень Покупця.

4. Price and total amount of the Contract.

4.1. The prices of the Products on the terms FOB Odesa on the terms of delivery are indicated in Appendix No. 1 to this Contract and are set in US dollars.

4.2. The cost of packing, marking of packages, insurance and transportation from the Seller to Buyer's consignee address has been included into the Items price.

4.3. The total amount of the present Contract is 8 361,6 USD.

4. Ціна та загальна сума Контракту.

4.1. Ціни Виробів на умовах постачання FOB Одеса зазначені в Додатку № 1 до цього Контракту і встановлюються в доларах США.

4.2. Ціни на Вироби включають вартість пакування, маркування, страхування та транспортування від Продавця до Покупця.

4.3. Загальна ціна цього Контракту складає 8 361, 6 дол. США.

5. Terms of Payment.

5.1. 100% of the total price, as a full subscription to the ordered Products, regardless of the moment of delivery of the Products to the end user, will be paid by the Buyer by direct bank transfer no later than 10 working days before the date of departure of the goods by the Seller.

5.2. Payment will be affected to to the Seller's account as follows:

Bank essentials:

Code of the USREOU: 05391057

All documents specified above are written in English.

5.3. The Buyer will pay all the bank charges/expenses related to the payments outside Ukrainian territory except expenses of the Seller's Bank and Correspondent Bank.

5. Умови платежу.

5.1. 100% загальної ціни, як повна передплата замовленої Продукції, незалежно від моменту доставки Продукції кінцевому користувачу, буде сплачено Покупцем прямим банківським переказом не пізніше 10 робочих до дати відправлення товару Продавцем.

5.2. Платіж буде здійснено на наступний банківський рахунок Продавця:

Банківські реквізити:

Код ЄДРПОУ: 05391057

Всі документи, вказані вище, мають бути складені англійською мовою.

5.3. Покупець сплачує всі банківські витрати і збори, пов'язані з платежами за межами території України, за винятком комісії банку Продавця і банку Кореспондента.

5.4. Всі витрати, збори, комісії, включаючи митні витрати і збори з організації і виконання цього Контракту на

5.4. All the taxes, duties and expenses, including customs duties and taxes, as well as duties for the organization and realization of the present Contract are paid on the territory of Ukraine by the Seller and outside by the Buyer.

6. Notification of Shipment.

6.1 The seller within 2 days from the date of shipment of Products the main carrier notifies the Buyer of this fact by fax, informing the following information and adding copies of the following documents indicating following information and copies of documents:

- name of carrier and container number;
- number and date of the bill of lading;
- port of loading / unloading;
- number of packing places;
- a copy of the invoice;
- a copy of the TTN (CMR).

6.2. The seller will also inform LeWinkel, including the export sales department, or the responsible regional manager at the email address / telephone / fax info@lewinkel.com/ +9714 283 11 99 along with a scan copy of the Specification for the relevant consignment item, and the consignment note and bill of lading on the day of shipment of cargo.

7. The Conditions of Acceptance.

7.1. Products are deemed delivered by the Seller and accepted by the Buyer:

- by quantity and completeness - in accordance with the number of packages and weights specified in the shipping specification and / or the packing sheet;
- in quality - according to the quality certificate, and European Veterinary Certificate given by the manufacturer.

8. Packing and marking.

8.1. The packages and internal packing must ensure complete preservation of the content and be safe from damages during transportation by all means of transport and also be safe from atmospheric environmental effects.

8.2. Into every package the "Seller" should place following documents:

- Packing list in English;
- Passport (label) for each "Product".

8.3. The package No. will be marked as a fraction the numerator of which will be serial No. of the package and the denominator will indicate total quantity of the packages.

9. Claims

9.1. The claims may be set forth:

- By the Buyer with respect to the quantity of Items if it does not comply with the quantity that is indicated in the packing list within 2 days from the date of delivery of the Products to the main carrier, confirmed by the carrier.

- Purchaser in relation to the quality of the Products, if it does not meet the quality specified in the quality certificate, no later than 3 days from the date of delivery to the main carrier.

9.2. If a defect is detected, the Buyer must file a complaint no later than 15 calendar days from the date of defect identification. Complaint should include labeling of defective Products, which

території України несе Продавець, поза територією України –Покупець.

6. Повідомлення про поставку.

6.1. Продавець протягом 2 днів з дати відвантаження Продукції до основного перевізника сповіщає про це Покупця факсимільним зв'язком, повідомляючи наступну інформацію і додаючи копії наступних документів:

- найменування перевізника та номера контейнерів;
- номер та дата коносаменту;
- порт завантаження/розвантаження;
- кількість пакувальних місць;
- копія рахунку-фактури;
- копія ТТН(CMR).

6.2. Продавець також повідомить LeWinkel , зокрема відділ зі збуту на експорт, або відповідального регіонального менеджера за електронною адресою/ телефоном/ факсом info@lewinkel.com/ +9714 283 11 99 разом із скан-копією Специфікації на відповідну партію товару, та товаро-транспортної накладної та коносаменту в день відвантаження грузу.

7. Умови приймання-передачі.

7.1. Продукція вважається поставленою Продавцем і прийнятими Покупцем:

- по кількості і комплектності – відповідно до числа пакунків і ваги, що зазначені у відвантажувальній специфікації та/або пакувальному аркуші;
- по якості – відповідно до сертифіката якості, та європейського ветеринарного сертифікату, наданого заводом-виробником.

8. Пакування і маркування

8.1. Тара і внутрішнє пакування повинні забезпечувати повну схоронність вантажу і охороняти вантаж від ушкоджень при транспортуванні всіма видами транспорту, а також охороняти вантаж від атмосферного впливу.

8.2. В кожний транспортний пакунок Продавцем повинні бути вкладені наступні документи:

- пакувальний аркуш англійською мовою;
- паспорт (етикетка) на кожну Продукцію

8.3. Номери пакунків будуть нанесені у вигляді дробу, чисельник якої визначатиме номер пакунку за порядком, а знаменник визначатиме загальну кількість пакунків.

9. Рекламация

9.1. Рекламация можуть бути пред'явлені:

- Покупцем по відношенню до кількості Продукції, якщо вона не відповідає кількості, зазначеній в пакувальному листі, протягом 2 днів з дати доставки Продукції до основного перевізника, підтвердженої перевізником.
- Покупцем по відношенню до якості Виробів, якщо вона не відповідає якості, зазначеній в сертифікаті якості, не пізніше 5 днів з дати поставки продукції до основного перевізника.

9.2. Якщо дефект виявлений, Покупець повинен пред'явити рекламацию не пізніше 15 календарних днів з дати виявлення дефекту. Рекламация повинна включати маркування дефектної Продукції, яка була переданий Покупцю, докладний опис дефекту, його фото і його причини. Дата отримання рекламации Продавцем вважається датою її пред'явлення.

was transferred to the Buyer, a detailed description of the defect, his photo and its causes. The date of receipt of the complaint by the Seller is considered to be the date of its presentation

9.3. If the claim is substantiated, the Seller shall offer a discount for the good or replace the defective Product in as short a time as possible, but not later than 30 days from the date of receipt of the complaint. In the event of a defect being corrected by replacing the Products, the Seller shall send the Product without defect to the Buyer at its own expense within 90 days after receipt of the complaint.

10. Liquidated Damages.

10.1. In order to eliminate any material losses and damage the Sides will do their best to settle all disputes or discrepancies, which may arise out of during implementation of the terms of the present Contract. However, the following penalty is stipulated:

- Penalty to be paid by the Seller for failure to match the agreed date of delivery shall be 0.5% of the contract price of the undelivered goods for delay of each week or part of week, but shall not exceed 10% of the value of the undelivered Products.

10.2. If the delay in delivery of Items contracted has been arisen from any cause, about which the Seller will promptly notify to the Buyer – the Buyer may admit as reasonable ground for further time, no liquidated damages will be livable during the additional time thus agreed.

10.3. The Seller undertakes obligation of receiving licenses and corresponding permissions for fulfillment the Contract on the territory of Ukraine, for carrying out the customs procedures, providing with transportation and cargo insurance, for carrying out the warranty service (together with the Enterprise of the Seller) and also the settlement of all disputes.

10.4. The Seller hereby gives this undertaking that the defective articles will be replaced or repaired expeditiously by the Seller at no cost to the Buyer.

10.5. In case of failure by the Seller to complete the supplies of the Items within the delivery period, the Buyer reserves the right to cancel the present Contract.

10.6. The extension of delivery period will be granted at the sole discretion of the Buyer only with the penalty, mentioned in para 10.1. of the present Contract.

11. Arbitration.

11.1. All disputes or differences arising out of or in connection with this contract including such disputes as related to the validity of the said contract or any part of it, shall be settled amicably by bilateral discussions.

11.2. In case any dispute, disagreement or question arising out of or relating to this Contract or relating to construction or performance cannot be settled amicably, then within sixty (60) days period as may be mutually agreed upon, from the date on which either party informs the other in writing by a notice that such dispute, disagreement or question exists, will be referred to the Arbitration Tribunal of Chamber of Commerce of UAE, Dubai consisting of three arbitrators, in accordance with its regulations.

11.3. One arbitrator shall be nominated in writing by the Seller and one arbitrator shall be nominated by Buyer.

9.3. Якщо рекламація обґрунтована, Продавець пропонує знижку за товару або замінює дефектну Продукцію у як можливо короткий термін, але не пізніше 30 днів з дати отримання рекламації. У випадку усунення дефекту шляхом заміни Продукції, Продавець відправляє Продукцію без дефекту Покупцю за свій рахунок протягом 90 днів після отримання рекламації.

10. Відповідальність сторін.

10.1. З метою уникнення будь-яких матеріальних збитків Сторони вживуть всіх можливих заходів для врегулювання суперечок та розбіжностей, які можуть виникнути протягом виконання умов даного Контракту. Однак, передбачаються наступні штрафні санкції:

- Пеня, що сплачується Продавцем за зрив обумовленої дати поставки складає 0,5% від загальної ціни на Продукцію, непоставлена в належний час, за кожен тиждень або частину його, але не може перевищувати 10% вартості непоставленої Продукції.

10.2. У випадку, якщо затримка в поставці Продукції була викликана причиною, про яку Продавець оперативно сповістить Покупця і Покупець врахує цю причину поважною, то штрафні санкції на даний період не застосовуються.

10.3. Продавець приймає на себе зобов'язання: по отриманню ліцензій і відповідних дозволів для виконання цього Контракту на території України, виконанню митних процедур, забезпеченню транспортування і страхування вантажу, виконанню гарантійного обслуговування (разом з підприємством-виробником), а також по вирішенню суперечностей.

10.4. Продавець бере на себе зобов'язання, що вся дефектна продукція буде замінена або у найкоротший термін без оплати Покупця.

10.5. У випадку непоставки Продавцем Продукції в обумовлений період, Покупець має право розірвати цей Контракт.

10.6. Покупець на свій власний розсуд може подовжити період поставки лише з відповідним відшкодуванням пені, вказаної у п. 10.1. цього Контракту.

11. Арбітраж.

11.1. Всі суперечки і розбіжності, що виникають в рамках цього Контракту, включаючи суперечності щодо легітимності цього Контракту або окремих його частин, будуть вирішуватися сторонами шляхом двосторонніх переговорів.

11.2. Якщо внаслідок таких переговорів суперечки і розбіжності не можуть бути врегульовані по добрій волі, вони будуть передані для розгляду в Арбітражному суді при Торгово-Промисловій Палаті ОАЕ, Дубай, відповідно до його регламенту, з призначенням трьох Арбітрів протягом шістдесяти (60) днів за узгодженням сторін з дати отримання письмової заяви однією з Сторін від іншої про передачу суперечки на розгляд суду.

11.3. Один арбітр призначається Продавцем, один Покупцем.

11.4. Третій арбітр, що не повинен бути громадянином або жителем однієї з Сторін, або будь-якої третьої країни,

11.4. The third arbitrator, who shall not be a citizen or domicile or of the country either of the parties or of any other country unacceptable to any of the parties shall be nominated by the parties. The third arbitrator may be nominated by the President of Chamber of Commerce of UAE, Dubai at request of either party but the said nomination would be after consultation with both the parties and shall preclude any citizen or domicile of any country as mentioned above from being so nominated. The arbitrator nominated under this Clause shall not be regarded nor act as an umpire.

11.5. In the event of one of the Parties failing to nominate its arbitrator within 60 days, the other Party shall be entitled to request the President of the Chamber of Commerce of UAE, Dubai to nominate another arbitrator as above.

11.6. If the place of the third arbitrator falls vacant, his substitute shall be nominated according to the provisions herein above stipulated.

11.7. The Arbitration Proceedings shall be conducted under the UAE Arbitration and Conciliation Act, 1996 and the award of such Arbitration Tribunal shall be enforceable in UAE Courts only.

11.8. Language of arbitration – English.

11.9. The decision of the majority of the arbitrator shall be binding on the parties to this contract.

11.10. Each Party shall bear its own cost of preparing and presenting its case. The cost of arbitration including the fees and expenses of the third arbitrator shall be shared equally by the Seller and the Buyer.

11.11. The Parties shall continue to perform their respective obligation under this Contract during the pendency of the arbitration proceedings except in so far as such obligations are the subject matter of the said arbitration proceedings.

12. Force Majeure.

12.1. Should any force majeure circumstances arise, each of the contracting Sides shall be excused for non-fulfillment or for delayed fulfillment of any of its contractual obligations for a period of existing force majeure circumstances, if the affected Side informs the other Side in writing within 10 days of its occurrence.

12.2. Force majeure shall mean fires, floods, natural calamities or other acts such as war, turmoil, strikes (as not limited to be establishment of the Seller), sabotage, explosions, and quarantine restrictions beyond the control of either Side.

12.3. It is understood and agreed between the Sides hereto that rights and obligations of the Sides shall be deemed to be in suspension during the continuance of the aforesaid force majeure event and the said rights and obligations shall automatically revive upon the cessation of the intervening force majeure event. The period within which the rights and obligations of the Sides shall be in suspension due to force majeure event shall not be considered as delay with respect to the period of delivery and/or acceptance of delivery or otherwise deterrent to either Side under the Contract.

12.4. Notwithstanding the provisions of the immediately foregoing clauses it is further understood and agreed between the Sides hereto that in the event of any force majeure persisting for an uninterrupted period exceeding 6 (six) months, either Side hereto reserves the right to terminate this Contract upon giving

неприйнятної для однієї з Сторін, призначається сторонами спільно. Передбачається призначення третього арбітра Президентом Торгово-Промислової Палати ОАЕ, Дубай, бажанням однієї з сторін, при обов'язковому узгодженні з іншою Стороною і з урахуванням перелічених вище обмежень. Арбітр, обраний у такий спосіб не буде мати якого-небудь особливого статусу.

11.5. Якщо одна з Сторін не може призначити арбітра протягом 60 днів інша Сторона має право звернутися із проханням до Президента Торгово-Промислової ОАЕ, Дубай, призначити такого арбітра.

11.6. У випадку, якщо вакантним виявляється місце третього арбітра, його призначення проводиться згідно процедури приведеної вище.

11.7. Засідання Арбітражного Суду будуть регулюватися Законом ОАЕ про Арбітраж і Розгляди 1996, і відшкодування збитку буде санкціоноване винятково Судом ОАЕ.

11.8. Мова арбітражного розгляду – англійська.

11.9. Рішення більшості арбітрів буде обов'язковим для обох Сторін

11.10. Витрати по підготовці до судового розгляду, кожна Сторона несе самостійно. Витрати по залученню третього арбітра Сторони несуть спільно і пропорційно.

11.11. Сторони будуть продовжувати виконувати свої зобов'язання за Контрактом в ході розгляду, якщо тільки ці зобов'язання не є предметом арбітражного розгляду.

12. Форс-мажор.

12.1. У випадку виникнення обставин нездоланної сили, кожна з Сторін звільняється на строк їх дії від виконання контрактних зобов'язань у випадку, якщо потерпіла Сторона протягом 10 днів з дати настання таких обставин письмово проінформує іншу Сторону.

12.2. Під форс-мажорними обставинами розуміються пожежі, повені, стихійні лиха і інші події такі, як війна, безладдя, страйки (не обмежені підприємством Продавця), саботаж, вибухи і карантинні обмеження, що знаходяться поза контролем Сторін.

12.3. Сторони згодні, що права і обов'язки за цим Контрактом будуть тимчасово припинені в період дії вищевказаних обставин і автоматично відновлюються після припинення дії обставин. Період припинення дії прав і обов'язків Сторін у зв'язку з форс-мажорними обставинами не буде вважатися затримкою доставки/приймки, або іншою дією на шкоду якій-небудь Стороні за умовами цього Контракту.

12.4. Незважаючи на умови вищезгаданих застережень, Сторони згодні, що у випадку безперервної дії форс-мажорних обставин протягом 6 місяців, кожна з Сторін зберігає за собою право розірвати Контракт після надання за 30 днів відповідного письмового повідомлення іншій Стороні. Сторона, що ініціює таке розірвання, не несе відповідальності, за винятком проведення взаєморозрахунків і передачі виробів в частині виконання сторонами зобов'язань.

prior written notice of 30 (thirty) days to the other Side of the intention to terminate without any liability other than reimbursement on the terms provided in this Contract for the goods received.

12.5 Respective document issued by Chamber of Commerce of Ukraine or Chamber of Commerce of UAE is the legal evidence of force majeure event.

13. Penalty for use of undue influence.

14.1. The Seller undertakes that it has not given, offered or promised to give, directly or indirectly any gift, consideration, reward, commission, fees, brokerage or inducement to any person in service of the Buyer or otherwise in procuring the Contract or forbearing to do or for having done or forborne to do any act in relation to the obtaining or execution of the Contract or any other Contract with the Government for showing or forbearing to show favor or disfavor to any person in relation to the Contract or any other Contract with the Government. Any breach of the above said undertaking by the Seller or any one employed by him or acting on his behalf (whether with or without the knowledge of the "Seller") or the commission of any offense by the Seller or any one employed by him or acting on his behalf, for the prevention of corruption shall entitle the Buyer to cancel the Contract and all or any other Contracts with the Seller and recover from the Seller the amount of any loss arising from such cancellation. A decision of the Buyer or his nominees to the effect that a breach of the undertaking has been committed shall be final and binding on the Seller.

13.2. Giving or offering of any gift, bribe or inducement or any attempt to any such act on behalf of the Seller towards any officer/employee of Buyer or to any other person in a position to influence the decision of the Buyer, directly or indirectly or any attempt to influence any officer/employee of the Buyer for showing any favor in relation to this or any other Contract, shall render the Seller to such liability/penalty as the Buyer may deem proper, including but not limited to termination of the Contract, imposition of penal damages, and refund of amounts paid by the Buyer.

14. Access to the books of accounts.

14.1. In case it is found to the satisfaction of the Buyer that the Seller has engaged an Agent or paid commission or influence any person to obtain the contract as described in clauses relating to Agents/agency commission and penalty for use of undue influence, the Seller, on a specific request of the Buyer shall provide necessary information /inspection of the relevant financial document/information.

15. Risk Purchase Clause.

15.1. In the event of within the period prescribed for delivery of the Items the Seller repudiates at any time the Contract before the expiry of such period, the Buyer may without prejudice to his right to cancel the Contract or part thereof and purchase or authorize the purchase of the "Items" not delivered or other of a similar description.

15.2. The manner and method of such risk purchase shall be at the entire discretion of the Buyer. Before such purchase, it shall be necessary for the Buyer to serve a notice on the defaulting Seller.

12.5. Достатнім доказом дії форс-мажорних обставин є документ, виданий Торгово-промисловою палатою України, чи Торгово-промисловою палатою ОАЕ.

13. Штрафні санкції за здійснення впливу.

13.1. Продавець зобов'язується не надавати, не пропонувати, не обіцяти, прямо або побічно які-небудь подарунки, винагороди, комісійні, платежі, компенсації або заохочення будь-якій особі з боку Покупця, а також не довіряти ведення справ пов'язаних з Контрактом, і не починати яких-небудь дій, пов'язаних з отриманням або виконанням цього Контракту або будь-якого іншого Контракту з Урядом, з метою розташування або неприйняття осіб, пов'язаних з Контрактом або будь-якими іншими Контрактами з Урядом. Будь-яке порушення вищезгаданих зобов'язань Продавцем або особою, найнятою Продавцем, а також особою, що діє від його імені (незалежно від того, знає він про це чи ні) і здійснює порушення з боку Продавця або особою, що діє від його імені, надає право Покупцю розірвати Контракт, а також всі інші Контракти з Продавцем і стягнути з Продавця суму збитку, понесеного внаслідок розірвання Контракту. Рішення Покупця або його довірених осіб про виявлення порушення зобов'язань повинне бути остаточним і обов'язковим для Продавця.

13.2. Пропозиції і надання яких-небудь винагород/заохочень або спроба таких дій від імені Продавця в адресу будь-якої офіційної особи/співробітника Покупця або відносно будь-якої особи, що зможе вплинути на рішення Покупця, прямо або побічно, а також зможе вплинути на офіційних осіб/співробітників Покупця з метою отримання сприяння по відношенню до цього або будь-яких інших Контрактів, дає Покупцю право самостійно прийняти рішення про застосування штрафних санкцій і відшкодування сум, виплачених Покупцем.

14. Доступ до бухгалтерської документації.

14.1. У випадку, якщо буде виявлено Покупцем, що Продавець наймав посередників, платив комісійні, впливав на яку-небудь особу для отримання Контракту, як вказується в статтях Комісійні посередники/посередницькі фірми, Штрафні санкції за здійснення впливу, Продавець на прохання Покупця забезпечить його всією необхідною інформацією/експертизою про фінансові документи, що відносяться до справи.

15. Закупівля зі ступенем ризику.

15.1. В випадку, якщо Продавець протягом періоду, запропонованого для поставки Продукції, відмовився від виконання Контракту до закінчення цього періоду, Покупець має право відмовитися від Контракту або його частини, і придбати або дозволити закупівлю непоставленої Продукції, або Продукції з схожим найменуванням.

15.2. Манера і метод подібної закупівлі зі ступенем ризику будуть визначені винятково Покупцем. Перед такою закупівлею Покупець направить повідомлення Продавцю, що не виконав зобов'язання.

15.3. Якщо Продавець не виконає зобов'язань за Контрактом, Покупець буде мати право ігнорувати його тендерну пропозицію у зв'язку з ризиками закупівлі, навіть якщо його ціни будуть найнижчими.

15.3. If the Seller defaults in the performance of the original Contract, the Buyer shall have the right to ignore his tender for risk of purchase even though it is the lowest.

16. Other conditions.

16.1. For interpretation of this contract the Incoterms 2010 and UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods 1980 shall apply.

16.2. All appendix and amendments to this Contract are considered as its integral part.

16.3. Neither of the Sides has right to retransfer its rights and obligations as per the present Contract to the third Side without written permission of the other Side.

16.4. All changes and amendments to the present Contract are valid under condition if they are done in the written form and signed by the authorized representatives of both Sides.

16.5. The present Contract has been signed in 2 copies, on 9 pages each, in English and Ukrainian languages, 2 copies for Buyer and 1 for the Seller.

16.6. The present Contract comes into force from the date signing of Contract by both the parties and is effective till full completion of obligations by all the Sides.

16.7. During interpretation of the terms of the present Contract English version prevails.

16.8. After the date of coming into force of the present Contract all correspondence between the Sides will become nil and void.

16.9. For prompt information to each other about fulfillment of the present Contract and solving of the questions that may be arise in this regard, the Sides agreed to use facsimile communication and such messages (further exchanged for originals) will be valid till complete fulfillment of contractual obligations by both the Sides.

17. Essentials of the Sides.

“BUYER”

LeWinkel, Dubai, UAE

Address:

294415, UAE, Dubai, Al Badia Blvd

“SELLER”

PRJSC "Obolon"

street Bohatyr'ska, 3,

Kyiv, 04212, Ukraine

Bank essentials:

Code of the EDRPOU: 05391057

ON BEHALF OF THE BUYER
ВІД ІМЕНІ ПОКУПЦЯ

16. Інші умови.

16.1. При інтерпретації дійсного Контракту застосовуються правила «ІНКОТЕРМС 2010» і Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р.

16.2. Всі додатки і доповнення до цього Контракту є його невід'ємною частиною.

16.3. Жодна з сторін не має права передавати свої права і зобов'язання за цим Контрактом третій Стороні без письмової згоди іншої Сторони.

16.4. Всі зміни і доповнення до цього Контракту вважаються дійсними, якщо вони зроблені в письмовій формі і підписані уповноваженими представниками Сторін.

16.5. Цей Контракт підписаний у 2 примірниках, на 9 сторінках кожен, на англійській і українській мовах, 2 примірники Покупцю і 1 примірник Продавцю.

16.6. Цей Контракт набирає сили з дати підписання контракту обома Сторонами і діє до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

16.7. При тлумаченні умов даного Контракту перевага надається англійській мові.

16.8. Передконтрактне листування між Сторонами втрачає свою юридичну силу після набуття чинності даного Контракту.

16.9. З метою оперативного інформування Сторонами один одного про хід виконання даного Контракту та для вирішення питань, що можуть виникнути при виконанні даного Контракту, Сторони погодилися використовувати факсимільний зв'язок, і факсові повідомлення (з послідуною заміною на оригінали) матимуть юридичну силу до повного виконання Сторонами своїх контрактних зобов'язань.

17. Реквізити Сторін.

«ПОКУПЕЦЬ»

LeWinkel, Дубай, ОАЕ

Адреса:

294415, ОАЕ, м. Дубай, бульв. Аль-Бадія

«ПРОДАВЕЦЬ»

ПрАТ «Оболонь»

вул. Богатирська, 3,

м. Київ, 04212, Україна

Банківські реквізити:

Код ЄДРПОУ: 05391057

ON BEHALF OF THE SELLER
ВІД ІМЕНІ ПРОДАВЦЯ

CONTRACT No. 179756 dated 21.11.19

КОНТРАКТ № 179756 від 21.11.19

LIST OF THE «PRODUCT»

ПЕРЕЛІК «ПРОДУКЦІЇ»

Sl. No. № з.п.	Description Найменування	Q-ty decalitres/ К-ть декалітрів	Price per unit (USD) Ціна за дал., дол. США	Total cost (USD) Загальна вартість, дол. США
1.	Obolon Lemonade Non-alcoholic soft drink 1l / Наній безалкогольний сильногазований «Оболонь Лимонад», 1 л.	1200	6,968	8 361,600
Всього, дол.. США : Total, US Dollars :				8 361,600

ON BEHALF OF THE BUYER
ВІД ІМЕНІ ПОКУПЦЯON BEHALF OF THE SELLER
ВІД ІМЕНІ ПРОДАВЦЯ

CONTRACT No. 212315

КОНТРАКТ № 212315

Kyiv

01.11.2020

м. Київ

01.11.2020

Company PRJSC OBOLON Kyiv, Ukraine, represented by Deputy Director Bulakh I. V., hereinafter referred to as the "Seller" on the one part and SC PROCER COMPANY SA, Bucharest, Romania, represented by Daniel Grigore, is hereinafter referred to as the "Buyer" hereinafter referred to as the "Buyer", on the other part (hereinafter referred to as the "Sides") have concluded the present Contract for the following:

Компанія ПРАТ «ОБОЛОНЬ» м. Київ, Україна, в особі головного виконавчого директора Булаха І.В., іменованого надалі «Продавець», з одного боку, і SC PROCER COMPANY SA, м. Бухарест, Румунія, в особі Данієла Грігора, іменованого надалі «Покупець», з іншого боку, (іменовані надалі Сторони), уклали даний Контракт про наступне:

1. Subject of the Contract.

1.1. The Seller shall transfer the right of property to the Buyer and the Buyer undertakes to accept and pay for the soft drinks after referred to as "Products", the name, the quantity and the list of which are given in Appendix No. 1 to this Contract, which is an integral part and meets its requirements.

1. Предмет Контракту.

1.1. Продавець зобов'язується передати у власність Покупця, а Покупець прийняти і оплатити безалкогольні напої іменовані надалі – «Продукція», найменування, кількості та перелік яких наведені у Додатку № 1 до цього Контракту, що складає його невід'ємну частину і відповідає його вимогам.

2. The quantity and the quality of the Items.

2.1. Quantity and nomenclature of the Products are specified in the Appendix No. 1 to the present Contract.

2. Кількість і якість виробів.

2.1. Кількість і номенклатура Виробів зазначені в Додатку № 1 до цього Контракту.

3. Terms and conditions of delivery.

3.2. The Seller will ensure supply of the Products on the following terms – FCA Kyiv According to the regulations of INCOTERMS 2020.

3.2. Supply of the Products will be fulfilled within delivery periods respectively specified in Enclosures, i.e. 180 days from contract effective date.

3.3. On the agreement of both Sides early delivery is allowed. Partial shipment is allowed.

3. Умови поставки.

3.1. Продавець забезпечить поставку Продукції на умовах FCA Київ відповідно до правил ІНКОТЕРМС в редакції 2020 року.

3.2. Поставку Продукції буде здійснено у період 180 днів з дати вступу контракта в силу.

3.3. За згодою Сторін дозволяється дострокова поставка. Поставка партіями дозволяється. Дозволяються щомісячні поставки, згідно замовлень Покупця.

4. Price and total amount of the Contract.

4.3. The prices of the Products on the terms FCA Kyiv on the terms of delivery are indicated in Appendix No. 1 to this Contract and are set in euro.

4.4. The cost of packing, marking of packages, insurance and transportation from the Seller to Buyer's consignee address has been included into the Items price.

4.3. The total amount of the present Contract is 11 457,6 euro.

4. Ціна та загальна сума Контракту.

4.1. Ціни Виробів на умовах постачання FCA Київ зазначені в Додатку № 1 до цього Контракту і встановлюються в євро.

4.2. Ціни на Вироби включають вартість пакування, маркування, страхування та транспортування від Продавця до Покупця.

4.3. Загальна ціна цього Контракту складає 11 457,6 євро.

5. Terms of Payment.

5.1. 100% of the total price, as a full subscription to the ordered Products, regardless of the moment of delivery of the Products to the end user, will be paid by the Buyer by direct bank transfer no later than 10 working days before the date of departure of the goods by the Seller.

5.2. Payment will be affected to to the Seller's account as follows:

Bank essentials:

Code of the USREOU: 05391057

All documents specified above are written in English.

5.3. The Buyer will pay all the bank charges/expenses related to the payments outside Ukrainian territory except expenses of the Seller's Bank and Correspondent Bank.

5. Умови платежу.

5.1. 100% загальної ціни, як повна передплата замовленої Продукції, незалежно від моменту доставки Продукції кінцевому користувачу, буде сплачено Покупцем прямим банківським переказом не пізніше 10 робочих до дати відправлення товару Продавцем.

5.2. Платіж буде здійснено на наступний банківський рахунок Продавця:

Банківські реквізити:

Код ЄДРПОУ: 05391057

Всі документи, вказані вище, мають бути складені англійською мовою.

5.3. Покупець сплачує всі банківські витрати і збори, пов'язані з платежами за межами території України, за винятком комісії банку Продавця і банку Кореспондента.

5.4. All the taxes, duties and expenses, including customs duties and taxes, as well as duties for the organization and realization of the present Contract are paid on the territory of Ukraine by the Seller and outside by the Buyer.

6. Notification of Shipment.

6.1 The seller within 2 days from the date of shipment of Products the main carrier notifies the Buyer of this fact by fax, informing the following information and adding copies of the following documents indicating following information and copies of documents:

- name of carrier and container number;
- number and date of the bill of lading;
- port of loading / unloading;
- number of packing places;
- a copy of the invoice;
- a copy of the TTN (CMR).

6.2. The seller will also inform SC PROCER COMPANY SA, including the export sales department, or the responsible regional manager at the email address / telephone / fax office@procer.ro / + 0751139660 along with a scan copy of the Specification for the relevant consignment item, and the consignment note and bill of lading on the day of shipment of cargo

7. The Conditions of Acceptance.

7.1. Products are deemed delivered by the Seller and accepted by the Buyer:

- by quantity and completeness - in accordance with the number of packages and weights specified in the shipping specification and / or the packing sheet;
- in quality - according to the quality certificate, and European Veterinary Certificate given by the manufacturer.

8. Packing and marking.

8.1. The packages and internal packing must ensure complete preservation of the content and be safe from damages during transportation by all means of transport and also be safe from atmospheric environmental effects.

8.2. Into every package the "Seller" should place following documents:

- Packing list in English;
- Passport (label) for each "Product".

8.3. The package No. will be marked as a fraction the numerator of which will be serial No. of the package and the denominator will indicate total quantity of the packages.

9. Claims

9.1. The claims may be set forth:

- By the Buyer with respect to the quantity of Items if it does not comply with the quantity that is indicated in the packing list within 2 days from the date of delivery of the Products to the main carrier, confirmed by the carrier.

- Purchaser in relation to the quality of the Products, if it does not meet the quality specified in the quality certificate, no later than 3 days from the date of delivery to the main carrier .

9.2. If a defect is detected, the Buyer must file a complaint no later than 15 calendar days from the date of defect identification. Complaint should include labeling of defective Products, which

5.4. Всі витрати, збори, комісії, включаючи митні витрати і збори з організації і виконання цього Контракту на території України несе Продавець, поза територією України – Покупець.

6. Повідомлення про поставку.

6.1. Продавець протягом 2 днів з дати відвантаження Продукції до основного перевізника сповіщає про це Покупця факсимільним зв'язком, повідомляючи наступну інформацію і додаючи копії наступних документів:

- найменування перевізника та номери контейнерів;
- номер та дата коносаменту;
- порт завантаження/розвантаження;
- кількість пакувальних місць;
- копія рахунку-фактури;
- копія ТТН(CMR).

6.2. Продавець також повідомить SC PROCER COMPANY SA, зокрема відділ зі збуту на експорт, або відповідального регіонального менеджера за електронною адресою/ телефоном/ факсом office@procer.ro / + 0751139660 разом із скан-копією Специфікації на відповідну партію товару, та товаро-транспортної накладної та коносаменту в день відвантаження грузу

7. Умови приймання-передачі.

7.1. Продукція вважається поставленою Продавцем і прийнятими Покупцем:

- по кількості і комплектності – відповідно до числа пакунків і ваги, що зазначені у відвантажувальній специфікації та/або пакувальному аркуші;
- по якості – відповідно до сертифіката якості, та європейського ветеринарного сертифікату, наданого заводом-виробником.

8. Пакування і маркування

8.1. Тара і внутрішнє пакування повинні забезпечувати повну схоронність вантажу і охороняти вантаж від ушкоджень при транспортуванні всіма видами транспорту, а також охороняти вантаж від атмосферного впливу.

8.2. В кожний транспортний пакунок Продавцем повинні бути вкладені наступні документи:

- пакувальний аркуш англійською мовою;
- паспорт (етикетка) на кожну Продукцію

8.3. Номери пакунків будуть нанесені у вигляді дробу, чисельник якої визначатиме номер пакунку за порядком, а знаменник визначатиме загальну кількість пакунків.

9. Рекламация

9.1. Рекламация можуть бути пред'явлені:

- Покупцем по відношенню до кількості Продукції, якщо вона не відповідає кількості, зазначеній в пакувальному листі, протягом 2 днів з дати доставки Продукції до основного перевізника, підтвердженої перевізником.
- Покупцем по відношенню до якості Виробів, якщо вона не відповідає якості, зазначеній в сертифікаті якості, не пізніше 5 днів з дати поставки продукції до основного перевізника.

9.2. Якщо дефект виявлений, Покупець повинен пред'явити рекламацию не пізніше 15 календарних днів з дати виявлення дефекту. Рекламация повинна включати маркування дефектної Продукції, яка була переданий Покупцю, докладний опис дефекту, його фото і його

was transferred to the Buyer, a detailed description of the defect, his photo and its causes. The date of receipt of the complaint by the Seller is considered to be the date of its presentation

9.3. If the claim is substantiated, the Seller shall offer a discount for the good or replace the defective Product in as short a time as possible, but not later than 30 days from the date of receipt of the complaint. In the event of a defect being corrected by replacing the Products, the Seller shall send the Product without defect to the Buyer at its own expense within 90 days after receipt of the complaint.

10. Liquidated Damages.

10.1. In order to eliminate any material losses and damage the Sides will do their best to settle all disputes or discrepancies, which may arise out of during implementation of the terms of the present Contract. However, the following penalty is stipulated:

- Penalty to be paid by the Seller for failure to match the agreed date of delivery shall be 0.5% of the contract price of the undelivered goods for delay of each week or part of week, but shall not exceed 10% of the value of the undelivered Products.

10.2. If the delay in delivery of Items contracted has been arisen from any cause, about which the Seller will promptly notify to the Buyer – the Buyer may admit as reasonable ground for further time, no liquidated damages will be livable during the additional time thus agreed.

10.3. The Seller undertakes obligation of receiving licenses and corresponding permissions for fulfillment the Contract on the territory of Ukraine, for carrying out the customs procedures, providing with transportation and cargo insurance, for carrying out the warranty service (together with the Enterprise of the Seller) and also the settlement of all disputes.

10.4. The Seller hereby gives this undertaking that the defective articles will be replaced or repaired expeditiously by the Seller at no cost to the Buyer.

10.5. In case of failure by the Seller to complete the supplies of the Items within the delivery period, the Buyer reserves the right to cancel the present Contract.

10.6. The extension of delivery period will be granted at the sole discretion of the Buyer only with the penalty, mentioned in para 10.1. of the present Contract.

11. Arbitration.

11.1. All disputes or differences arising out of or in connection with this contract including such disputes as related to the validity of the said contract or any part of it, shall be settled amicably by bilateral discussions.

11.2. In case any dispute, disagreement or question arising out of or relating to this Contract or relating to construction or performance cannot be settled amicably, then within sixty (60) days period as may be mutually agreed upon, from the date on which either party informs the other in writing by a notice that such dispute, disagreement or question exists, will be referred to the Arbitration Tribunal of Chamber of Commerce of Romania, Bucharest, consisting of three arbitrators, in accordance with its regulations.

11.3. One arbitrator shall be nominated in writing by the Seller and one arbitrator shall be nominated by Buyer.

причини. Дата отримання рекламції Продавцем вважається датою її пред'явлення.

9.3. Якщо рекламація обґрунтована, Продавець пропонує знижку за товару або замінює дефектну Продукцію у як можливо короткий термін, але не пізніше 30 днів з дати отримання рекламції. У випадку усунення дефекту шляхом заміни Продукції, Продавець відправляє Продукцію без дефекту Покупцю за свій рахунок протягом 90 днів після отримання рекламції.

10. Відповідальність сторін.

10.1. З метою уникнення будь-яких матеріальних збитків Сторони вживуть всіх можливих заходів для врегулювання суперечок та розбіжностей, які можуть виникнути протягом виконання умов даного Контракту. Однак, передбачаються наступні штрафні санкції:

- Пеня, що сплачується Продавцем за зрив обумовленої дати поставки складає 0,5% від загальної ціни на Продукцію, непоставлена в належний час, за кожен тиждень або частину його, але не може перевищувати 10% вартості непоставленої Продукції.

10.2. У випадку, якщо затримка в поставці Продукції була викликана причиною, про яку Продавець оперативно сповістить Покупця і Покупець врахує цю причину поважною, то штрафні санкції на даний період не застосовуються.

10.3. Продавець приймає на себе зобов'язання: по отриманню ліцензій і відповідних дозволів для виконання цього Контракту на території України, виконанню митних процедур, забезпеченню транспортування і страхування вантажу, виконанню гарантійного обслуговування (разом з підприємством-виробником), а також по вирішенню суперечностей.

10.4. Продавець бере на себе зобов'язання, що вся дефектна продукція буде замінена або у найкоротший термін без оплати Покупця.

10.5. У випадку непоставки Продавцем Продукції в обумовлений період, Покупець має право розірвати цей Контракт.

10.6. Покупець на свій власний розсуд може подовжити період поставки лише з відповідним відшкодуванням пені, вказаної у п. 10.1. цього Контракту.

11. Арбітраж.

11.1. Всі суперечки і розбіжності, що виникають в рамках цього Контракту, включаючи суперечності щодо легітимності цього Контракту або окремих його частин, будуть вирішуватися сторонами шляхом двосторонніх переговорів.

11.2. Якщо внаслідок таких переговорів суперечки і розбіжності не можуть бути врегульовані по добрій волі, вони будуть передані для розгляду в Арбітражному суді при Торгово-Промисловій Палаті Румунії, Бухарест, відповідно до його регламенту, з призначенням трьох Арбітрів протягом шістдесяти (60) днів за узгодженням сторін з дати отримання письмової заяви однією з Сторін від іншої про передачу суперечки на розгляд суду.

11.3. Один арбітр призначається Продавцем, один Покупцем.

11.4. The third arbitrator, who shall not be a citizen or domicile or of the country either of the parties or of any other country unacceptable to any of the parties shall be nominated by the parties. The third arbitrator may be nominated by the President of Chamber of Commerce of Romania, Bucharest at request of either party but the said nomination would be after consultation with both the parties and shall preclude any citizen or domicile of any country as mentioned above from being so nominated. The arbitrator nominated under this Clause shall not be regarded nor act as an umpire.

11.5. In the event of one of the Parties failing to nominate its arbitrator within 60 days, the other Party shall be entitled to request the President of the Chamber of Commerce of Romania, Bucharest to nominate another arbitrator as above.

11.6. If the place of the third arbitrator falls vacant, his substitute shall be nominated according to the provisions herein above stipulated.

11.7. The Arbitration Proceedings shall be conducted under the UAE Arbitration and Conciliation Act, 1996 and the award of such Arbitration Tribunal shall be enforceable in Romania Courts only.

11.8. Language of arbitration – English.

11.9. The decision of the majority of the arbitrator shall be binding on the parties to this contract.

11.10. Each Party shall bear its own cost of preparing and presenting its case. The cost of arbitration including the fees and expenses of the third arbitrator shall be shared equally by the Seller and the Buyer.

11.11. The Parties shall continue to perform their respective obligation under this Contract during the pendency of the arbitration proceedings except in so far as such obligations are the subject matter of the said arbitration proceedings.

12. Force Majeure.

12.1. Should any force majeure circumstances arise, each of the contracting Sides shall be excused for non-fulfillment or for delayed fulfillment of any of its contractual obligations for a period of existing force majeure circumstances, if the affected Side informs the other Side in writing within 10 days of its occurrence.

12.2. Force majeure shall mean fires, floods, natural calamities or other acts such as war, turmoil, strikes (as not limited to be establishment of the Seller), sabotage, explosions, and quarantine restrictions beyond the control of either Side.

12.3. It is understood and agreed between the Sides hereto that rights and obligations of the Sides shall be deemed to be in suspension during the continuance of the aforesaid force majeure event and the said rights and obligations shall automatically revive upon the cessation of the intervening force majeure event. The period within which the rights and obligations of the Sides shall be in suspension due to force majeure event shall not be considered as delay with respect to the period of delivery and/or acceptance of delivery or otherwise deterrent to either Side under the Contract.

12.4. Notwithstanding the provisions of the immediately foregoing clauses it is further understood and agreed between the Sides hereto that in the event of any force majeure persisting for an uninterrupted period exceeding 6 (six) months, either Side

11.4. Третій арбітр, що не повинен бути громадянином або жителем однієї з Сторін, або будь-якої третьої країни, неприйнятної для однієї з Сторін, призначається сторонами спільно. Передбачається призначення третього арбітра Президентом Торгово-Промислової Палати Румунії, Бухарест, бажанням однієї з сторін, при обов'язковому узгодженні з іншою Стороною і з урахуванням перелічених вище обмежень. Арбітр, обраний у такий спосіб не буде мати якого-небудь особливого статусу.

11.5. Якщо одна з Сторін не може призначити арбітра протягом 60 днів інша Сторона має право звернутися з проханням до Президента Торгово-Промислової Румунії, Бухарест, призначити такого арбітра.

11.6. У випадку, якщо вакантним виявляється місце третього арбітра, його призначення проводиться згідно процедури приведеної вище.

11.7. Засідання Арбітражного Суду будуть регулюватися Законом Румунії про Арбітраж і Розгляди 1996, і відшкодування збитку буде санкціоноване винятково Судом Румунії.

11.8. Мова арбітражного розгляду – англійська.

11.9. Рішення більшості арбітрів буде обов'язковим для обох Сторін

11.10. Витрати по підготовці до судового розгляду, кожна Сторона несе самостійно. Витрати по залученню третього арбітра Сторони несуть спільно і пропорційно.

11.11. Сторони будуть продовжувати виконувати свої зобов'язання за Контрактом в ході розгляду, якщо тільки ці зобов'язання не є предметом арбітражного розгляду.

12. Форс-мажор.

12.1. У випадку виникнення обставин нездоланної сили, кожна з Сторін звільняється на строк їх дії від виконання контрактних зобов'язань у випадку, якщо потерпіла Сторона протягом 10 днів з дати настання таких обставин письмово проінформує іншу Сторону.

12.2. Під форс-мажорними обставинами розуміються пожежі, повені, стихійні лиха і інші події такі, як війна, безладдя, страйки (не обмежені підприємством Продавця), саботаж, вибухи і карантинні обмеження, що знаходяться поза контролем Сторін.

12.3. Сторони згодні, що права і обов'язки за цим Контрактом будуть тимчасово припинені в період дії вищевказаних обставин і автоматично відновлюються після припинення дії обставин. Період припинення дії прав і обов'язків Сторін у зв'язку з форс-мажорними обставинами не буде вважатися затримкою доставки/приймки, або іншою дією на шкоду якій-небудь Стороні за умовами цього Контракту.

12.4. Незважаючи на умови вищезгаданих застережень, Сторони згодні, що у випадку безперервної дії форс-мажорних обставин протягом 6 місяців, кожна з Сторін зберігає за собою право розірвати Контракт після надання за 30 днів відповідного письмового повідомлення іншій Стороні. Сторона, що ініціює таке розірвання, не несе

hereto reserves the right to terminate this Contract upon giving prior written notice of 30 (thirty) days to the other Side of the intention to terminate without any liability other than reimbursement on the terms provided in this Contract for the goods received.

12.5 Respective document issued by Chamber of Commerce of Ukraine or Chamber of Commerce of Romania is the legal evidence of force majeure event.

13. Penalty for use of undue influence.

14.1. The Seller undertakes that it has not given, offered or promised to give, directly or indirectly any gift, consideration, reward, commission, fees, brokerage or inducement to any person in service of the Buyer or otherwise in procuring the Contract or forbearing to do or for having done or forborne to do any act in relation to the obtaining or execution of the Contract or any other Contract with the Government for showing or forbearing to show favor or disfavor to any person in relation to the Contract or any other Contract with the Government. Any breach of the above said undertaking by the Seller or any one employed by him or acting on his behalf (whether with or without the knowledge of the "Seller") or the commission of any offense by the Seller or any one employed by him or acting on his behalf, for the prevention of corruption shall entitle the Buyer to cancel the Contract and all or any other Contracts with the Seller and recover from the Seller the amount of any loss arising from such cancellation. A decision of the Buyer or his nominees to the effect that a breach of the undertaking has been committed shall be final and binding on the Seller.

13.2. Giving or offering of any gift, bribe or inducement or any attempt to any such act on behalf of the Seller towards any officer/employee of Buyer or to any other person in a position to influence the decision of the Buyer, directly or indirectly or any attempt to influence any officer/employee of the Buyer for showing any favor in relation to this or any other Contract, shall render the Seller to such liability/penalty as the Buyer may deem proper, including but not limited to termination of the Contract, imposition of penal damages, and refund of amounts paid by the Buyer.

14. Access to the books of accounts.

14.1. In case it is found to the satisfaction of the Buyer that the Seller has engaged an Agent or paid commission or influence any person to obtain the contract as described in clauses relating to Agents/agency commission and penalty for use of undue influence, the Seller, on a specific request of the Buyer shall provide necessary information /inspection of the relevant financial document/information.

15. Risk Purchase Clause.

15.1. In the event of within the period prescribed for delivery of the Items the Seller repudiates at any time the Contract before the expiry of such period, the Buyer may without prejudice to his right to cancel the Contract or part thereof and purchase or authorize the purchase of the "Items" not delivered or other of a similar description.

15.2. The manner and method of such risk purchase shall be at the entire discretion of the Buyer. Before such purchase, it shall be necessary for the Buyer to serve a notice on the defaulting Seller.

відповідальності, за винятком проведення взаєморозрахунків і передачі виробів в частині виконання сторонами зобов'язань.

12.5. Достатнім доказом дії форс-мажорних обставин є документ, виданий Торгово-промисловою палатою України, чи Торгово-промисловою палатою Румунії.

13. Штрафні санкції за здійснення впливу.

13.1. Продавець зобов'язується не надавати, не пропонувати, не обіцяти, прямо або побічно які-небудь подарунки, винагороди, комісійні, платежі, компенсації або заохочення будь-якій особі з боку Покупця, а також не довіряти ведення справ пов'язаних з Конtrakтом, і не починати яких-небудь дій, пов'язаних з отриманням або виконанням цього Конtrakту або будь-якого іншого Конtrakту з Урядом, з метою розташування або неприйняття осіб, пов'язаних з Конtrakтом або будь-якими іншими Конtrakтами з Урядом. Будь-яке порушення вищезгаданих зобов'язань Продавцем або особою, найнятою Продавцем, а також особою, що діє від його імені (незалежно від того, знає він про це чи ні) і здійснює порушення з боку Продавця або особою, що діє від його імені, надає право Покупцю розірвати Конtrakт, а також всі інші Конtrakти з Продавцем і стягнути з Продавця суму збитку, понесеного внаслідок розірвання Конtrakту. Рішення Покупця або його довірених осіб про виявлення порушення зобов'язань повинне бути остаточним і обов'язковим для Продавця.

13.2. Пропозиції і надання яких-небудь винагород/заохочень або спроба таких дій від імені Продавця в адресу будь-якої офіційної особи/співробітника Покупця або відносно будь-якої особи, що зможе вплинути на рішення Покупця, прямо або побічно, а також зможе вплинути на офіційних осіб/співробітників Покупця з метою отримання сприяння по відношенню до цього або будь-яких інших Конtrakтів, дає Покупцю право самостійно прийняти рішення про застосування штрафних санкцій і відшкодування сум, виплачених Покупцем.

14. Доступ до бухгалтерської документації.

14.1. У випадку, якщо буде виявлено Покупцем, що Продавець наймає посередників, платив комісійні, впливав на яку-небудь особу для отримання Конtrakту, як вказується в статтях Комісійні посередники/посередницькі фірми, Штрафні санкції за здійснення впливу, Продавець на прохання Покупця забезпечить його всією необхідною інформацією/експертизою про фінансові документи, що відносяться до справи.

15. Закупівля зі ступенем ризику.

15.1. В випадку, якщо Продавець протягом періоду, запропонованого для поставки Продукції, відмовився від виконання Конtrakту до закінчення цього періоду, Покупець має право відмовитися від Конtrakту або його частини, і придбати або дозволити закупівлю непоставленої Продукції, або Продукції з схожим найменуванням.

15.2. Манера і метод подібної закупівлі зі ступенем ризику будуть визначені винятково Покупцем. Перед такою закупівлею Покупець направить повідомлення Продавцю, що не виконав зобов'язання.

15.3. Якщо Продавець не виконає зобов'язань за Конtrakтом, Покупець буде мати право ігнорувати його тендерну пропозицію у зв'язку з ризиками закупівлі, навіть якщо його ціни будуть найнижчими.

15.3. If the Seller defaults in the performance of the original Contract, the Buyer shall have the right to ignore his tender for risk of purchase even though it is the lowest.

16. Other conditions.

16.1. For interpretation of this contract the Incoterms 2020 and UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods 1980 shall apply.

16.2. All appendix and amendments to this Contract are considered as its integral part.

16.3. Neither of the Sides has right to retransfer its rights and obligations as per the present Contract to the third Side without written permission of the other Side.

16.4. All changes and amendments to the present Contract are valid under condition if they are done in the written form and signed by the authorized representatives of both Sides.

16.5. The present Contract has been signed in 2 copies, on 9 pages each, in English and Ukrainian languages, 2 copies for Buyer and 1 for the Seller.

16.6. The present Contract comes into force from the date signing of Contract by both the parties and is effective till full completion of obligations by all the Sides.

16.7. During interpretation of the terms of the present Contract English version prevails.

16.8. After the date of coming into force of the present Contract all correspondence between the Sides will become nil and void.

16.9. For prompt information to each other about fulfillment of the present Contract and solving of the questions that may be arise in this regard, the Sides agreed to use facsimile communication and such messages (further exchanged for originals) will be valid till complete fulfillment of contractual obligations by both the Sides.

16. Інші умови.

16.1. При інтерпретації дійсного Контракту застосовуються правила «ІНКОТЕРМС 2020» і Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р.

16.2. Всі додатки і доповнення до цього Контракту є його невід'ємною частиною.

16.3. Жодна з сторін не має права передавати свої права і зобов'язання за цим Контрактом третій Стороні без письмової згоди іншої Сторони.

16.4. Всі зміни і доповнення до цього Контракту вважаються дійсними, якщо вони зроблені в письмовій формі і підписані уповноваженими представниками Сторін.

16.5. Цей Контракт підписаний у 2 примірниках, на 9 сторінках кожен, на англійській і українській мовах, 2 примірники Покупцю і 1 примірник Продавцю.

16.6. Цей Контракт набирає сили з дати підписання контракту обома Сторонами і діє до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

16.7. При тлумаченні умов даного Контракту перевага надається англійській мові.

16.8. Передконтрактне листування між Сторонами втрачає свою юридичну силу після набуття чинності даного Контракту.

16.9. З метою оперативного інформування Сторонами один одного про хід виконання даного Контракту та для вирішення питань, що можуть виникнути при виконанні даного Контракту, Сторони погодилися використовувати факсимільний зв'язок, і факсові повідомлення (з послідуною заміною на оригінали) матимуть юридичну силу до повного виконання Сторонами своїх контрактних зобов'язань.

17. Essentials of the Sides.

“BUYER”

SC PROCER COMPANY SA, Romania, Bucharest
Address:
077010, Romania, Bucharest, Urziceni Road, no. 31.

“SELLER”

PRJSC "Obolon"
street Bohatyr'ska, 3,
Kyiv, 04212, Ukraine

Bank essentials:

Code of the EDRPOU: 05391057

17. Реквізити Сторін.

«ПОКУПЕЦЬ»

SC PROCER COMPANY SA, Румунія, Бухарест
Адреса:
077010, Румунія, м. Бухарест, вул. Урзічені 31

«ПРОДАВЕЦЬ»

ПрАТ «Оболонь»
вул. Богатирська, 3,
м. Київ, 04212, Україна

Банківські реквізити:

Код ЄДРПОУ: 05391057

ON BEHALF OF THE BUYER
ВІД ІМЕНІ ПОКУПЦЯ

ON BEHALF OF THE SELLER
ВІД ІМЕНІ ПРОДАВЦЯ

CONTRACT No. 212315 dated 01.11.20
КОНТРАКТ № 212315 від 01.11.20LIST OF THE «PRODUCT»
ПЕРЕЛІК «ПРОДУКЦІЇ»

Sl. No. № з.п.	Description Найменування	Q-ty decalitres / К-ть декалітрів	Price per unit (EURO) Ціна за дал., євро	Total cost (EURO) Загальна вартість, євро
1.	Non-alcoholic soft drink «Zhyvchuk» 1l. / Наній безалкогольний сильногазований ТМ «Живчик», 1 л. (в асортименті)	1848	6,20	11 457,60
Всього, євро : Total, euro :				11 457,60

ON BEHALF OF THE BUYER
ВІД ІМЕНІ ПОКУПЦЯON BEHALF OF THE SELLER
ВІД ІМЕНІ ПРОДАВЦЯ