

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Організація імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС»
(за матеріалами ІІІ Будпостач)

Студента ІV курсу, 4 групи, спеціальності
073 «Менеджмент» спеціалізації
«Менеджмент зовнішньоекономічної
діяльності»

Лещенко Артем
Русланович

(підпис
студента)

Науковий керівник кандидат економічних
наук, доцент кафедри міжнародного
менеджменту

Прохорова
Марина
Едуардівна

(підпис
наукового
керівника)

Гарант освітньої програми
«Менеджмент»
зовнішньоекономічної діяльності»
кандидат економічних наук, доцент кафедри
міжнародного менеджменту

—
(підпис
гаранта)

П'янкова
Оксана
Василівна

Київ 2022

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права
Кафедра міжнародного менеджменту
Спеціальність «Менеджмент»,
спеціалізація «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. кафедри _____

«___» _____ 20___ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Лещенко Артем Русланович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

Організація імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС (за матеріалами ПП Будпостач)

Затверджена наказом КНТЕУ від «20» грудня 2021р. № 4205

2. Строк здачі студентом закінченої роботи 03.06.2022

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи

Проведення аналітичних досліджень та розробка практичних рекомендацій щодо організації імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС за матеріалами ПП «Будпостач».

Об'єкт дослідження

Процес організації будівельних матеріалів з країн ЄС за матеріалами ПП «Будпостач».

Предмет дослідження

Механізм організації імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС на підприємстві ПП «Будпостач».

4. Перелік графічного матеріалу

Таблиць: 31 , Рисунки: 9, Діаграм:0 , Графіків:0

5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ім'я)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ПП «БУДПОСТАЧ»

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ПП «Будпостач»

1.2. Аналіз імпортової діяльності підприємства

РОЗДІЛ 2. ОБґРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ПП «БУДПОСТАЧ»

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку будівельних матеріалів

2.2. Дослідження ринку будівельних матеріалів України

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ПП «БУДПОСТАЧ» БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ З КРАЇН ЄС

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ПП «Будпостач» будівельних матеріалів з країн ЄС

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ПП «Будпостач» будівельних матеріалів з країн ЄС

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускного кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Затвердження плану випускних кваліфікаційних робіт у наукових керівників	11.02.2022	11.02.2022
2.	Подача науковому керівнику 1-го розділу	15.04.2022	15.04.2022
3.	Подача науковому керівнику 2-го розділу	01.05.2022	01.05.2022
4.	Подача науковому керівнику 3-го розділу	13.05.2022	13.05.2022
5.	Подача науковому керівнику доопрацьованої роботи	25.05.2022	25.05.2022
6.	Попередній захист	01.06.2022	01.06.2022
7.	Подача роботи завідуючому кафедрі	03.06.2022	03.06.2022

8. Дата видачі завдання «01» лютого 2022 р.

9. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Прохорова Марина Едуардівна
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Гарант освітньої програми П'янкова Оксана Василівна
(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент
Лещенко А.Р.
(прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи
Тема випускної кваліфікаційної роботи «Організація імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС» є актуальною, оскільки в сучасних економічних умовах кількість компаній, які укладають договори з іноземними підприємствами невпинно зростає. Для ефективної діяльності ці компанії постійно оптимізують витрати, використовуючи різні методи та знаходяться в постійному пошуку кращих пропозицій. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності за рахунок проведення ефективних імпорتنих операцій є одним із пріоритетних напрямів розвитку багатьох підприємств.

Позитивним у роботі є те, що студент зробив оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ПП «Будпостач та проаналізував імпорتنу діяльність підприємства, що стало інформаційною базою для написання розділу 2 її роботи.

Написання роботи супроводжувалося використанням різноманітних методів серед яких метод узагальнення, порівняння, графічного та статистичного аналізу та економіко-математичного моделювання.

Автором запропоновано комплекс заходів щодо підвищення ефективності інформаційних систем на підприємстві реалізація управлінського рішення щодо імпорту пп «Будпостач» будівельних матеріалів з країн ЄС та надав оцінку прогнозу оцінку результативності імпорту ПП «Будпостач» будівельних матеріалів з країн ЄС.

Викладені матеріали демонструють вміння Лещенка А.Р. узагальнювати матеріали літературних джерел і практичного досвіду діяльності, пов'язаною з тематикою дослідження.

Усі висновки зроблені автором самостійно та обґрунтовані. Також робота носить практичний характер.

У цілому робота відповідає вимогам і може бути допущена до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Прохорова М.Е.

(підпис, дата)

13. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Лещенка Артема Руслановича може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _

П'янкова О.В.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _

Мельник Т.М.

(підпис, прізвище, ініціали)

«___» ___ 20___р.

АНОТАЦІЯ

Лещенко А.Р. «Організація імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС (за матеріалами ПП «Будпостач», м.Київ)». Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2022.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку будівельних матеріалів, обґрунтування вибору окремої країни ЄС як країни-контрагента для реалізації імпортного потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності поставки будівельних матеріалів з країни ЄС.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, імпорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, будівельні матеріали, ефективність імпортової операції.

SUMMARY

Leshchenko A.R. "Organization of import of construction materials from EU countries (according to PE" Budpostach ")". Manuscript.

Graduation thesis in the specialty "Management" specialization "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2022.

The final qualifying work is devoted to the practical aspects of the organization of imports of construction materials from EU countries, which includes: study of the enterprise subject to foreign economic activity, analysis of the world market of construction materials, justification decisions on imports through organizational support and forecast evaluation of the effectiveness of the supply of construction materials from the EU.

Keywords: subject of foreign economic activity, import, management decision, organizational support, construction materials, efficiency of import operation.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ПП «БУДПОСТАЧ».....	10
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ПП «Будпостач».....	10
1.2. Аналіз імпоротної діяльності підприємства.....	18
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ПП «БУДПОСТАЧ».....	25
2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку будівельних матеріалів.....	25
2.2. Дослідження ринку будівельних матеріалів України.....	33
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ПП «БУДПОСТАЧ» БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ З КРАЇН ЄС.....	46
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ПП «Будпостач» будівельних матеріалів з країн ЄС.....	46
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ПП «Будпостач» будівельних матеріалів з країн ЄС.....	53
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних ринкових умовах ефективна господарська діяльність підприємства набуває надзвичайного значення, оскільки стає вирішальною умовою його подальшого існування. Зовнішньоекономічна діяльність завжди була і залишається важливою частиною господарської діяльності підприємства, незважаючи на зміни в економічній та правовій базі.

Імпортні операції підприємства є частиною зовнішньоторговельних операцій і найчастіше мають місце в міжнародній торгівлі. Ефективне здійснення імпорتنих операцій забезпечує стабільну економічну ситуацію та подальший розвиток господарської діяльності підприємства. Ефективність управління імпортними операціями залежить від виробничо-господарської діяльності та стратегії розвитку підприємства в цілому. Ефективність імпорتنих операцій залежить від правильного вибору постачальників, якості сировини, що ввозиться з-за кордону, оперативності працівників, відповідальних за митний контроль, використання транспортних послуг тощо.

Дослідження проблем управління імпортними операціями підприємства проводилось багатьма вченими, такими як М. Дудченко, С. Савельєв, А. Філіпенко, Е. Янковський, Л. Стровський, С. Казанцев, В. Мамутов, В. Кравченко, В. Новицький, В. Кравцова, А. Дмитренко, Л. Погребняк, О. Савіцькій тощо. В своїх роботах зазначені вчені розглядають численні питання організації імпорту вітчизняних підприємств. Водночас, актуальні проблеми функціонування вітчизняних підприємств щодо організації імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС залишаються недостатньо дослідженими.

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає у проведенні аналітичних досліджень та розробці практичних рекомендацій щодо організації імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС.

Досягнення мети забезпечується реалізацією таких завдань:

- здійснити оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу підприємства;

- провести аналіз імпортової діяльності підприємства;
- здійснити визначення основних тенденції розвитку світового ринку будівельних матеріалів;
- представити дослідження ринку будівельних матеріалів України;
- обґрунтувати організаційне забезпечення здійснення імпорту підприємством будівельних матеріалів з країн ЄС;
- розробити прогнозу оцінку результативності імпорту підприємством будівельних матеріалів з країн ЄС.

Об'єктом дослідження є процес організації будівельних матеріалів з країн ЄС за матеріалами ПП «Будпостач».

Предметом дослідження є механізм організації імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС на підприємстві ПП «Будпостач».

Перелік методів дослідження. Методи дослідження базуються на загальних теоретичних засадах щодо змісту та інструментарію організації імпорту будівельних матеріалів. У процесі дослідження застосовувалися загальноприйняті в економічній науці методи вивчення: теоретико-методологічний, абстрактно-логічний, статистично-економічний, системного аналізу.

Інформаційне забезпечення. Інформаційними джерелами дослідження були нормативно-правові акти з питань здійснення імпортової операції, спеціальна література з проблем теорії і практики організації імпортової діяльності та оперативні дані підприємства, які відображають результати ефективності зовнішньоекономічних імпортової операції.

Практичне значення одержаних результатів. Основні висновки та практичні рекомендації випускної кваліфікаційної роботи можуть бути застосовані в практиці для забезпечення ефективності організації імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС на підприємстві ПП «Будпостач». Розраховано економічний ефект від впровадження пропозицій, наданих у третьому розділі випускної кваліфікаційної роботи.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ПП «БУДПОСТАЧ»

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ПП «Будпостач»

В контексті виконання кваліфікаційної роботи щодо дослідження сучасні аспекти організації імпорту будівельних матеріалів з країн ЄС будемо здійснювати на прикладі торговельного підприємства ПП «Будпостач». Компанія ПП «Будпостач» функціонує на ринку постачання з-за кордону та реалізації на внутрішньому ринку України будівельних матеріалів достатньо широкого асортименту [24].

Загальна організаційно-правова характеристика підприємства ПП «Будпостач» представлена у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Загальна організаційно-правова характеристика підприємства ПП «Будпостач»

Параметр	Характеристика
Повне найменування юридичної особи	ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО «БУДПОСТАЧ»
Скорочена назва	ПП «БУДПОСТАЧ»
Статус юридичної особи	Не перебуває в процесі припинення
Код ЄДРПОУ	24267110
Дата реєстрації	07.03.1996 р.
Уповноважені особи	Шитлін Дмитро Вікторович
Організаційно-правова форма	Приватне підприємство
Форма власності	Недержавна власність
Види діяльності за КВЕД	Основний: 46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням Інші: 43.21 Електромонтажні роботи 77.33 Надання в оренду офісних машин і устаткування, у тому числі комп'ютерів 43.31 Штукатурні роботи
Місцезнаходження юридичної особи:	02099, м. Київ, вул. Бориспільська, буд. 9-Е, кімната 314

Джерело: складено автором

Таким чином, організація ПП «Будпостач» зареєстрована 07.03.1996 р. за юридичною адресою: 02099, м. Київ, вул. Бориспільська, буд. 9-Е, кімната 314. На момент останнього оновлення даних 22.02.2022 р. стан організації - не перебуває в процесі припинення [24].

Аналіз та оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу підприємства ПП «Будпостач» будемо здійснювати на основі річної фінансової звітності за 2017-2021 рр. Передусім, необхідно представити результати аналізу динаміки формування доходів та витрат виробничо-господарської діяльності підприємства ПП «Будпостач», що представлено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Динаміка формування доходів та витрат виробничо-господарської діяльності підприємства ПП «Будпостач», тис.грн.

Показники	Роки					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
Доходи господарської діяльності							
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	33139	41115	46316	58223	77045	43906	132,49
Інші операційні доходи, тис.грн.	1111	954	1346	1080	2339	1228	110,53
Інші фінансові доходи, тис.грн.	54	110	25	37	236	182	337,04
Інші доходи, тис.грн.	34	87	57	14	10	-24	-70,59
Сукупні доходи	34338	42266	47744	59354	79630	45292	131,90
Витрати господарської діяльності							
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	21472	24892	25759	29969	42216	20744	96,61
Адміністративні витрати, тис.грн.	2214	3021	3165	3654	4377	2163	97,70
Витрати на збут, тис.грн.	6634	10558	15879	20412	27842	21208	319,69
Інші операційні витрати, тис.грн.	987	1406	1006	1893	3325	2338	236,88
Інші витрати, тис.грн.	112	412	347	789	359	247	220,54
Витрати з податку на прибуток, тис.грн.	443	215	192	647	306	-137	-30,93
Сукупні витрати	31862	40504	46348	57364	78425	46563	146,14

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Результати проведеного аналізу показали, що сукупні доходи господарської діяльності ПП «Будпостач» у 2021 р. збільшились на 45292 тис.грн., або на 121,90 %, що становило 79630 тис.грн. В структурі сукупних доходів найбільшу

частку займає чистий дохід від реалізації продукції, який у 2021 р. становив 77045 тис.грн., що на 43906 тис.грн., або на 132,49 % більше, ніж у 2017 р. Отже, можна стверджувати, що основою бізнесу підприємства є здійснення основних операційних операцій. Сукупні витрати господарської діяльності ПП «Будпостач» у 2021 р. зросли на 46563 тис.грн., або на 146,14 %, що становило 78425 тис.грн. Аналіз показав, що найбільшу частку в структурі сукупних витрат займає собівартість реалізованої продукції в сумі 42216 тис.грн., що на 20744 тис.грн., або на 96,61 % більше, ніж у 2017 р.

Таким чином, можна стверджувати, що сукупні доходи за аналізований період перевищують сукупні витрати, що відображає прибутковість господарської діяльності досліджуваного підприємства ПП «Будпостач».

Прибуток є головним фінансовим результатом виробничо-господарської діяльності, а тому необхідно здійснити аналіз динаміки формування прибутковості ПП «Будпостач» у 2017-2021 р., що представлено на рис. 1.1.

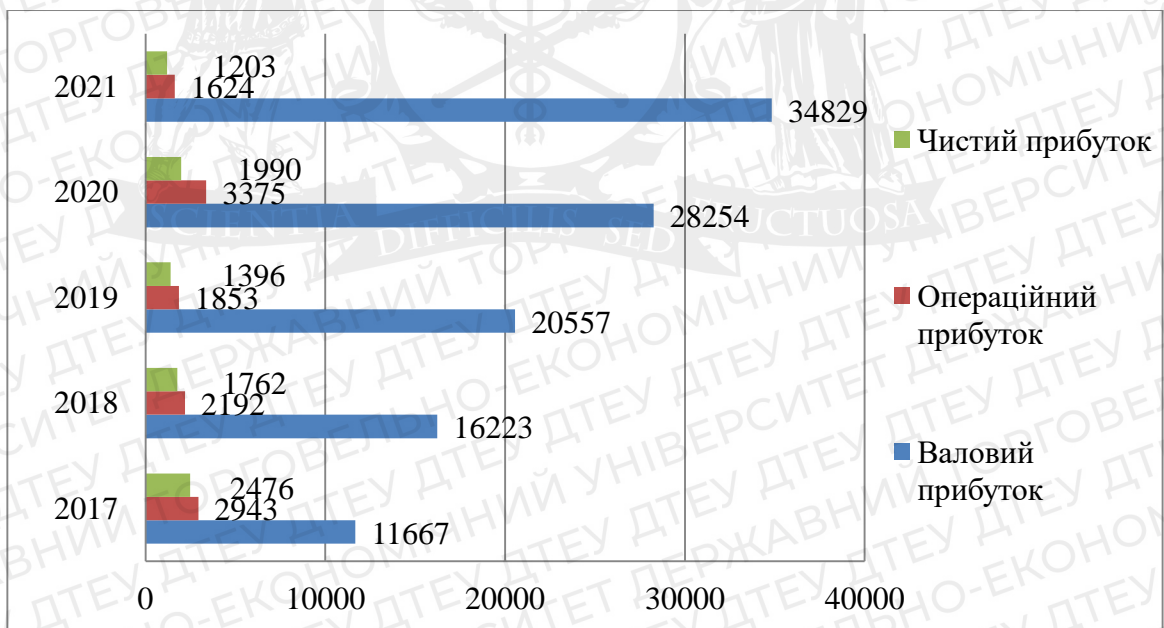


Рис. 1.1. Динаміка рівня прибутковості господарської діяльності ПП «Будпостач» за 2017-2021 рр., тис.грн.

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз показав, що валовий прибуток підприємства має тенденцію до зростання, що слід вважати позитивним зрушенням у зростанні прибутковості

основної діяльності. У 2021 р. значення валового прибутку становило 34829 тис.грн., що на 23162 тис.грн., або на 109,53 % більше, ніж у 2017 р. Водночас, рівень прибутковості операційної діяльності тв. Чистої прибутковості є нестабільними. Так, найбільше значення операційного та чистого прибутку було зафіксовано у 2020 р. на рівні 3375 тис.грн., та 1990 тис.грн. відповідно. У 2021 р. прибутковість підприємств скоротилась.

Майновий стан підприємства характеризується наявністю та структурою активів та напрямками їх розміщення у зобов'язаннях підприємства. Динаміка показників майнового стану ПП «Будпостач» представлена в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Динаміка показників майнового стану підприємства ПП «Будпостач»

Показники	Роки, станом на 31.12					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
Загальна вартість активів (майна), тис.грн.	16554	17962	17799	24663	38832	22278	134,58
Вартість необоротних активів, тис. грн.	7502	8180	8004	4566	4157	-3345	-44,59
Вартість оборотних активів, тис. грн.	9051	9782	9795	20097	34675	25624	283,11
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	5325	5892	6823	11613	19443	14118	265,13
Грошові кошти, тис. грн.	2815	3074	2064	7439	14242	11427	405,93
Зареєстрований капітал, тис. грн.	507	507	507	507	507	0	0,00
Власний капітал, тис. грн.	3188	3464	3177	4458	2992	-196	-6,15
Залучений капітал, тис. грн.	13365	14498	14622	20205	35840	22475	168,16
Поточні зобов'язання, тис. грн.	13365	14498	14622	20205	35840	22475	168,16
Робочий (чистий оборотний) капітал, тис. грн.	-4314	-4716	-4827	-108	-1165	3149	-72,99
Коефіцієнт постійності активів	0,45	0,46	0,45	0,19	0,11	-0,35	-77,78
Коефіцієнт мобільності активів	0,55	0,54	0,55	0,81	0,89	0,35	63,64
Коефіцієнт співвідношення:							
необоротних і оборотних активів	0,83	0,84	0,82	0,23	0,12	-0,71	-85,54
оборотних і необоротних активів	1,21	1,20	1,22	4,40	8,34	7,13	589,26
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,53	0,52	0,63	0,60	0,76	0,23	43,40
Коефіцієнт зносу нематеріальних активів	0,73	0,71	0,76	0,82	0,71	-0,03	-4,11

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз показав, що загальна вартість активів підприємства у 2021 р. збільшилась на 22278 тис.грн., або на 134,58 % порівняно з 2017 р., що становило 38832 тис.грн. В структурі майна ПП «Будпостач» оборотні активи займають найбільшу частку, а їх вартість склала 34675 тис.грн. Негативні зрушення

зафіксовано у динаміці зростання дебіторської заборгованості підприємства, яка у 2017 р. становила 5325 тис.грн., а у 2021 р. – 19443 тис.грн., тобто відбулось її зростання на 14118 тис.грн, або на 265,13 %. Такі негативні тенденції вказують на порушення платіжної дисципліни на підприємстві. Основу зобов'язань підприємства становить залучений капітал в сумі 35840 тис.грн. у 2021 р., що на 22475 тис.грн., або на 168,16 % більше, ніж у 2017 р. Робочий (чистий оборотний) капітал характеризується негативним значенням в сумі (-1165) тис.грн., що відображає нестачу власного обігового капіталу для фінансування господарської діяльності ПП «Будпостач».

Ліквідність підприємства відображає його здатність власним майном відповідати за зобов'язаннями перед різними ринковими агентами. Динаміка головних показників ліквідності майна підприємства ПП «Будпостач» представлена на рис. 1.2.

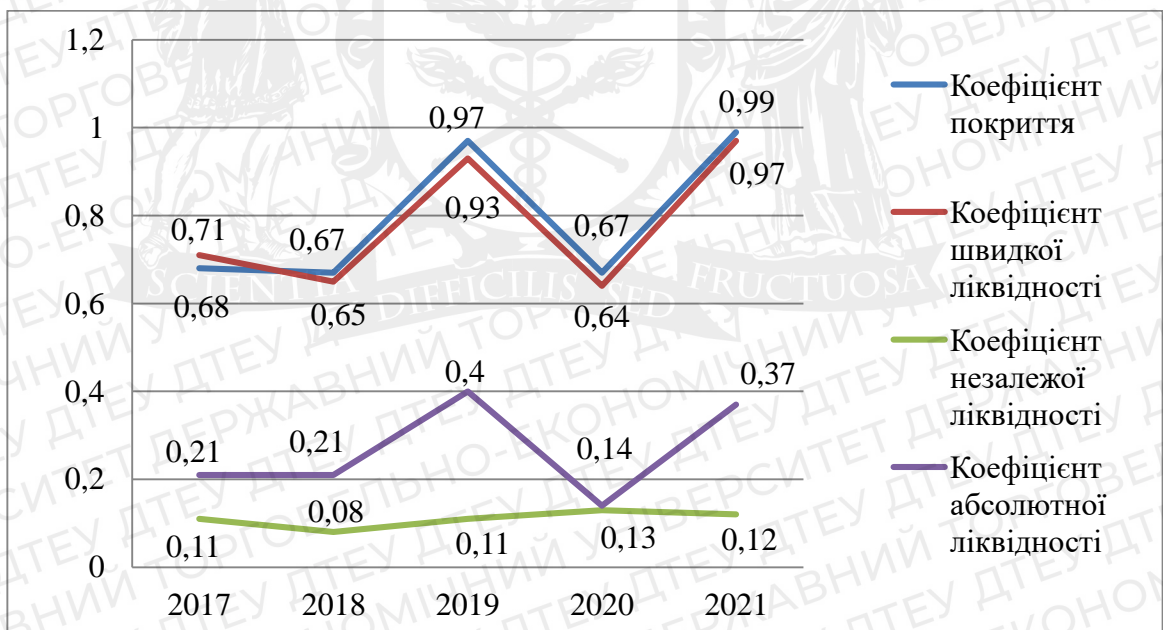


Рис. 1.2. Динаміка показників ліквідності підприємства ПП «Будпостач» за 2017-2021 рр.

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

За результатами проведеного аналізу встановлено, що у 2021 р. загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності) підприємства становив 0,99 (при нормативному значенні значенні 2.0-2,5), що на 0,29 пункти більше, ніж у 2017

р. Показник абсолютної ліквідності відображає частку короткострокової заборгованості, яку можна покрити готівковими коштами. У 2021 р. при оптимальному значенні цього індикатора 0,2-1 маємо значення 0,37, що більше, ніж у 2017 р. на 0,21 пункти. Водночас, відбулося зростання значень коефіцієнтів швидкої ліквідності на 0,29 пункти та незалежної ліквідності – на 0,01 пункти.

Фінансова стійкість є надзвичайно важливим параметром оцінювання фінансового стану підприємства. Дослідження окремих індикаторів фінансової стійкості підприємства ПП «Будпостач» будемо здійснювати з використанням табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Динаміка показників фінансової стійкості підприємства ПП «Будпостач»

Показники	Роки, станом на 31.12					2021 р. до 2017 р.
	2017	2018	2019	2020	2021	
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії, концентрації власного капіталу)	0,19	0,19	0,08	0,18	0,18	-0,12
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,81	0,81	0,92	0,82	0,82	0,12
Коефіцієнт фінансової залежності	5,19	5,19	12,98	5,60	5,53	7,79
Коефіцієнт концентрації поточної заборгованості	0,81	0,81	0,92	0,82	0,82	0,12
Коефіцієнт фінансової стійкості (забезпечення загальної заборгованості власним капіталом)	0,24	0,24	0,08	0,22	0,22	-0,16
Коефіцієнт фінансового левериджу (фінансового ризику)	4,19	4,19	11,98	4,60	4,53	7,79
Коефіцієнт забезпечення запасів власним капіталом	-154,07	-134,74	-23,30	-114,93	-2,63	130,77
Коефіцієнт маневреності оборотних активів	-0,48	-0,48	-0,03	-0,49	-0,01	0,44
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-1,35	-1,36	-0,39	-1,52	-0,02	0,96
Коефіцієнт маневреності позикового капіталу	-0,32	-0,33	-0,03	-0,33	-0,01	0,29

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Отже, як показали дані табл. 1.4 у 2017-2021 рр. значення коефіцієнтів фінансової незалежності, концентрації позикового капіталу, концентрації поточної заборгованості, фінансової стійкості мали значення, що не відповідають критично встановленим показникам. Фінансова стабільність підприємства ПП «Будпостач» знаходиться під загрозою, що потребує втручання фінансового менеджменту у її стабілізацію.

Ділова активність – це комплексна характеристика, яка втілює різні аспекти

діяльності підприємства і визначається такими критеріями, як додана вартість, оборотність активів, структура операційного та фінансового циклу тощо. Динаміка показників ділової активності підприємства ПП «Будпостач» представлена у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Динаміка показників ділової активності підприємства ПП «Будпостач»

Показники	Роки					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
Додана вартість, тис. грн.	11455	11894	13311	16192	16043	4588	40,05
Коефіцієнт оборотності активів	2,18	2,38	2,59	2,74	2,43	0,25	11,27
Тривалість обороту активів, дні	167,36	153,21	140,91	133,10	150,40	-16,95	-10,13
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	4,02	4,37	4,73	3,90	2,81	-1,21	-30,00
Тривалість обороту оборотних активів, дні	90,82	83,60	77,14	93,70	129,74	38,92	42,85
Тривалість операційного циклу, дні	80,36	76,21	70,65	87,83	125,14	44,78	55,72
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	11,39	12,36	13,95	15,25	20,68	9,29	81,56
Тривалість обороту власного капіталу, дні	32,04	29,53	26,17	23,93	17,65	-14,39	-44,92
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,71	2,96	3,20	3,37	3,09	0,38	14,02
Термін погашення кредиторської заборгованості, дні	134,75	123,18	114,08	108,36	118,18	-16,57	-12,30
Фондоозброєність праці, грн.	0,27	0,27	0,21	0,19	0,14	-0,12	-45,98
Матеріаломісткість господарської діяльності	0,01	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	11,69
Трудомісткість господарської діяльності	0,26	0,27	0,29	0,24	0,19	-0,07	-27,09
Фондомісткість господарської діяльності	0,09	0,09	0,12	0,12	0,02	-0,06	-72,96

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Результати дослідження засвідчили, що підприємство збільшило обсяги господарської діяльності, оскільки додана вартість ПП «Будпостач» зросла на 4588 тис.грн., або на 40,05 %, що у 2021 р. становило 16043 тис.грн. Коефіцієнти оборотності характеризують достатньо високий рівень ділової активності підприємства, відображаючи достатню швидкість обороту коштів або зобов'язань. Тривалість операційного циклу підприємства у 2021 р. становила 125,14 дня, що на 44,78 дня більше, ніж у 2017 році. В структурі операційних витрат найбільшу питому вагу займають витрати на оплати праці, оскільки тривалість обороту власного капіталу становила 17,65 днів, що на 14,39 днів менше, ніж у 2017 р.

Ефективність господарської діяльності підприємства оцінюється шляхом розрахунку індикаторів рентабельності, динаміка основних з яких представлена на рис. 1.3.

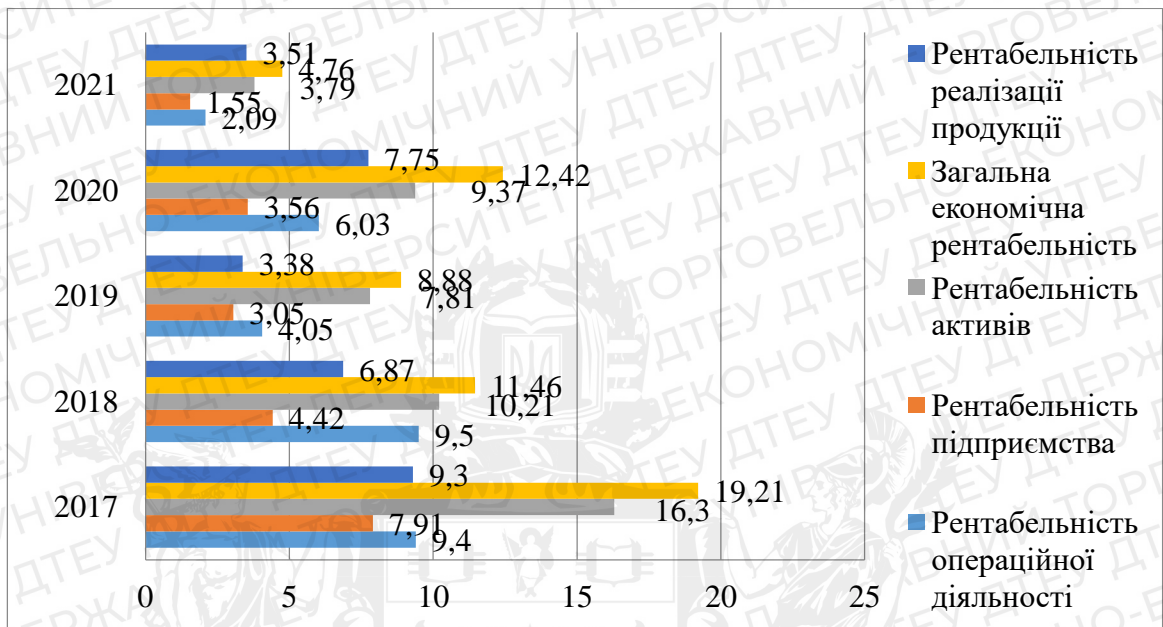


Рис. 1.3. Динаміка рівня ефективності господарської діяльності

ПП «Будпостач» за 2017-2021 рр., %

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Можна зробити висновок, що ефективність діяльності підприємства ПП «Будпостач» характеризується певними коливаннями. Досліджувані показники рентабельності операційної, господарської, економічної діяльності відображають негативну динаміку скорочення їх значень, що слід вважати негативним зрушенням. Можна стверджувати, що виробничо-господарська діяльність підприємства є перспективною, проте недостатньо ефективною. Оскільки основою такої діяльності є здійснення імпотних операцій, тому виникає необхідність у комплексному дослідженні сучасного стану та ефективності організації імпотних операцій ПП «Будпостач».

1.2. Аналіз імпоротної діяльності підприємства

Досліджуване торговельне підприємство ПП «Будпостач» є одним з найбільших регіональних постачальників будівельних матеріалів, які надходять від іноземних виробників, здебільшого з країн Європейського Союзу. Компанія ПП «Будпостач» – дистриб'ютор вітчизняних та імпортованих будівельних матеріалів та господарських товарів, що займає лідируючі позиції в центрі України, а також в інших регіонах. ПП «Будпостач» демонструє високі показники якості, стабільності та зростання завдяки відповідальному підходу до роботи. Постійний аналіз світового та українського ринку, регулярне оновлення технологій та обладнання, послідовність та системність ведення бізнесу роблять компанію лідером у своєму сегменті та надійним партнером.

Передусім, необхідно дослідити структуру доходу від реалізації продукції підприємства та оцінити частку імпортованої продукції в ньому, що представлено у табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Динаміка та частка імпорту в обсягах чистого доходу від господарської діяльності підприємства ПП «Будпостач»

Показники	Роки					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
Чистий дохід від реалізації вітчизняної продукції, тис.грн.	11450	13885	16618	19872	22867	11417	99,72
Питома вага вітчизняної продукції в обсягах чистого доходу від реалізації, %	34,55	33,77	35,88	34,13	29,68	-4,87	-14,10
Чистий дохід від реалізації імпортованої продукції, тис.грн.	21689	27230	29698	38351	54178	32489	149,79
Питома вага імпортованої продукції в обсягах чистого доходу від реалізації, %	65,45	66,23	64,12	65,87	70,32	4,87	7,44
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	33139	41115	46316	58223	77045	43906	132,49

Джерело: складено за даними підприємства

Результати проведеного дослідження показали, що підприємство ПП «Будпостач» у своїй діяльності орієнтується на імпортовані операції, оскільки

майже 70 % в загальних обсягах чистого доходу припадає на результати збуту імпортованої продукції. Загальні обсяги імпорتنних операцій підприємства обсягах чистого доходу у 2021 р. становили 54178 тис.грн., що на 32489 тис.грн., або на 149,79 % більше, ніж у 2017 р.

Розглянемо методику здійснення аналізу динаміки загального обсягу імпоротної діяльності ПП «Будпостач» (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Загальний обсяг імпоротної діяльності ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр.

Рік	Загальний обсяг імпорتنних операцій, тис.грн.	Абсолютний приріст, тис.грн.		Темп зростання, %		Темп приросту, %	
		Базисний	Ланцюговий	Базисний	Ланцюговий	Базисний	Ланцюговий
2017	21689	–	–	–	–	–	–
2018	27230	5541	5541	125,55	125,55	25,55	25,55
2019	29698	8008	2467	136,92	109,06	36,92	9,06
2020	38351	16662	8654	176,82	129,14	76,82	29,14
2021	54178	32489	15827	249,79	141,27	149,79	41,27

Джерело: складено за даними підприємства

Отже, за даними табл. 1.7 видно, що підприємство ПП «Будпостач» протягом 2017-2021 років нарощувало загальні обсяги імпоротної діяльності порівняно з 2017 роком, взятим за базу. Якщо аналізувати темпи зростання і приросту, а також абсолютний приріст, розраховані ланцюговим способом, то видно, що найбільший темп росту складає 249,79 % (або 32489 тис.грн.) у 2021 році порівняно з 2020 роком. Відповідно, у цей період спостерігається і найвищий темп приросту. Найнижчий темп зростання був у 2018 році порівняно з 2017 роком і складає 125,55 % (або 5541 тис.грн.).

Географічна структура імпоротної діяльності підприємства ПП «Будпостач» досить розгалужена. Наприклад, сухі будівельні суміші постачаються з Польщі, Туреччини, Німеччини; гідроізоляційні матеріали – з Турції, Італії, Чехії; клейові суміші – з Німеччини, Італії, Данії; утеплювальні матеріали – з Чехії, Болгарії, Німеччини; абразивні матеріали – з Франції, Німеччини Данії, Польщі тощо.

Динаміка географічної структури імпоротної діяльності ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр. наведена в табл. 1.8. та графічно представлено у Додатку А.

Таблиця 1.8

Динаміка географічної структури імпоротної діяльності ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр., тис.грн.

Показники	Роки					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
Чистий дохід від імпоротної діяльності, у т.ч.	21689	27230	29698	38351	54178	32489	149,79
Польща	2903	4114	5430	5516	7219	4317	148,73
Німеччина	1258	1853	3071	3625	5757	4499	357,54
Чехія	443	778	1423	1840	3953	3510	792,80
Норвегія	1243	1551	2498	2950	4777	3534	284,31
Турція	1048	1595	2062	2871	4114	3066	292,45
Данія	443	536	1012	1313	2249	1807	408,04
Італія	522	601	1030	1285	1790	1268	242,71
Болгарія	218	409	505	884	1120	903	414,90
Франція	233	441	630	669	971	738	317,22
Інші	13379	15353	12037	17397	22227	8848	66,13

Джерело: складено за даними підприємства

За результатами проведеного аналізу можна визначити, що за обсягами найбільше імпортних операцій підприємством ПП «Будпостач» було здійснено з контрагентами з Польщі, Норвегії та Німеччини. Так, обсяги імпортованої продукції з Польщі у 2021 р. склали 7219 тис.грн., що на 148,73 % більше, ніж у 2017 р. також, відбулося збільшення обсягів імпорту продукції з Німеччини на 357,54 % та Норвегії на 284,31 %. Водночас, слід відзначити, що найбільші темпи нарощування обсягів імпортних операцій спостерігались за контрагентами з Данії – 408,04 %, Болгарії – 414,90 %, Чехії – 792,80 %. Загальні обсяги імпоротної діяльності підприємства ПП «Будпостач» у 2021 р. збільшились на 149,79 % та склали 54178 тис.грн.

Географічна структура імпоротної діяльності ПП «Будпостач» наведена в табл. 1.9 та графічно представлено у Додатку Б. Встановлено, що найбільшу частку чистого доходу від імпоротної діяльності підприємства у 2017-2021 рр. сформовано за рахунок операцій з Польщею та Німеччиною.

Таблиця 1.9

Географічна структура імпоротної діяльності
 ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр., %

Показники	2017	2018	2019	2020	2021	2021 р. до 2017 р.
Польща	13,38	15,11	18,29	14,38	13,33	-0,06
Німеччина	5,80	6,80	10,34	9,45	10,63	4,82
Чехія	2,04	2,86	4,79	4,80	7,30	5,25
Норвегія	5,73	5,70	8,41	7,69	8,82	3,09
Турція	4,83	5,86	6,94	7,49	7,59	2,76
Данія	2,04	1,97	3,41	3,42	4,15	2,11
Італія	2,41	2,21	3,47	3,35	3,30	0,90
Болгарія	1,00	1,50	1,70	2,30	2,07	1,06
Франція	1,07	1,62	2,12	1,75	1,79	0,72
Інші	61,69	56,38	40,53	45,36	41,03	-20,66
Разом	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	x

Джерело: складено за даними підприємства

На їхню частку припадало відповідно 13,33 % та 10,63 % імпорту продукції у 2021 р. Слід зазначити, що в структурі обсягів імпортованих операцій підприємства ПП «Будпостач» відбулися відповідні зміни. Зокрема, відбулося найбільше зростання питомої ваги обсягів імпорту продукції з Німеччини – на 4,82 %, Чехії – на 5,25 %, Норвегії – на 3,09 %. Водночас, відбулося найбільше скорочення питомої ваги обсягів імпорту продукції з Польщі – на 0,06 %, інших країн – на 20,66 %, що слід пов'язувати із закінченням термінів зовнішньоторговельних контрактів з окремими контрагентами з цих представлених країн.

Видова структура імпоротної діяльності ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр. наведена в табл. 1.10.

На основі даних табл. 1.10, можна дійти висновку, що найбільший обсяг чистого доходу від імпоротної діяльності ПП «Будпостач» отримано від торгівлі гідроізоляційними матеріалами - 5877 тис. грн. у 2017 р. та 16036 тис. грн. у 2021 р., а найменший від торгівлі утеплювальними матеріалами - 1215 тис. грн. у 2017 р. та 4984 тис. грн. у 2021 р.

Таблиця 1.10

Динаміка чистих доходів за видовою структурою імпоротної діяльності
ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр.

Показники	Роки					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
Сухі будівельні суміші	5075	6972	6563	8667	11755	6680	131,63
Гідроізоляційні матеріали	5877	7297	7632	9817	16036	10159	172,86
Утеплювальні матеріали	1215	1660	2642	3874	4984	3769	310,21
Клейові суміші	3860	4982	5880	7326	10132	6272	162,49
Матеріали для ґрунтування	5662	6319	6981	8667	11271	5609	99,06
Чистий дохід від імпорту	21689	27230	29698	38351	54178	32489	149,79

Джерело: складено за даними підприємства

Структура отриманого чистого доходу від імпоротної діяльності
ПП «Будпостач» за видами реалізованих товарів у 2017-2021 рр. наведена у
табл. 1.11.

Таблиця 1.11

Видова структура чистих доходів від імпоротної діяльності
ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр., %

Показники	2017	2018	2019	2020	2021	2021 р. до 2017 р.
Сухі будівельні суміші	23,40	25,60	22,10	22,60	21,70	-1,70
Гідроізоляційні матеріали	27,10	26,80	25,70	25,60	29,60	2,50
Утеплювальні матеріали	5,60	6,10	8,90	10,10	9,20	3,60
Клейові суміші	17,80	18,30	19,80	19,10	18,70	0,90
Матеріали для ґрунтування	26,11	23,21	23,51	22,60	20,80	-5,30
Разом	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	x

Джерело: складено за даними підприємства

За результатами проведеного дослідження встановлено, що найбільша частка чистого доходу від імпоротної діяльності підприємства спостерігається з реалізації гідроізоляційних матеріалів – 27,10 % у 2017 р. та 29,06 % у 2021 р. Найменша частка чистого доходу від імпоротної діяльності підприємства спостерігається з реалізації утеплювальних матеріалів – 5,60 % у 2017 р. та 9,20 % у 2021 р.

Методологічні підходи до розрахунку показників ефективності імпортової діяльності підприємства представлено у табл. 1.12.

Таблиця 1.12

Методологічні підходи до розрахунку показників ефективності зовнішньоекономічної імпортової діяльності підприємства

Показник	Формула	Умовні позначення
Валютна ефективність імпорту ($E_{вал.ім.}$)	$E_{вал.ім.} = \frac{\sum_{j=1}^n Z_{ім.j} \times Q_{ім.j}}{\sum_{j=1}^n B_{ім.j} \times Q_{ім.j}}$	де $Z_{ім.j}$ – ціна j-го товару чи послуги на внутрішньому ринку, грн/од; $Q_{ім.j}$ – кількість j-го товару у складі імпортного еквівалента; $B_{ім.j}$ – валютна ціна (ціна придбання) одиниці j-го товару чи послуг, вал. од/од.; n – кількість назв товарів чи послуг в імпортному еквіваленті.
Коефіцієнт ефективності імпортової операції підприємства ($K_{еф.ім.}$)	$K_{еф.ім.} = \frac{C_{ім}}{B_{ім}} \times 100$	де $B_{ім}$ – дохід від реалізації імпортової продукції на внутрішньому ринку, грн.; $C_{ім}$ – повна собівартість імпортової операції, грн.
Рентабельність імпортової операції ($P_{ім}$)	$P_{ім} = \frac{\Phi p_{ім} \times (1 - C_{оп})}{C_{ім}} \times 100$	де $\Phi p_{ім}$ – фінансовий результат (прибуток) від імпортової операції до оподаткування, грн.; $C_{оп}$ – ставка оподаткування прибутку.

Джерело: складено за результатами досліджень

В контексті встановленого методичного інструментарію здійснимо оцінювання ефективності зовнішньоекономічної імпортової діяльності досліджуваного підприємства ПП «Будпостач» у м. Черкаси. Результати розрахунку показників ефективності зовнішньоекономічної імпортової діяльності підприємства ПП «Будпостач» представлено у табл. 1.13.

Отже, за результатами проведеного аналізу встановлено, що у 2021 р. відбулося збільшення чистого доходу від реалізації імпортової продукції ПП «Будпостач» на 32489 тис.грн., або на 129,79 %, що склало 54178 тис.грн. Водночас, повна собівартість імпортової продукції у 2021 р. становила 34464 тис.грн., що на 19837 тис.грн., або на 135,62 % більше, ніж у 2017 р. Прибуток від імпортової діяльності до оподаткування, також, має тенденцію до зростання на 12652 тис.грн., або на 179,16 %.

Таблиця 1.13

Динаміка показників ефективності імпортої діяльності підприємства ПП «Будпостач» за 2017-2021 рр.

Показники	Роки					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації імпортої продукції, тис. грн.	21689	27230	29698	38351	54178	32489	149,79
Повна собівартість імпортої продукції, тис.грн.	14627	18582	20435	22116	34464	19837	135,62
Прибуток від імпортої діяльності до оподаткування, тис.грн.	7062	8648	9263	16235	19714	12652	179,16
Валютна ефективність імпорту, %	34,67	38,03	35,05	32,98	33,86	-0,81	-2,34
Коефіцієнт ефективності імпортої операції підприємства, %	67,44	68,24	68,81	57,67	63,61	-3,83	-5,67
Рентабельність імпортої операції, %	48,28	46,54	45,33	73,41	57,20	8,92	18,48

Джерело: складено за даними підприємства

Валютна ефективність імпорту практично не змінилась і склала 33,86 % у 2021 р. Негативним зрушенням слід вважати скорочення значення коефіцієнту ефективності імпортої операції підприємства на 3,83 пункти, що у 2021 р. склало 63,61 %. В цілому, рентабельність імпортої операції ПП «Будпостач» має посереднє збільшення, що актуалізує питання необхідності удосконалення системи управління імпортою діяльністю підприємства ПП «Будпостач».

Водночас, за результатами проведеного дослідження можна визначити поточні проблеми підприємства-суб'єкта ЗЕД ПП «Будпостач»:

- неповне охоплення іноземних ринків ринків, в першу чергу, ринків Європейського Союзу щодо імпорту сучасних будівельних матеріалів;
- досить вузький асортимент імпортої продукції, що постачається на підприємство;
- недосконала система управління імпортою діяльністю, за якої на підприємстві відсутній власний відділ ЗЕД.

Таким чином, система управління зовнішньоекономічною діяльністю ПП «Будпостач» є недосконалою та потребує розроблення нових підходів щодо її оптимізації, зокрема, за рахунок удосконалення імпорту продукції з ЄС.

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ПП «БУДПОСТАЧ»

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку будівельних матеріалів

За останні десятиліття міжнародний ринок будівельних матеріалів і послуг зазнав ряд серйозних трансформацій, основними з яких є транснаціоналізація ринкової структури підприємств, вплив науково-технічного прогресу та технологій інформаційно-комунікаційного характеру, прийняття стійкого будівництва та екологічний розвиток. Перспективи розвитку будівельного ринку пояснюються загальною еволюцією світових ринків через сповільнення економічного зростання, що спостерігається в останні роки, та уповільнення процесу повернення до докризової траєкторії зростання [13, с.163].

За останні роки економічна ситуація у світі зазнала суттєвих змін. Міжнародний валютний фонд (МВФ) оприлюднив песимістичний прогноз щодо зростання світової економіки, глобальні фондові ринки впали, політичні розбратування, торговельні війни та пандемія COVID-2019 сприяли невизначеності та волатильності на світових ринках, а високі тарифи безпосередньо вплинули на будівельний сектор [25].

Динаміка світового ВВП та експорту будівельних матеріалів та послуг у 2000-2021 рр. представлена в табл. 2.1.

Аналіз показав, що за останні роки світовий ринок будівельних матеріалів і послуг показав найбільше зростання саме в 2018 р. на рівні 13,66 % та у 2019 р. на рівні 10,57 %. Водночас, у 2020 р. внаслідок негативного впливу світової пандемії COVID-2019 відбулося скорочення світового ринку будівельних матеріалів і послуг на 13,62 %. У 2021 р. ситуація на ринку стабілізувалась та він показав незначне зростання на рівні 3,02 %. Отже, за період 2000–2021 рр. темпи

зростання будівельних послуг перевищували темпи приросту світового ВВП у 2,3 рази, що свідчить про стрімкий розвиток даного сектору світової економіки.

Таблиця 2.1

Динаміка світового ВВП та експорту будівельних послуг у 2000-2021 рр.

Рік	Світовий ВВП, млрд. дол.	Динаміка зростання ВВП, %	Світовий експорт будівельних послуг, млрд. дол.	Динаміка експорту будівельних послуг, %	Частка експорту будівельних послуг у ВВП, %
2000	33299	-	30,20	-	0,09
2001	33133	-0,50	31,62	4,70	0,10
2002	34474	4,05	35,30	11,64	0,10
2003	38743	12,38	39,61	12,21	0,10
2004	43633	12,62	46,38	17,09	0,11
2005	47265	8,32	56,05	20,85	0,12
2006	51213	8,35	68,97	23,05	0,13
2007	57742	12,75	86,54	25,47	0,15
2008	63262	9,56	112,15	29,59	0,18
2009	59973	-5,20	109,32	-2,52	0,18
2010	65645	9,46	99,41	-9,07	0,15
2011	72807	10,91	106,58	7,21	0,15
2012	74222	1,94	107,01	0,40	0,14
2013	76176	2,63	105,14	-1,75	0,14
2014	78037	2,44	104,91	-0,22	0,13
2015	74753	-4,21	89,14	-15,03	0,12
2016	75823	1,43	88,77	-0,42	0,12
2017	80051	5,58	91,52	3,10	0,11
2018	84740	5,86	104,02	13,66	0,12
2019	87697	3,49	115,01	10,57	0,13
2020	83265	-5,05	99,34	-13,62	0,12
2021	83967	0,84	102,34	3,02	0,12

Джерело: складено за [43]

Особливістю ринку будівельних матеріалів та послуг є вищі темпи зростання в країнах, що розвиваються. Частка будівельної галузі у світовому ВВП за категоріями за період 1990-2021 рр. наведена на рис. 2.1.

Так, за даними UNCTAD [38], частка будівельної галузі в найменш розвинених країнах і країнах, що розвиваються, зросла відповідно на 0,9% і 0,3% порівняно з 1990-2000 і 2001-2021 роками. Незважаючи на тенденцію до зниження темпів зростання ринку будівельних послуг у країнах з перехідною економікою, більшість дослідників відзначають динамічне зростання будівельного ринку, особливо в країнах, що виникли після розпаду Радянського

Союзу. Це пов'язано зі значним відставанням у рівні розвитку сфери послуг у роки планової економіки, що призвело до формування ефекту відкладеного попиту на найбільш цінні види, підприємницькі, будівельні та туристичні.

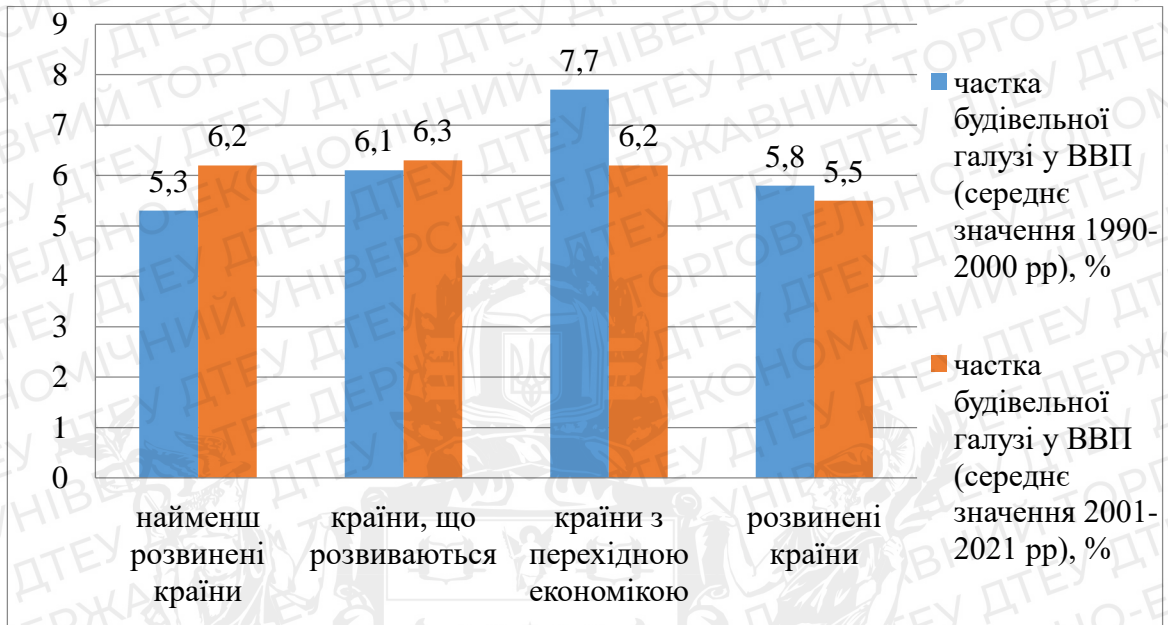


Рис. 2.1. Частка будівельної галузі у світовому ВВП за категоріями за період 1990-2021 рр., %

Джерело: складено за [41]

Загалом, за оцінками міжнародних експертів Global Construction Perspectives і Oxford Economics, обсяг світової будівельної індустрії до 2030 року становитиме 85% від 2021 року і досягне 17,5 трлн. дол. США. Очікується позитивна динаміка зростання світового будівельного ринку з часткою будівельної галузі у загальному світовому ВВП на 14,7%. За даними Світового банку, обсяг світового ВВП у 2021 році склав 83,97 трлн. дол. США, з них 8,8 трлн. дол. представляв «широкий» будівельний сектор [35].

Список найбільших експортерів світового будівельного ринку 2021 року наведено на рис. 2.2. Серед дев'яти найбільших експортерів світового будівельного ринку – Європейський Союз, Китай, Республіка Корея, Японія, Російська Федерація, Індія, Об'єднані Арабські Емірати, Швейцарія та Китайський Тайбей [33].

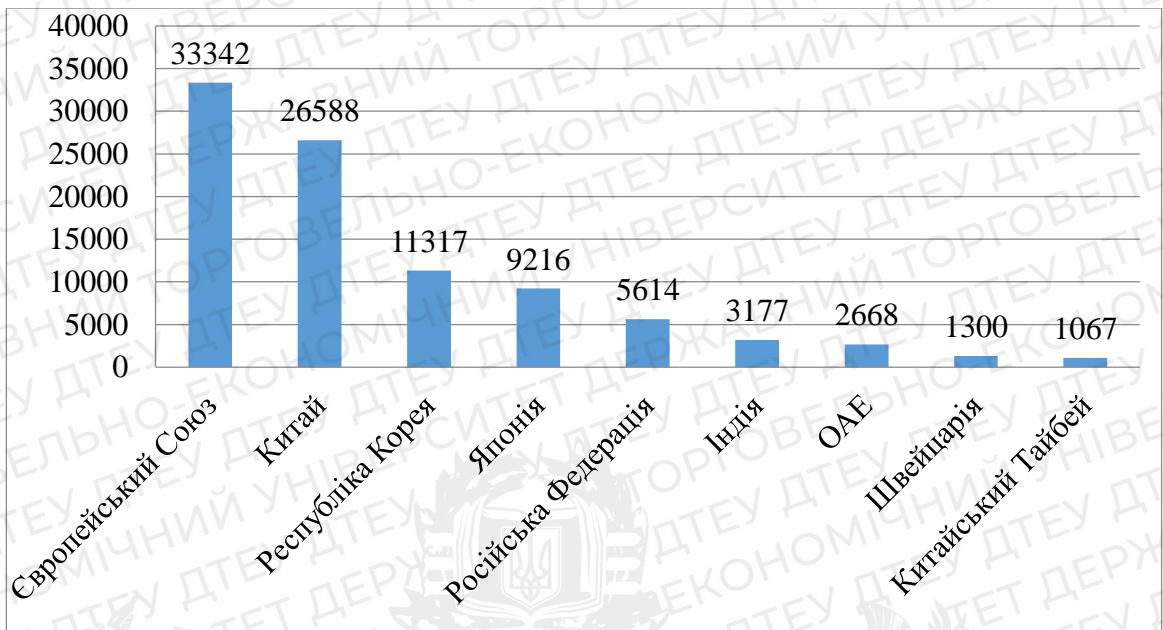


Рис. 2.2. Найбільші країни-експортери світового будівельного ринку у 2021 році, млн.дол.США

Джерело: складено за [42]

Основними лідерами галузі є європейські, китайські та американські компанії. Наприклад, доходи китайської компанії China Communications Construction Grp. становили 21,2 млрд. дол. США у 2021 р., і серед найбільших світових підрядників вона посідає четверте місце з консолідованим оборотом (національним і міжнародним) у 70,78 млрд. дол. США. У свою чергу, китайська компанія Power Construction Corp. посідає п'яте місце за консолідованим доходом серед найбільших світових підрядників (43,42 млрд. дол. США). Зазначимо, що з десяти найбільших будівельних холдингів світу сім компаній є китайськими [42].

Нині китайські будівельні компанії є лідерами на світовому будівельному ринку за обсягами виконаних будівельних робіт (табл. 2.2).

Згідно з рейтингом 250 найбільших будівельних компаній світу, на китайські компанії припадає понад 49,5% загального світового обороту, що значно перевищує зведені кількісні дані будівельних компаній США (16,4%), у Японія (7,1%), Франція (5,8%) [44].

Таблиця 2.2

Структурний розподіл найбільших будівельних компаній у світовому рейтингу за країною походження у 2014-2021 рр., %

Країна	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Туреччина	14,7	13,8	14,7	15,2	16,8	17,2	15,6	18,4
Південна Корея	5,3	4,9	5,3	6,0	5,2	4,8	4,8	4,4
Японія	5,8	5,8	6,2	6,0	5,6	5,6	5,6	5,2
Європа	27,6	29,8	26,7	23,2	23,2	20,8	20,8	18,4
Китай	24,0	22,7	23,1	22,0	24,8	26,0	26,0	26,0
Канада	1,8	1,3	1,3	1,2	0,8	0,8	0,4	1,2
Бразилія	0,0	0,0	1,8	1,6	1,6	1,2	0,8	0,8
Австралія	1,8	1,8	1,8	1,6	1,6	1,6	1,2	1,2
США	8,9	9,8	11,6	13,2	12,4	12,8	15,6	17,2
Інші	10,2	10,2	7,6	10,0	8,0	9,2	9,2	7,2

Джерело: складено за [44]

Загальна виручка міжнародного ринку будівельної індустрії також має позитивну динаміку і зростає на 152,8 % зі 118,06 млн. дол. США у 2014 році до 298,48 млн. дол. США у 2021 році (рис. 2.3).

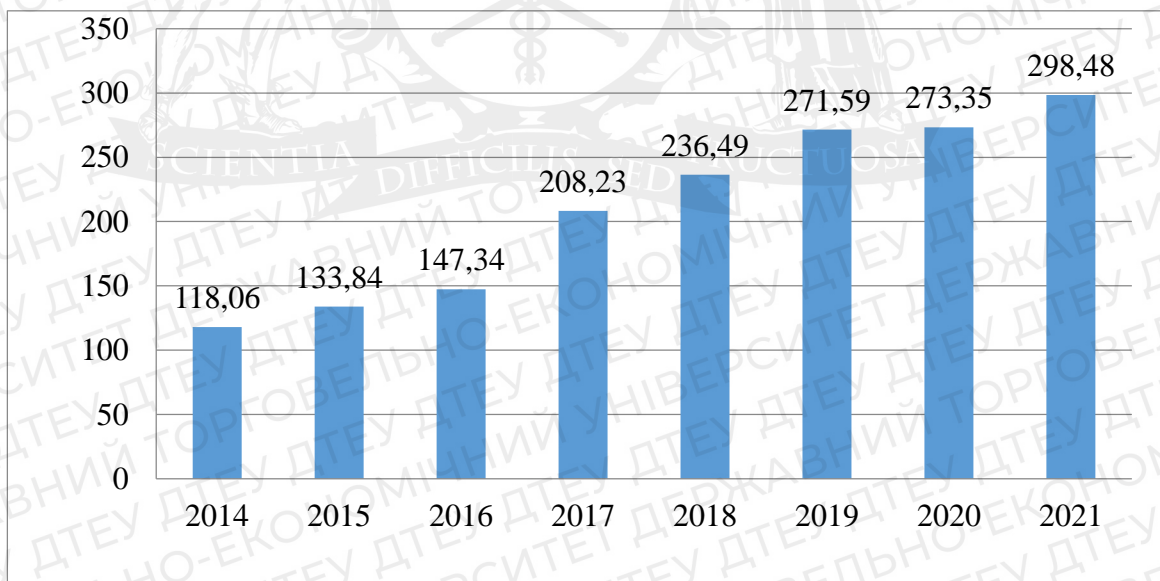


Рис. 2.3. Динаміка доходу на світовому ринку будівельних матеріалів та послуг у 2014-2021 рр., млрд дол. США

Джерело: складено за [41]

Слід зазначити, що у той же час китайські компанії досягли найвищого консолідованого доходу з усіх країн світу в 2021 році, втричі випередивши

компанії США.

Структурний розподіл виручки будівельних компаній у 2021 р. за регіональним розподілом представлено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Структурний розподіл виручки будівельних компаній
у 2021 р. за регіональним розподілом, %

Регіон	Питома вага, %
Південна Європа	7,5
Північна Європа	2,1
Південна частина центральної Азії	1,2
Південна Америка	0,6
Північна Африка	0,2
Північна Америка	16,1
Західна Європа	9,5
Західна Азія	2,5
Східна Європа	0,5
Австралія і Нова Зеландія	1,4
Східна Азія	58,5

Джерело: складено за [41]

Згідно з регіональним розподілом, більше половини виручки будівельних компаній припадає на регіон Південно-Східної Азії - 58,51 %, на частку Північної Америки - 16,05 % і Західної Європи - 9,54 % загального товарообігу.

Якщо детально розглянути зміни в географічній структурі міжнародного ринку будівельних матеріалів та послуг, то слід зазначити, що в останні роки на цьому ринку серйозні позиції зайняли підрядники з таких країн, як Південна Корея, Туреччина, Бразилія, Індія, Мексика, Філіппіни. Компанії цих країн все частіше вступають у відносини співпраці з ТНК розвинених країн для реалізації конкретних інвестиційних проєктів у будівництві. Це технологічне співробітництво, яке дозволяє компаніям з країн, що розвиваються, знижувати трансакційні та організаційні витрати, удосконалювати технології управління та маркетингу, отримувати необхідні технології для будівництва складних конструкцій.

У той же час спостерігається тенденція до розширення співпраці між підрядниками з країн, що розвиваються на основі організації консорціумів для

участі в тендерах та спільних підприємствах. Наприклад, малайзійські компанії активно співпрацюють з підрядниками з Південної Кореї, Індії, Сінгапуру та Таїланду в будівництві інфраструктури.

Безсумнівно, за останні два десятиліття Китай був найактивнішим у міжнародній торгівлі будівельними товарами та послугами. Кількісне зростання Китаю як гравця на світовому ринку будівельних послуг є очевидним, про що неодноразово згадувалося. Однак слід зазначити, що якість китайських компаній змінилася з тих пір, як, крім генеральних контрактів і субпідрядів, вони почали використовувати новітні форми договірних відносин, такі як державно-приватне партнерство, а також такі механізми, як «проектування – закупівлі – будівництво» (англ. – Engineering – Procurement – Construction, EPC), «проектування – будівництво» (англ. – Design – Build), «управління будівництвом на підрядній основі» (англ. – Project Management Contracting, PMC) і надання фінансових послуг.

Усі китайські компанії, що працюють на світовому ринку будівельних товарів та послуг, можна розділити на дві категорії:

- 1) спеціально створені для реалізації масштабних проектів на основі міжурядового співробітництва та діючі переважно в країнах, що розвиваються (China Overseas Engineering Corporation, National Engineering Company, CSCEC);
- 2) китайські будівельні компанії, які отримали певний досвід роботи з іноземними замовниками в країні та вийшли на контрактні ринки інших азіатських країн (наприклад, China Road & Bridge Corporation, China Harbor Engineering Company, China Communications Construction Co.).

Завершуючи аналіз міжнародної торгівлі, слід зазначити, що більшість будівельних робіт експортується до країн, що розвиваються, у формі будівництва інфраструктури, а імпорт будівельних робіт до розвинених країн більше зосереджений у сфері реконструкції та ремонту. У той же час у країнах із слабо розвинутою інфраструктурою частка будівельних робіт у загальному імпорті послуг значно вища, ніж, наприклад, у країнах, що розвиваються. З промислової точки зору до основної сфери діяльності будівельних ТНК належить будівництво

будівель, транспортної та енергетичної інфраструктури - на ці групи припадає понад дві третини світового ринку будівельних послуг.

Слід зазначити, що важливою сферою будівельної індустрії є ринок покрівельних та фасадних матеріалів. Згідно з дослідженням Global Roofing Material Market у 2015-2021 рр. світовий ринок покрівельних і фасадних матеріалів зріс у середньому на 6,43 % і на початку 2022 року становив 108,3 млрд. дол. США. Очікується, що світовий попит на покрівельні матеріали в натуральному вираженні зростатиме на 3,7 % на рік до 2025 року [38].

Найвідомішими компаніями у світі з постачання покрівельних та фасадних матеріалів є: Saint Gobain, LafargeHolcim, CEMEX, China National Building Material Company, Heidelberg Cement, Knauf, China Baowu Steel Group Corp., Ruukki, SSAB, USG, CSR [44].

Можна зробити висновок, що міжнародний ринок будівельних послуг та матеріалів зазнає значних трансформацій. Країни з перехідною економікою втрачають позиції щодо темпів зростання ринку порівняно з найменш розвиненими країнами та країнами, що розвиваються. Ці зміни викликані низкою факторів, пов'язаних із глобалізацією та інтернаціоналізацією економічних процесів, а також транснаціоналізацією корпоративної структури ринку. Науково-технічна революція створює нові виклики для всіх гравців світового будівельного ринку та змушує інновації підвищити конкурентоспроможність компаній на світовому ринку. Поява концепції «сталого будівництва» в ході людства для сталого розвитку лежить в основі перетворень не лише пропозиції товарів у сектор, а й попиту, який стає вищим на екологічні та екологічні будівельні матеріали та процеси. Загалом, на думку експертів, ринок будівельних послуг та матеріалів є перспективним, що посилює інвестиційні інтереси. Проте за цих умов подальший розвиток потребує адаптації світового ринку будівельних матеріалів та послуг до сучасних викликів.

2.2. Дослідження ринку будівельних матеріалів України

Будівельна галузь є однією з основних ланок господарювання в кожній країні. Вона тісно пов'язана, впливає та залежить від розвитку багатьох суміжних галузей таких як металургійна, деревообробна, енергетична, машинобудівна, хімічна, легка промисловість тощо, тому стан будівельної галузі відображає економічний стан країни у цілому [31].

В останні роки разом зі зростанням обсягів продукції у галузі, що свідчить про позитивну динаміку показників діяльності, відбулось і підвищення вартості будівельних матеріалів, а також значно змінилася їх структура та асортимент.

Розрізняють дві групи галузей виробництва будівельних матеріалів [11]:

- сировинної орієнтації (виробництво цементу, азбестоцементних і шиферних виробів, вогнетривів, скла, керамічних труб, вапна тощо);
- споживчої орієнтації (виробництво бетону, залізобетонних виробів і конструкцій, м'якої покрівлі тощо).

У свою чергу, будівельний комплекс складається із п'яти складових: виробництво будівельних матеріалів, будівництво, будівельне машинобудування та проектні й дослідно-конструкторські будівельні роботи.

Перша складова, виробництво будівельних матеріалів залежить від трьох факторів: сировинного, споживчого та транспортного. Розглядаючи транспортну складову, можна зазначити, що процес будівництва вимагає величезних обсягів матеріалів, у зв'язку з чим, організувати їх доставку з інших країн виявляється дуже дорого. Оцінки показують, що перевезення будматеріалів на відстані більше 450 км нерентабельні. Тому імпортозалежність, за думкою деяких авторів, у цій галузі вважається невисокою [11].

Щодо сировинної складової, варто сказати, що Україна багата на природну будівельну сировину: вогнетривкі глини, каоліни, кварцити, будівельний камінь тощо. Галузь виробляє матеріали, деталі й конструкції для всіх видів будівництва. Основна її продукція - стінові (цегла, бетонні й гіпсобетонні панелі, шлакоблоки), в'язучі (цемент, вапно, будівельний гіпс), покрівельні (черепиця,

шифер, толь, руберойд), оздоблювальні, облицювальні, ізоляційні матеріали, будівельне скло, збірний залізобетон і бетон, покрівельні кераміка і фаянс, санітарно-технічні вироби тощо [31].

Важливим для аналізу українського ринку будівельних матеріалів є споживчі характеристики, які формують обсяги виробництва продукції та її асортимент. Доцільно проаналізувати динаміку обсягів виробництва будівельної продукції за 2017-2021 рр., результати відображені в табл. 2.4.

Аналіз показав, що протягом 2017-2021 рр. відбувалося невелике зростання обсягів виробництва по окремим видам будівельної продукції. Водночас, відбулося скорочення виробництва фарб та лаків, цегли керамічної, що слід вважати негативним зрушенням.

Таблиця 2.4

Динаміка обсягів виробництва окремих видів будівельної продукції
в Україні за 2017-2021 рр.

Вид продукції	Роки					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Фарби та лаки на основі поліакрилових чи вінілових полімерів, дисперговані чи розчинені у водному середовищі (включаючи емалі та політури), тис.т	73,5	66,7	60,7	74,6	76,0	2,5	3,40
Фарби та лаки інші, дисперговані чи розчинені у водному середовищі, тис.т	16,0	15,9	18,5	17,2	18,3	2,3	14,38
Фарби та лаки, включаючи емалі та політури, на основі складних поліефірів, дисперговані чи розчинені в летких органічних розчинниках, тис.т	67,6	51,7	43,4	53,1	55,5	-12,1	-17,90
Плитки та плити, керамічні, млн.м ²	57,3	50,6	44,7	45,4	52,3	-5	-8,73
Цегла невогнетривка керамічна будівельна (крім виробів з борошна кам'яного кремнеземистого чи ґрунтів діатомітових), тис.м ³	2154	2229	2192	2190	2082	-72	-3,34
Цемент глиноземистий, цемент безклінкерний шлаковий і цементи гідравлічні подібні, млн.т	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0	0,00
Розчини бетонні, готові для використання, млн.т	15,5	12,3	12,5	15,7	18,2	2,7	17,42
Суміші будівельні сухі (крім розчинів бетонних, готових для використання), тис.т	1759	1601	1574	1702	2209	450	25,58
Шлаковата, вата мінеральна силікатна та вати мінеральні подібні (включно суміші), у блоках, листах чи рулонах, тис.т	155	175	177	182	182	27	17,42

Продовження таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8
Болти із шестигранними головками з металів чорних (крім зі сталі неіржавної), з межею міцності на розтяг менше 800 МПа, тис.т	14,0	14,0	9,6	8,0	8,9	-5,1	-36,43
Болти із шестигранними головками з металів чорних (крім зі сталі неіржавної), з межею міцності на розтяг 800 МПа і більше, тис.т	4,7	2,3	2,5	5,8	5,1	0,4	8,51
Гайки інші, включаючи самостопорні, з металів чорних, тис.т	8,8	10,0	8,0	7,6	8,0	-0,8	-9,09

Джерело: складено за [23]

В контексті проблематики дослідження необхідно провести аналіз обсягів реалізації будівельної продукції в Україні в за 2017-2021 рр. враховуючи дві складові цього ринку: загальний обсяг товарообороту будівельних матеріалів та обсяги товарообороту будівельних матеріалів, які виготовлені в Україні. Це дасть можливість визначити ступінь залежності ринку від імпорту (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Динаміка обсягів реалізації будівельної продукції в Україні за 2017-2021 рр.

Вид продукції	Роки					2021 р. до 2017 р.	
	2017	2018	2019	2020	2021	+, -	%
Загальний роздрібний товарооборот, млн.грн., у т.ч.:	13513,7	14081,2	14289,6	14166,9	14745,2	1231,5	9,11
- товари, які вироблені на території України	7798,8	7861,5	7942,2	8388,2	8379,7	580,9	7,45
- товари, які ввезені на територію України	5714,9	6219,7	6347,4	5778,7	6365,5	650,6	11,38
Питома вага товарів, які вироблені на території України в загальному товарообороті, %	57,71	55,83	55,58	59,21	56,83	-0,9	-1,52
Питома вага товарів, які ввезені на територію України в загальному товарообороті, %	42,29	44,17	44,42	40,79	43,17	0,9	2,08

Джерело: складено за [23]

Аналіз показав, що загальний обсяг роздрібного товарообороту будівельної продукції в Україні у 2021 р. становив 14745,2 млн.грн., що на 1231,5 млн.грн., або на 9,11 % більше, ніж у 2017 р. Слід зазначити, що Україна є залежною від імпорту будівельних матеріалів, а питома вага такої продукції на внутрішньому

ринку у 2021 р. становила 43,17 %, що на 0,9 пункти більше, ніж у 2017 р.

За даними Державної служби статистики України виробництвом будівельних матеріалів в Україні займається майже 9 тисяч підприємств, більша частина яких зосереджена у Київській, Львівській, Харківській, Донецькій, Сумській та Житомирській областях. Проте більшість українських виробництв в цій галузі характеризуються технічним та технологічним відставанням, що зумовлює вужчий асортимент та нижчу якість продукції, ніж в імпортерів [13, с.163].

Важливими показниками-індикаторами для визначення стану галузі будівельних матеріалів є експорт та імпорт продукції, сальдо зовнішньої торгівлі тощо.

Динамічні зрушення у кількісних та вартісних обсягах експорту будівельних матеріалів з України у 2017-2021 рр. представлена у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Динамічні зрушення у кількісних та вартісних обсягах експорту будівельних матеріалів з України у 2017-2021 рр.

Роки	Вартість, млн.дол. США	Кількість, тис.тонн	Ціна, дол./т.
2017	6734,5	5016,0	1342,6
2018	6213,8	4826,6	1287,4
2019	6498,1	5169,9	1256,9
2020	7712,7	5595,4	1378,4
2021	8145,3	5765,0	1412,9
2021 р. до 2017 р., +/-	1410,8	748,9	70,3
2021 р. до 2017 р., %	20,9	14,9	5,2

Джерело: складено за [22]

Результати проведеного аналізу засвідчили, що у 2021 році обсяги експорту будівельних матеріалів у вартісному виразі становили 8145,3 млн.дол. США, що на 1410,8 млн.дол. США, або на 20,9 % більше, ніж у 2017 році. У кількісних параметрах у 2021 році обсяги експорту будівельних матеріалів становили 5765 тис.тонн, що на 748,9 тис.тонн, або на 14,9 % більше, ніж у 2017 році.

Структура експорту будівельних матеріалів в розрізі країн у 2021 році представлено на рис. 2.4.

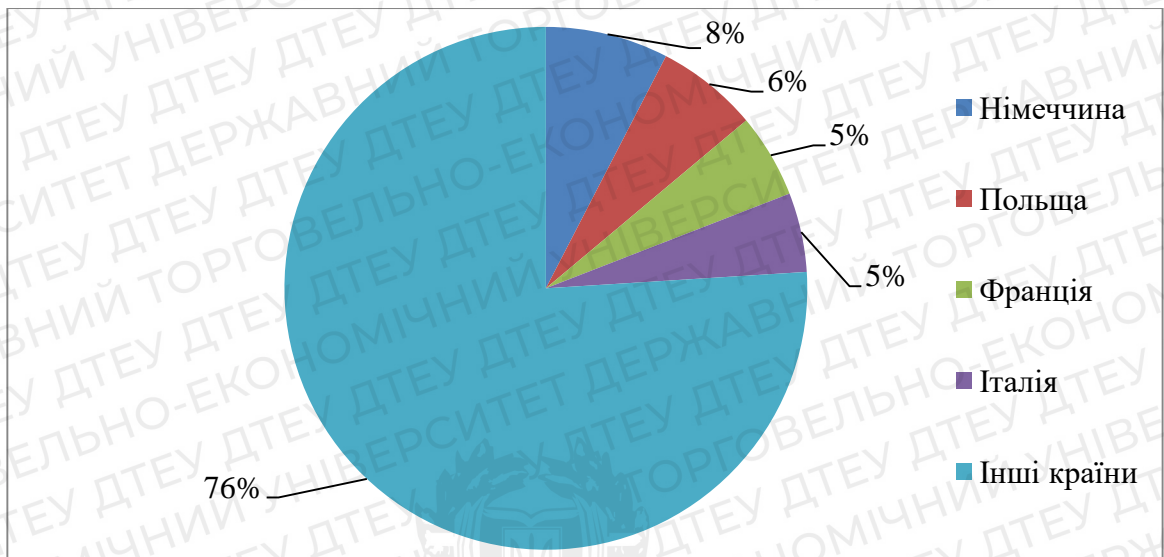


Рис. 2.4. Структура експорту будівельних матеріалів з України за країнами у 2021 році, %

Джерело: складено за [22]

Результати проведеного аналізу засвідчили, що у 2021 році найбільшу питому вагу в обсягах експорту будівельних матеріалів у вартісному виразі займала Німеччина, а саме 8 %. Також, вагому частку в експорті посідає Польща – 6 % та Франція – 5 %.

Динамічні зрушення у кількісних та вартісних обсягах імпорту будівельних матеріалів в Україну у 2017-2021 рр. представлена у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Динамічні зрушення у кількісних та вартісних обсягах імпорту будівельних матеріалів в Україну у 2017-2021 рр.

Роки	Вартість, млн.дол. США	Кількість, тис.тонн	Ціна, дол./т.
2017	18765,3	9125,8	2056,3
2018	19334,5	9182,0	2105,7
2019	19876,4	9124,3	2178,4
2020	20145,9	8885,0	2267,4
2021	20712,3	8957,1	2312,4
2021 р. до 2017 р., +/-	1947,0	-168,7	256,1
2021 р. до 2017 р., %	10,4	-1,8	12,5

Джерело: складено за [22]

Результати проведеного аналізу засвідчили, що у 2021 році обсяги імпорту будівельних матеріалів у вартісному виразі становили 20712,3 млн.дол. США,

що на 1947,0 млн.дол. США, або на 10,4 % більше, ніж у 2017 році. У кількісних параметрах у 2021 році обсяги імпорту будівельних матеріалів становили 8957,1 тис.тонн, що на 168,7 тис.тонн, або на 1,8 % менше, ніж у 2017 році.

Структура імпорту будівельних матеріалів в розрізі країн у 2021 році представлено на рис. 2.5.

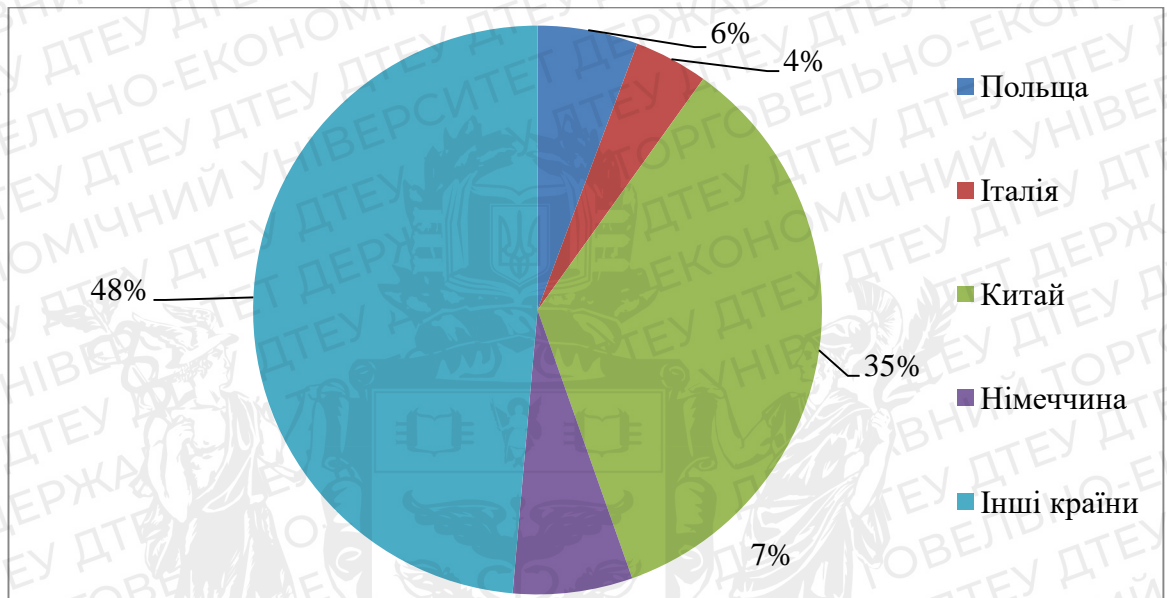


Рис. 2.5. Структура імпорту будівельних матеріалів в Україну за країнами у 2021 році, %

Джерело: складено за [22]

Результати проведеного аналізу засвідчили, що у 2021 році найбільшу питому вагу в обсягах імпорту будівельних матеріалів у вартісному виразі займав Китай, а саме 35 %. Також, вагому частку в імпорті посідає Польща – 6 % та Німеччина – 7 %. На інші країни припадає 48 % імпорту будівельних матеріалів.

Динаміка зовнішньоторговельного сальдо за експортно-імпортними операціями будівельних матеріалів в Україні у 2017-2021 рр. представлено на рис. 2.6.

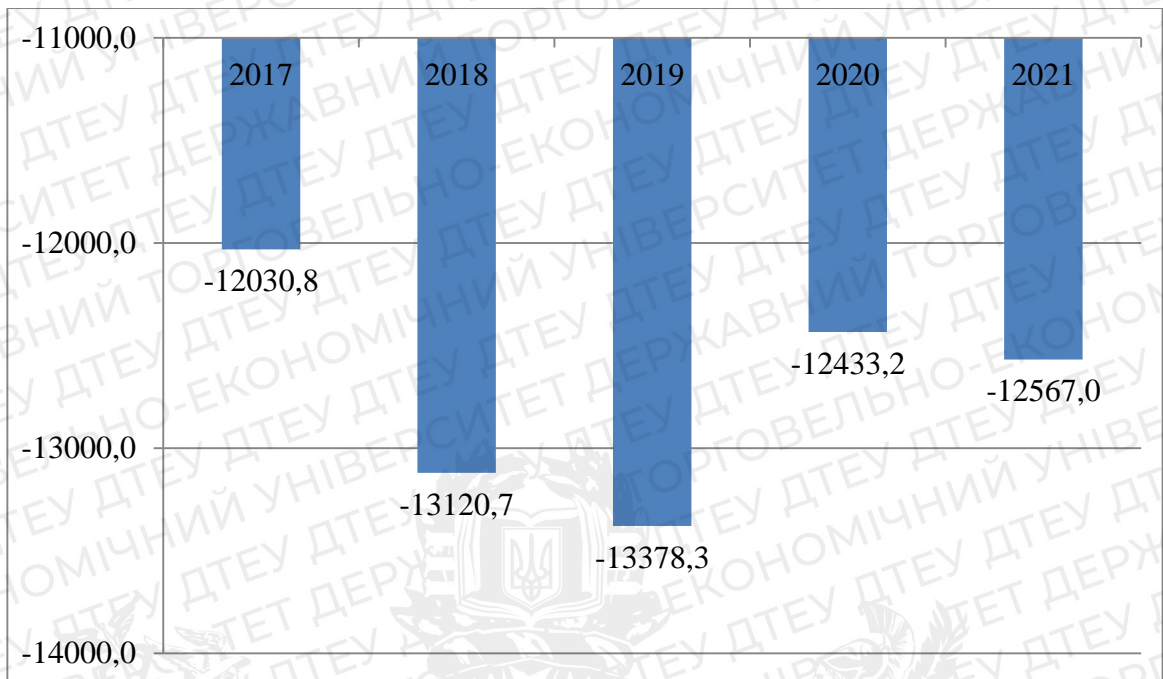


Рис. 2.6. Динаміка зовнішньоторговельного сальдо за експортно-імпортними операціями будівельних матеріалів в Україні у 2017-2021 рр. млн. дол. США

Джерело: складено за [22]

Результати аналізу показали, що у 2021 році зовнішньоторговельне сальдо за категорією будівельних матеріалів було від'ємним в обсязі 12567,0 млн.дол. США., що на 536,3 млн. дол. США більше, ніж у 2017 р.

Результати дослідження підтверджують залежність України від імпорту у сфері будівельних матеріалів. На нашу думку, причинами зростання імпортозалежності є насамперед невідповідність продукції смакам споживачів, що включає такі ознаки, як якість, покращені властивості, дизайн товару, ціна. Імпортозалежність підтверджує думку про те, що існує сильна кореляція з різницею в курсі гривні до долара/євро на будівельні матеріали, вироблені в Україні, що свідчить про те, що вартість вітчизняних матеріалів залежить від вартості імпортованих комплектуючих.

В системі зовнішньоекономічної діяльності на ринку будівельних матеріалів України застосовується митне регулювання. Митне регулювання – регулювання питань, пов'язаних із встановленням мит та інших податків, що справляються при переміщенні товарів через митний кордон України,

процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю України.

Методи митно-тарифного регулювання зовнішньої торгівлі на ринку на ринку будівельних матеріалів України можна розділити на такі: тарифні (митні), що ґрунтуються на використанні митних тарифів; нетарифні - квоти, ліцензії, субсидії, демпінг та ін.

У загальному плані ввізне й вивізне мито являє собою податок на товари, що переміщуються через митний кордон. Система ставок мита є єдиною для всіх суб'єктів незалежно від форм власності.

Тарифні методи за суттю є економічними і діють через ринковий механізм, вони спрямовані на здешевлення експорту, подорожчання імпорту і впливають на фінансові результати діяльності учасників ЗЕД.

Нетарифне регулювання – це комплекс заходів обмежено-заборонного порядку, що перешкоджають проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок країни.

Таким чином, основними причинами, що гальмують розвиток ринку будівельних матеріалів, є: недостатнє знання стану природних ресурсів, стану галузі та ринку, що не дозволяє виробляти кількість, необхідну для реагування на власний ринок; законодавча база, яка фіксує великий відсоток імпортних товарів, гальмує розвиток бізнесу; недостатнє фінансування бізнесу; відсутність інвестицій через високі процентні ставки, що впливає на стан виробничої бази, не даючи можливості модернізувати підприємства.

На наш погляд, будівельний ринок України доцільно сегментувати насамперед за ознакою об'єкта маркетингових зусиль – приватної особи або підприємства (табл. 2.8).

Типізація компаній – операторів будівельного ринку України:

1. Закордонні компанії / представництва мають класичний принцип побудови бізнесу, в тому числі маркетингу. Вони добре готують продуктові підрозділи, розвивають центри навчання (Кнауф, Хенкель), мають мережеву підтримку брендів (Хенкель, Ру-уккі).

Таблиця 2.8

Сегментація будівельного ринку України

Параметр	Споживчий сегмент	Професійний сегмент
Продукти	Більше уваги дизайнові й асортиментному різноманіттю	Акцент на професійних якостях продукту
Ціни	Більша кількість цінових сегментів	Тендерна практика; знижки; невідповідність заявлених цін фактичним; відсутність прайс-листів
Дистрибуція	Початок розвитку DIY-формату; базарна торгівля	Прямий продаж; перші спроби відкриття спеціалізованих магазинів
Персонал (продаж)	Переважно низький рівень підготовки	Висококваліфіковані продавці так званих "складних" продуктів
Персонал (виконавці)	Переважання індивідуальних виконавців	Ускладнене планування завантаженості працівників за умов сезонності
Канали комунікації	Перші спроби використання стандартних методів просування з метою підвищення рівня обізнаності з торговельною маркою, в тому числі завдяки виходові на дорогі види ЗМІ (зокрема телебачення)	Перевірені канали просування через професійні точки продажу та компетентних посередників

Джерело: складено автором

2. Великі вітчизняні компанії, за деякими винятками, ще тільки навчаються маркетингу та мають так званий продажно-продуктовий маркетинг із налагодженою системою прямого продажу. Велику увагу вони приділяють питанням виробництва.

3. Іноземні компанії, що не мають виробництва, а виконують представницькі функції та / або імпортують свою продукцію з-за кордону, акцентують свою діяльність на гуртовому продажі, побудові та зміцненні дистрибуції.

4. Вітчизняні й західні сировинно-орієнтовані підприємства (великі світові цементні корпорації) здійснюють збут, виробництво та пошук додаткових джерел сировини.

5. Вітчизняні заводи з виробництва так званих важких будматеріалів (вапно, бетон, цегла тощо) практично без винятку зосереджують свою діяльність

навколо виробництва та виконання планів із відвантаження продукції в умовах перевищення попиту над пропозицією.

6. Вітчизняні заводи, що працюють на великі фінансово-будівельні організації (типу Київміськбуду, ТММ), орієнтуються на матеріально-технічне забезпечення своїх материнських компаній. Загальна тенденція до посилення впливу на ринку шляхом запровадження власних торговельних марок торкнулась і будівельної галузі.

У табл. 2.9 наведено сектори будівельного ринку України та їхні бренди.

Таблиця 2.9

Найбільші будівельні бренди України за станом на 01.01.2022 р.

Ринки	Наявність та сила брендів	Приклади
Лакофарбові вироботи	Наявність вітчизняних і закордонних брендів; деякі іноземні компанії підтримують споживчий сегмент активними рекламними діями	Tikkurila, Dufa, Тріора, Зебра, Капарол, Маляр, Лакма, Marshall, Снежка
Сухі будівельні суміші	Наявність близько десятка брендів, які активно розвиваються з очевидним лідером.	Хенкель, Полімін, Полірем, Будмайстер
Покрівельні матеріали	У сегменті високої та середньої цінової групи матеріалів наявні бренди й суббренди. Широке коло приватних споживачів є недостатньо обізнаним із торговельними марками та навіть із відмінностями між типами покрівлі.	Рууккі, Техноніколь, ТПК, Альбатрос, Ондулін
Покриття для підлоги	Достатня кількість брендів (переважно західних). Брак вагомої рекламної підтримки, спрямованої на приватного споживача.	Дім паркету, ІнексУкрПаркет, Кронопол, Таркетт
Кондиціонування	Вагома історія та підтримка переважно світових компаній – власників брендів. Перші спроби створення вітчизняних торговельних марок.	York, Daikin, Toshiba, Panasonic
Будівництво багато квартир-ного житла	Більше історичних, аніж новітніх брендів. Безкоштовна PR-підтримка (переважно ініційована громадськістю й далеко не завжди позитивна).	Київміськбуд, Консоль, 21сторіччя, Житло-Інвест, ТММ, Еліта-Центр
Будівництво котеджних містечок	У зародковому стані; перші спроби брендування та виведення на ринок.	Романово, Золоті ворота
Промислове будівництво	Наявність потужних іноземних брендів, які прагнуть сформувати лояльність у середовищі професійних споживачів	Llentabhallen, Astron, Atlas Ward

Джерело: складено автором

Проте зазначені приклади варто сприймати за критичну меншість; натомість у цілому процес брендингу на досліджуваному ринку можна оцінити швидше як такий, що перебуває у зародковому стані.

Також, необхідно дослідити сучасний стан попиту на будівельні матеріали на внутрішньому ринку України та його забезпечення, що представлено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Поточний стан попиту на будівельні матеріали та його забезпечення на внутрішньому ринку України у 2021 р.

Показник	Значення
Поточний стан попиту на внутрішньому ринку, млн.грн.	700000,0
Обсяг реалізації на внутрішньому ринку, млн.грн.	14745,2
Обсяг імпорту, млн. грн.	517800,5
Коефіцієнт покриття попиту внутрішнім споживанням, %	2,11
Коефіцієнт покриття попиту імпортом, %	73,97
Коефіцієнт загального покриття внутрішнього попиту, %	76,08

Джерело: складено автором

Аналіз показав, що поточний стан попиту на внутрішньому ринку будівельних матеріалів забезпечується наявним обсягом реалізації та імпорту лише на 76,08 %. При цьому, покриття попиту внутрішнім споживанням (продукцією виготовленою в Україні) становить всього 2,11 %. Зазначені дані доводять той факт, що внутрішній ринок України має потенціал щодо поглинання продукції на загальну суму 167454 млн.грн. (незадоволений попит). Цей незадоволений попит може бути забезпечений за рахунок імпорту будівельних матеріалів. При цьому цільова аудиторія, яка за результатами проведеного дослідження може бути потенційними споживачами будівельних матеріалів на ринку характеризується відповідними параметрами (табл. 2.11).

За результатами проведеного дослідження можна визначити цільову аудиторію, яка може бути потенційними споживачами будівельних матеріалів на ринку України: корпоративний сектор з середнім рівнем доходів, що має за мету придбання товарів для проведення поточних ремонтів та купує товари через мережу оптових посередників.

Таблиця 2.11

Параметри цільової аудиторії, що може бути потенційними споживачами
будівельних матеріалів на ринку України

Параметр	Характеристика
Тип споживача	- корпоративний (60 % ринку); - урядовий (15 %); - індивідуальний (35 %)
Рівень доходів	- високий (25 %); - середній (40 %); - низький (35 %)
Призначення товарів	- капітальне будівництво (30 %); - поточний ремонт (60 %); - інвестування (10 %)
Мережі дистрибуції	- прямий продаж (20 %); - продаж через оптових посередників (50 %); - продаж через роздрібних посередників (30 %).

Джерело: складено автором

Передусім необхідно здійснити обґрунтування вибору цільового ринку. Вибір будемо здійснювати на основі порівняння трьох потенційних країн-контрагентів за результатами дослідження політичних, економічних, географічних, правових, соціальних та культурних факторів умов кожної з них.

Результати обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні імпортової операції ПП «Будпостач» проводиться з використанням табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Результати обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні
імпортової операції ПП «Будпостач» (експертне оцінювання)

№ пор.	Фактори, що визначають вибір ринку	Чехія	Данія	Німеччина
1	Низький потенціал збуту			
2	Високий потенціал збуту	+	+	+
3	Атомістична конкуренція			
4	Олігополістична конкуренція			
5	Низькі виробничі витрати	+		
6	Високі виробничі витрати		+	+
7	Обмежувальна політика щодо імпорту		+	
8	Ліберальна політика щодо імпорту	+		+
9	Низька географічна відстань	+		
10	Значна географічна відстань		+	+
11	Економіка, що динамічно розвивається	+	+	+
12	Економіка зі стагнаційними процесами			

Продовження таблиці 2.12

13	Жорсткий валютний контроль			+
14	Ліберальна валютна політика	+		
15	Довгострокові перспективи зниження курсу національної валюти	+	+	
16	Довгострокові перспективи зростання курсу національної валюти			+
17	Незначні відмінності соціально-культурного середовища	+		
18	Значні відмінності соціально-культурного середовища		+	+
19	Невисокий політичний ризик	+	+	+
20	Високий політичний ризик			

Джерело: результати досліджень автора

Проаналізувавши фактори, наведені у табл. 2.12 доцільним є вибір Чехії, як потенційного контрагента. Ця країна має непоганий потенціал продажу, проводить досить ліберальну політику щодо експорту, має врегульовану законодавчу базу і є одним із основних партнерів у міжнародній торгівлі України. Крім того, за географічною ознакою поставка з Чехії буде вигідною для ПП «Будпостач», оскільки витрати на транспортування будуть відносно невисокими. За підсумками 2021 року Чехія займає 15-е рейтингове місце в українському зовнішньому товарообігу.

Таким чином, аналіз показав, що протягом 2017-2021 рр. відбувалося невелике зростання обсягів виробництва по окремим видам будівельної продукції. Водночас, відбулося скорочення виробництва фарб та лаків, цегли керамічної, що слід вважати негативним зрушенням. Слід зазначити, що Україна є залежною від імпорту будівельних матеріалів, а питома вага такої продукції на внутрішньому ринку у 2021 р. становила 43,17 %, що на 0,9 пункти більше, ніж у 2017 р. Аналіз показав, що поточний стан попиту на внутрішньому ринку будівельних матеріалів забезпечується наявним обсягом реалізації та імпорту лише на 76,08 %. Цей незадоволений попит може бути забезпечений за рахунок імпорту будівельних матеріалів. Результати обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні імпортової операції ПП «Будпостач» дають можливість визначити Чехію, як потенційну країну-імпортера.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ПП «БУДПОСТАЧ» БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ З КРАЇН ЄС

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ПП «Будпостач» будівельних матеріалів з країн ЄС

За результатами проведеного дослідження встановлено, що управління імпортною діяльністю ПП «Будпостач» відбувається з урахуванням результатів діагностики кон'юнктури ринку будівельних матеріалів його та тенденцій, а також враховуючи можливі реакції ринку на рішення, ухвалені керівництвом підприємства.

Результати представленого аналізу обсягів імпортової діяльності показали, що одним з найбільш перспективних напрямів імпорту товарів з-за кордону компанією ПП «Будпостач» є імпорт такої категорії товарів, як утеплювальні матеріали. Так, за період 2017-2021 рр. відбулося зростання обсягів доходів від імпорту цього виду товарів у 3,10 разів, що склало 4984 тис.грн. у 2021 р. проти 1215 тис.грн. у 2017 р. При цьому питома вага імпорту утеплювальних матеріалів зросла на 3,6 пункти з 5,60 % до 9,20 %.

Перспективність здійснення імпорту утеплювальних матеріалів підприємством ПП «Будпостач» до України підкреслюється їх перевагами у використанні в будівництві, що забезпечує стабільний попит на ці товари на внутрішньому ринку. Серед основних переваг сучасних імпортних ізоляційних матеріалів слід виділити наступні [13]:

- достатньо низька теплопровідність;
- стійкість до вологи та дії хімічних сполук;
- міцність та довговічність;
- великий термін експлуатації;
- швидкість і зручність монтажу.

З метою дослідження потенціалу розширення імпоротної діяльності за асортиментною товарною позицією «Матеріали для утеплення» необхідно здійснити аналіз динаміки та структури цих імпорتنих операцій на підприємстві ПП «Будпостач» (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Товарна структура імпорту продукції за асортиментною позицією «Матеріали для утеплення» ПП «Будпостач» у 2017 – 2021 рр.

Показники	2017	2018	2019	2020	2021	2021 р. до 2017 р.
Спінені полімери	5,2	5,4	5,3	5,4	5,3	0,1
Мінеральна вата	27,5	29,9	28,7	28,1	28,6	1,1
Сипкі утеплювачі	44,9	45,8	46,6	46,9	47,4	2,5
Базальтова мінеральна вата	22,4	18,9	19,4	19,6	18,7	-3,7
Разом	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	x

Джерело: складено за даними підприємства

Аналіз показав, що найбільшу частку в структурі обсягів імпорту продукції за асортиментною позицією «Матеріали для утеплення» ПП «Будпостач» посідає позиція «Сипкі утеплювачі», а саме 47,4 % у 2021 р., що на 2,5 пунктів більше, ніж у 2017 р. Враховуючи результати аналізу, вважаємо, що найбільш перспективним напрямом слід вважати розширення встановленого асортименту імпортованої продукції за позицією «Сипкі утеплювачі» шляхом більш широкої диференціації іноземних постачальників цих товарів.

Переваги імпоротної продукції за асортиментною позицією «Сипкі утеплювачі» можна представити таким чином: цей різновид утеплювачів вважається екологічно чистим, оскільки не продукує шкідливих речовин та виробляється з природних матеріалів. Виділяють наступні види імпоротної продукції за асортиментною позицією «Сипкі утеплювачі» [25]:

1. Керамзит - являє собою легкий пористий будівельний матеріал, отриманий методом випалу глини.
2. Вермикуліт – це гірська силікатна порода, різновид гідрослюди, що відрізняється від звичайної слюди підвищеним вмістом води та слабкими зв'язками між шарами.

3. Перлит - (перлитовий щебінь) виробляється із вулканічного скла і візуально нагадує пісок або щебінь.

Коефіцієнти теплопровідності усіх сипких ізоляторів близькі, вони добре пропускають пару та мають високу екологічність.

Крім того, дані утеплювальні матеріали мають наступні переваги: довговічність; вогнестійкість; стійкість до дії вологи; не приваблюють гризунів; не втрачають з часом експлуатаційних властивостей.

Далі необхідно провести дослідження відповідних споживчих характеристик імпортової продукції за асортиментною позицією «Сипкі утеплювачі» з метою визначення найбільш привабливого товару для майбутньої імпортової операції (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Результати дослідження споживчих характеристик імпортової продукції за асортиментною позицією «Сипкі утеплювачі» з метою визначення найбільш привабливого товару для майбутньої імпортової операції ПП «Будпостач»

Показники	Керамзит	Вермикуліт	Перлит
Довговічність	+++	++	+++
Вогнестійкість	+++	+++	+++
Стійкість до дії вологи	+++	++	+++
Теплопровідність	++	+	+
Екологічність	+++	+++	+++
Ціна	+++	++	++

Джерело: складено автором

Отже, усі досліджувані види продукції за асортиментною позицією «Сипкі утеплювачі» мають досить високі значення споживчих показників. Проте, серед представлених товарів виділяється «Керамзит», який лідирує за такими параметрами, як довговічність, стійкість до вологи, теплопровідність, та ціна. Враховуючи сказане, вважаємо, що найбільш перспективним щодо імпорту підприємством ПП «Будпостач» слід вважати таку категорію товарів, як «Керамзит».

Подальшою метою дослідження має бути обґрунтування найбільш раціонального та оптимального для бізнесу сегменту іноземного ринку,

встановлення країни-контрагента, з якою доцільно встановлювати торговельні відносини щодо визначеного виду зовнішньоекономічної імпоротної операції з постачання продукції за позицією «Керамзит» підприємством ПП «Будпостач».

Дослідження засвідчили, що серед країн-імпортерів керамзиту в Україну виділяється три країни, які забезпечують до 75 % усіх поставок цього будівельного матеріалу:

1. Данія. Головним постачальником польського керамзиту в Україну є компанія «Viles», яка пропонує на вигідних умовах купити керамзит від кращих польських виробників сипучих матеріалів. Можлива доставка керамзиту різних фракцій в необхідній кількості. При замовленні великих обсягів сипучих матеріалів час доставляння узгоджується в індивідуальному порядку.

2. Чехія. У цій країні виділяється потужне виробничо-торговельна компанія «Cerammat», яке розташоване біля західних кордонів України. Виготовлення керамзиту підприємством здійснюється за міжнародним визнаним методом, шляхом випалу пластичної глини при температурі близько 1200°C. Гравій та пісок керамзитові виготовляються з екологічно чистої сировини, яка відповідає першому класу по радіоактивності, тобто може використовуватися без будь-яких обмежень.

3. Німеччина. Компанія «Rock» є провідним постачальником якісних матеріалів з керамзиту німецького виробництва. В наявності є багато інших загальнобудівельних матеріалів з керамзиту. Постійна система знижок, завдяки якій завжди прийнятні ціни на товар. Продаж оптом і в роздріб, також вибір зручного варіанту оплати. Індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Таким чином, для обґрунтування вибору цільового закордонного ринку при здійсненні імпоротної операції потрібно було б обрати такі держави, як Данія, Чехія та Німеччина, тому-що вони в значних обсягах виготовляють та експортують керамзит та вироби з нього в Україну.

Данія та Чехія є одними з провідних країн Європейського Союзу за виробництвом високоякісних товарів з керамзиту.

Розглянемо основні етапи розробки зовнішньоторговельної імпоротної

операції з постачання продукції за позицією «Блоки з керамзиту» підприємством ПП «Будпостач».

Для ПП «Будпостач» доцільно вибрати прямий спосіб імпортової операції. Це дозволяє отримати додаткову фінансову вигоду, оскільки зменшує витрати на комісію для посередника. Це також знижує ризик і залежність результатів бізнесу від можливої несправедливої або недостатньої компетентності організації-посередника. Прямий метод дозволяє постійно перебувати на ринку, враховувати його розвиток і своєчасно реагувати на них. ПП «Будпостач» здійснює імпорту діяльність через свій відділ зовнішньоекономічних зв'язків.

Оскільки попередня імпорту операція здійснювалася на умовах поставки EXW-Краків, для якої покупець взяв на себе всі витрати та ризики транспортування товару від постачальника до місця призначення, для альтернативної операції умови доставки обрано DDP «Поставка зі сплатою мита». Основними перевагами цих умов доставки є наступні [14, с.70]: продавець за свій рахунок бере на себе транспортування товару до зазначеного пункту призначення; продавець несе всі витрати та ризики, пов'язані з доставкою товару до місця призначення; продавець несе відповідальність за проходження всіх необхідних митних процедур, як при експорті, так і при імпорту; продавець несе витрати на митне оформлення, податки, мита та інші ввізні збори до країни призначення; продавець несе відповідальність за страхування товару в дорозі; продавець несе всі витрати з огляду товару, його упаковки та маркування. Тому вищезазначені умови доставки в режимі «імпорту» є найбільш вигідними для ПП «Будпостач».

Вибираючи транспортний засіб для доставки вантажів, в першу чергу слід звернути увагу на особливості та практику перевезення керамзиту. За цих умов було б розумно вибрати автомобільний транспорт для цієї імпортової операції.

Важливим аспектом здійснення імпортової операції слід вважати формування валютних умов зовнішньоторговельного контракту ПП «Будпостач», до якого відносять: валюту ціни; валюту платежу; курс перерахунку валюти ціни у валюту платежу при їх неспівпадінні; захисні валютні

застереження проти ризику валютних втрат у разі зміни курсу валют.

Фінансовими умовами зовнішньоекономічного договору ПП «Будпостач» є: вид платежу (негайний платіж, позика, комбінований платіж, позика з можливістю негайного платежу); спосіб оплати (банківський переказ, акредитив, інкасо, відкрити рахунок); засоби розрахунку (рахунок, чек).

Валюта платежу зазвичай є вільно конвертованою валютою країн з розвиненою ринковою економікою. Тому для здійснення імпоротної операції ПП «Будпостач» доцільно вибрати євро (EUR), що буде вигідно як Україні, так і Чехії.

Спосіб оплати для майбутньої операції контрагенти обирають банківський переказ з оплатою проти доставки товару. Банківський переказ – це просте розпорядження комерційного банку імпортера його банку-кореспонденту (банку експортера) сплатити певну суму грошей від імені та за рахунок переказника (імпортера) експортеру із зазначенням способу відшкодування банку платника. Для компанії ПП «Будпостач» розрахунок з оплатою проти доставки товару є вигідним, оскільки воно має можливість здійснити оплату після отримання товару.

Узагальнення організаційного забезпечення здійснення імпоротної операції ПП «Будпостач» у 2022 році представлено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Узагальнення організаційного забезпечення здійснення імпоротної операції ПП «Будпостач» у 2022 році

Умова здійснення імпоротної операції	Характеристика
1	2
Відповідність регуляторній політиці країни походження товару	За результатами проведеного дослідження виявлено, що для компанії ПП «Будпостач», як імпортера найбільш прийнятними та відповідними регуляторній політиці країни походження товару – Чехії було виявлено такі параметри ринку: високий потенціал збуту; низькі виробничі витрати; ліберальна політика щодо імпорту; прийнятна географічна відстань; ліберальна валютна політика; довгострокові перспективи зниження курсу національної валюти; незначні відмінності соціально-культурного середовища; невисокий політичний ризик.

Продовження таблиці 3.3

1	2
Відповідність нормативно-правовим вимогам України	Відповідає в повній мірі. Чинним законодавством передбачено, що регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється з метою: забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України; стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, в тому числі зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України; створення найбільш сприятливих умов для залучення економіки України в систему світового поділу праці та її наближення до ринкових структур розвинутих зарубіжних країн.
Наявність ресурсного забезпечення	Компанія ПП «Будпостач» володіє наступними ресурсами для організації здійснення імпортової операції: - трудові ресурси (висококваліфікований персонал власного відділу ЗЕД в кількості 3 менеджерів ЗЕД); - фінансові ресурси (за результатами проведеного аналізу встановлено, що підприємство володіє власними грошовими коштами, обсяг яких станом на кінець 2021 р. становив 14242 тис.грн); - кредитні ресурси (враховуючи наявність власних грошових коштів немає необхідності у залученні позикового капіталу).
Логістичне забезпечення	Для компанії ПП «Будпостач» логістика не є ключовою бізнес-компетенцією, але при цьому відволікає багато уваги і ресурсів на утримання логістичного відділу. Як правило, власний відділ логістики – це далеко не завжди високий рівень логістичного сервісу, висока оборотність запасів і низькі логістичні витрати. І при цьому власні співробітники постійно вимагають підвищення зарплати, яка часто вище їх компетенцій і результативності. Керівництвом ПП «Будпостач» визначено, що рентабельніше віддати логістику на аутсорсинг. Аутсорсинг в логістиці ПП «Будпостач» полягає в передачі логістичних процесів третій стороні. В якості останньої може бути, як одна фірма, так і група компаній. Суть даної послуги полягає в зменшенні витрат компанії на логістику, при реалізації поставок продукції завдяки залученню одного або декількох кваліфікованих професіоналів – логістичних операторів.

Таким чином, умовами здійснення імпортової операції ПП «Будпостач» встановлено відповідність регуляторній політиці країни походження товару; відповідність нормативно-правовим вимогам України; наявність ресурсного забезпечення; логістичне забезпечення.

Деталізація умов майбутнього зовнішньоторговельного контракту на імпорт будівельних матеріалів (керамзитних блоків) з країн ЄС для ПП «Будпостач» представлена у Додатку В.

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ПП «Будпостач» будівельних матеріалів з країн ЄС

В процесі здійснення прогносної оцінки результативності імпорту ПП «Будпостач» будівельних матеріалів (керамзитних блоків) з країн ЄС (Чехії), передусім, необхідно сформулювати конкурентний лист для розрахунку імпортової ціни товару.

Конкурентний лист - внутрішній документ компанії, який містить комерційну та технічну інформацію про товар з конкурентних документів, отриманих від компаній (зовнішньоторговельні контракти, комерційні пропозиції, прайс-листи підприємств, галузеві каталоги тощо) і використовується для порівняння їх основних показників та визначити приблизну імпортову ціну. Конкурентний лист є першим кроком в оцінці імпортного контракту [8, с.65].

При визначенні оптимальної ціни імпортного товару оптимальною вважається найнижча з цін конкурентів. При обґрунтуванні ціни імпорту та підготовці цінової документації ціна повинна бути розрахована на основі не менше трьох конкурсних пропозицій.

Для здійснення запропонованої імпортової операції для визначення ціни контракту використовується пропозиція на поставку аналогічних товарів компанією «Viles» (Данія) на 2021 рік, проект зовнішньоекономічного контракту на поставку блоків з керамзиту компанією «Caramat» (Чехія) на 2019 рік, та проект зовнішньоекономічного контракту від компанії «Rock» (Німеччина) на 2020 рік.

У табл. 3.4 представлено конкурентні матеріали для встановлення імпортової ціни контракту з постачання будівельних матеріалів (керамзитних блоків) з країн ЄС підприємством ПП «Будпостач». Визначені конкурентні матеріали будуть основою для розрахунку імпортової ціни на постачання продукції від чеської компанії «Caramat».

Таблиця 3.4

Порівняльні конкурентні матеріали при імпорті
керамзитних блоків підприємствами-імпортерами

№ з/п	Умови контракту	Конкурентні матеріали		
		Caramat	Viles	Rock
1	Країна-експортер	Чехія	Данія	Німеччина
2	Ціна в валюті за од.	1,65 \$	1,32 €	1,62 \$
3	Джерело інформації	ЗТК	Комерційна пропозиція	ЗТК
4	Рік поставки	2021	2019	2020
5	Базисні умови поставки	EXW Прага	DDP Київ	DDP Київ
6	Форма розрахунку	Банківський переказ	Банківський переказ	Банківський переказ
7	Кількість (шт)	19300	17600	19300

Джерело: результати досліджень автора

I. Додаткова інформація для проведення розрахунків:

- Курси валюти на дату складання конкурентного листа: 1 € – 1,345 \$.
- Знижка на вторгування складає 5%.
- Знижка за кількість – 5 % за кількість 15000-18000 од., 9% за 18001 – 19500 од.
- Термін поставки – 60 днів.
- Індекси цін наведені за даними європейської статистики:
2019 – 109,6%.
2020 – 111,91%.
2021 – 116,40%.
- Транспортні та інші витрати:
 - витрати на навантаження та розвантаження – 1,5% ціни товару;
 - витрати на транспортування Прага-Київ складають 8% ціни;
- Витрати на митне очищення товару в Данії – 3% вартості контракту.

II. Приведення цін конкурентних матеріалів до єдиної валюти.

Визначимо ціну товару у єдиній валюті для компанії «Caramat»:

$$1,65 \$ / 1,345 = 1,22 €;$$

Для компанії «Viles» ціна товару визначена в євро і становить 1,32 €;

Визначимо ціну для компанії «Rock»:

$$1,62 \$/1,345 = 1,20 \text{ €}.$$

Розрахунок сумарної поправки на комерційні умови 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 вторгування (K5); поправки на вторгування (K6).

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

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

Приведення конкурентних матеріалів здійснюється за такою формулою:

$$C_1 = C_0 \times \frac{I_1}{I_0}, \quad (3.1)$$

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:

$$K_1 = C_1 - C_0 \quad (3.2)$$

Поправка на інфляцію для «Caramat»:

$$1,22 * (116,40/109,63) - 1,22 = 1,30 - 1,22 = 0,08;$$

Для «Viles» поправку не потрібно розраховувати, адже контракт укладений у 2019 році;

Поправка на інфляцію для «Rock»:

$$1,62 * (116,40/111,91) - 1,62 = 1,68 - 1,62 = 0,06.$$

2. Поправка на базисні умови поставки.

Необхідно привести ціну за базисними умовами до DDP Київ. Розрахуємо поправку для «Caramat»:

$$1,22 * 0,015 = 0,018;$$

$$1,22 * 0,08 = 0,098$$

$$1,22 * 0,03 = 0,007.$$

В даному випадку сумарна поправка за базисними умовами буде становити 0,123.

3. Поправка на кількість.

Ця поправка враховує обсяг закупленого товару порівняно з плановими умовами майбутньої угоди. Для «Caramat» та «Rock» не потрібно розраховувати поправки, так як їх ціна вже містить у собі знижку. Поправка для «Viles»:

$$(1,32 * 1,05) - 1,32 = 1,386 - 1,32 = 0,066.$$

4. Поправка на вторгування.

Дану поправку необхідно розрахувати для «Viles»:

$$1,32 * 0,05 = 0,066.$$

Сума поправок становитиме:

$$\text{Для «Caramat»}: +0,08 + 0,123 = +0,203$$

$$\text{Для «Viles»}: (-0,066) + (-0,066) = -0,132$$

$$\text{Для «Rock»}: +0,06$$

Ціна контракту з урахуванням усіх поправок:

$$\text{«Caramat»}: 1,22 + 0,203 = 1,42$$

$$\text{«Viles»}: 1,32 - 0,132 = 1,19$$

$$\text{«Rock»}: 1,20 + 0,06 = 1,26$$

Середня ціна контракту:

$$\text{Ц.сер.} = (1,42 + 1,19 + 1,26) / 3 = 1,29 \text{ €}.$$

$$\text{Ц.мін.} = 1,20 \text{ €}.$$

Таким чином, конкурентний лист для альтернативних конкурентних матеріалів щодо імпорту керамзитних блоків підприємствами-імпортерами наведено в Додатку Г.

Отже, враховуючи представлений конкурентний лист, встановлена ціна щодо імпорту продукції за позицією «Керамзитні блоки» підприємством ПП «Будпостач» від чеського постачальника - компанії «Caramat» у 2022 році складатиме 1,29 € за 1 од. товару.

Визначення економічної ефективності імпортової операції будемо здійснювати на основі порівняння отриманого економічного результату (ефекту)

з витратами ресурсів щодо одержання цього ефекту.

Для підприємства ПП «Будпостач» під економічною ефективністю імпорتنих операцій будемо розуміти ступінь зростання доходу від цього виду операцій. Критерієм економічної ефективності вважаємо прибуток як головна міра ефективності.

Таким чином, за результатами проведеного дослідження встановлено перспективність для ПП «Будпостач» здійснення постачання продукції за позицією «Керамзитні блоки» від чеського постачальника - компанії «Caramat» у 2022 році.

Істотні контрактні мови майбутньої угоди щодо міжнародної імпорتنі операції ПП «Будпостач» наведено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Істотні контрактні мови майбутньої угоди щодо міжнародної імпорتنі операції ПП «Будпостач» з постачання продукції за позицією «Керамзитні блоки» від чеського постачальника - компанії «Caramat» у 2022 році

Контрактні умови	Значення
Найменування товару	Керамзитні блоки
Країна-експортер	Чехія
Ціна за одиницю	1,29 € за од.
Загальна кількість товару, що імпортується, од.	10000
Умови постачання	DDP Київ
Курс НБУ на час здійснення платежів	34,5612
Ставка митного тарифу за 1 од: повна	5 %
пільгова	0%
ПДВ	20%

Джерело: результати розрахунків автора

Процедура оцінювання ефективності імпорتنі операції має проводитися у кілька етапів:

- визначення витрат на проведення імпорتنі операції (у тому числі собівартості товару при імпорті, витрат на транспортування у відповідності до обраного базису поставки, витрат на реалізацію товару на ринку України тощо);
- обґрунтування митних платежів за цим видом імпорتنі операції;
- визначення доходів підприємства від імпорتنі операції;

- визначення ефекту та ефективності імпортової операції.

Дослідження засвідчили, що середня ціна реалізації товару, що імпортується (Керамзитні блоки) на внутрішньому ринку України складає 80 грн. за од. (без ПДВ). Структуру витрат, пов'язаних із постачанням товару та його продажем на внутрішньому ринку України представлено в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Структура витрат щодо ціни контракту на постачання продукції за позицією «Керамзитні блоки» від чеського постачальника - компанії «Caramat» у 2022 році

Витрати	% до ціни контракту
Витрати на транспортування до кордону	15%
Витрати на страхування	7%
Витрати на навантаження	3%
Витрати на розвантаження	4%
Комісійні експедитора	0,50%
Витрати на зберігання на складі експортера	2%
Матеріальні витрати імпортера	0,90%
Витрати на оплату праці логістичного персоналу	5%
Відрахування від ФОП	38,3% від ФОП

Джерело: результати розрахунків автора

На основі представлених даних визначимо ефективність майбутньої імпортової операції ПП «Будпостач»:

Контрактна вартість товару в національній валюті = $1,29 \times 10000 \times 34,5612 = 445839$ грн.

Митна вартість товару = $12900 - (0,04 + 0,009 + 0,05 + 0,05 \times 0,383) \times 12900 = 12900 - 1524,1 = 11375,9$ Євро $\times 34,5612 = 393164,7$ грн.

Мито = $393164,7 \times 5\% = 19658,2$ грн.

ПДВ = $(393164,7 + 19658,2) \times 20\% = 82564,6$ грн.

Витрати імпортера = $12900 \times (0,04 + 0,009 + 0,05 + 0,05 \times 0,383) = 1524,1$ Євро $\times 34,5612 = 52675,9$ грн.

Імпортна вартість контракту в національній валюті (собівартість імпортової операції) = $393164,7 + 19658,2 + 82564,6 + 52675,9 = 548063,4$ грн.

Виручка від реалізації імпортованої продукції на внутрішньому ринку =

80 грн. x 10000 кг = 800000,00 грн.

Ефект імпорту = 800000,00 – 548063,4 = 251936,6 грн.

Чиста рентабельність імпорту за доходом = 251936,6 / 800000,0 = 31,49 %.

Комерційна рентабельність імпортової операції = 548063,4 / 800000,00 = 68,51 %.

Результати проведених розрахунків фінансових показників міжнародної імпортової операції ПП «Будпостач» з постачання продукції за позицією «Керамзитні блоки» від чеського постачальника - компанії «Caramat» у 2022 році представлено у табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Прогноз фінансових показників міжнародної імпортової операції ПП «Будпостач» з постачання продукції за позицією «Керамзитні блоки» від чеського постачальника - компанії «Caramat» у 2022 році

Показники	Значення
Митна вартість товару, грн.	393164,7
Вартість сплаченого мита, грн.	19658,2
Вартість сплаченого ПДВ, грн.	82564,6
Витрати імпортера, грн.	52675,9
Імпортна вартість контракту в національній валюті (собівартість імпортової операції), грн.	548063,4
Виручка від реалізації імпортованої продукції на внутрішньому ринку, грн.	800000,00
Ефект імпорту (прибуток), грн.	251936,6
Чиста рентабельність імпорту за доходом, %	31,49
Комерційна рентабельність імпортової операції, %	68,51

Джерело: результати розрахунків автора

Можна зробити висновок, що представлена міжнародна імпортна операція ПП «Будпостач» є прибутковою, оскільки ефект імпорту (чистий прибуток) від здійснення імпортової операції становитиме 251936,6 тис.грн. Чиста рентабельність імпорту за доходом матиме досить високе значення на рівні 31,49 %, а комерційна рентабельність імпортової операції становитиме 68,51 %.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження організації імпорту будівельних матеріалів підприємством з країн ЄС можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що компанія ПП «Будпостач» функціонує на ринку постачання з-за кордону та реалізації на внутрішньому ринку України будівельних матеріалів достатньо широкого асортименту. Сукупні доходи за аналізований період перевищують сукупні витрати, що відображає прибутковість господарської діяльності досліджуваного підприємства ПП «Будпостач».

2. Встановлено, що виробничо-господарська діяльність підприємства є перспективною, проте недостатньо ефективною. Оскільки основою такої діяльності є здійснення імпортованих операцій, тому виникає необхідність у комплексному дослідженні сучасного стану та ефективності організації імпортованих операцій ПП «Будпостач».

3. Аналіз показав, що у 2021 р. відбулося збільшення чистого доходу від реалізації імпортованої продукції ПП «Будпостач» на 32489 тис.грн., або на 129,79 %, що склало 54178 тис.грн. Водночас, повна собівартість імпортованої продукції у 2021 р. становила 34464 тис.грн., що на 19837 тис.грн., або на 135,62 % більше, ніж у 2017 р. Прибуток від імпортованої діяльності до оподаткування, також, має тенденцію до зростання на 12652 тис.грн., або на 179,16 %. В цілому, рентабельність імпортованої операції ПП «Будпостач» має посереднє збільшення, що актуалізує питання необхідності удосконалення системи управління імпортованою діяльністю підприємства ПП «Будпостач».

4. Обґрунтовано, що міжнародний ринок будівельних послуг та матеріалів зазнає значних трансформацій. Країни з перехідною економікою втрачають позиції щодо темпів зростання ринку порівняно з найменш розвиненими країнами та країнами, що розвиваються. Ці зміни викликані низкою факторів, пов'язаних із глобалізацією та інтернаціоналізацією економічних процесів, а також транснаціоналізацією корпоративної структури ринку.

5. Узагальнено, що основними причинами, що гальмують розвиток ринку будівельних матеріалів України, є: недостатнє знання стану природних ресурсів, стану галузі та ринку, що не дозволяє виробляти кількість, необхідну для реагування на власний ринок; законодавча база, яка фіксує великий відсоток імпортованих товарів, гальмує розвиток бізнесу; недостатнє фінансування бізнесу; відсутність інвестицій через високі процентні ставки, що впливає на стан виробничої бази, не даючи можливості модернізувати підприємства.

6. Аналіз показав, що найбільшу частку в структурі обсягів імпорту продукції за асортиментною позицією «Матеріали для утеплення» ПП «Будпостач» посідає позиція «Сипкі утеплювачі», а саме 47,4 % у 2021 р., що на 2,5 пунктів більше, ніж у 2017 р. Враховуючи результати аналізу, вважаємо, що найбільш перспективним напрямом слід вважати розширення встановленого асортименту імпортованої продукції за позицією «Сипкі утеплювачі» шляхом більш широкої диференціації іноземних постачальників цих товарів.

7. Доведено, що визначення економічної ефективності імпортової операції будемо здійснювати на основі порівняння отриманого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів щодо одержання цього ефекту. Для підприємства ПП «Будпостач» під економічною ефективністю імпортованих операцій будемо розуміти ступінь зростання доходу від цього виду операцій. Критерієм економічної ефективності вважаємо прибуток як головна міра ефективності.

8. Розрахунки засвідчили, що представлена міжнародна імпортована операція ПП «Будпостач» є прибутковою, оскільки ефект імпорту (чистий прибуток) від здійснення імпортової операції становитиме 251936,6 тис.грн. Чиста рентабельність імпорту за доходом матиме досить високе значення на рівні 31,49 %, а комерційна рентабельність імпортової операції становитиме 68,51 %. Можна зробити висновок, що ефективна імпортована політика у формі постачальницьких операцій повинна спиратися на найбільш вигідні торговельні контракти, що дозволятимуть максимізувати прибуток ПП «Будпостач» від реалізації імпортованої продукції на внутрішньому ринку України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аріков В.П. Формування нових підходів щодо планування зовнішньоекономічних операцій підприємства. Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології. Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Ч. 2. С. 19–25.
2. Борейко В.І. Перспективи виробництва будівельних матеріалів в Україні. Збірник наукових праць. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. 2021. Випуск XVII. № 4. С. 64-71.
3. Вічевич А.М. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. Л. : Афіша, 2013. 272 с.
4. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств. Вісник ЖДТУ. Економічні науки. 2021. № 3 (53). С. 53-55.
5. Георгіаді Н.Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні основи і прикладні аспекти : навч.-метод. посіб. Л. : Інтеллект-Захід, 2012. 260 с.
6. Гребельник О.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. К.: ИНЛ, 2014. 695 с.
7. Довідник кодів товарів згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД). URL: <http://dtkk.com.ua/show/0sid081.html>.
8. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посібник. К.: Вид-во ЦУЛ, 2012. 172 с.
9. Дудчак В.І. Митна справа: Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2013. 310 с.
10. Жигалкевич Ж.М., Станіславський О.В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. Економічний вісник НТТУ «КПІ». № 11. 2020. С. 116-123.
11. Загальносвітові тенденції і сучасні виклики розвитку будівництва. BUDexport. 2021. URL: https://budexport.by/world_market.php

12. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Видання 6-те, перероб. та доп. / За ред. Козака Ю. Г. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 292 с.
13. Коваль В.Б. Прогноз тенденцій ринку будівельних матеріалів для внутрішнього облаштування в 2022 році. Збірник доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Суше будівництво: товарознавчі аспекти розвитку галузі». 2021. С. 162-165.
14. Косенко С.В. Проблеми розвитку імпортової діяльності підприємства. Економіка підприємства. 2021. № 34. С. 65-72.
15. Косенко С.В. Теоретичні положення стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств: визначення та класифікація. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2017. № 3(15). С. 117-128.
16. Легостаєва О.О., Кондратенко Н.Д. Тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 2(68). С. 28-32.
17. Маталка С.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія. Луганськ : Ноулідж. 2013. 210 с.
18. Мельник Т.М. Особливості та напрями розвитку міжнародної торгівлі будівельними товарами та послугами. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 4. С. 14–18.
19. Мисик Г.І., Римарева Л.М. Проблеми ефективною зовнішньоекономічної діяльності України. Збірник наукових праць Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 8. С. 124-134.
20. Митний Кодекс України від 13 березня 2012 року, № 4495-VI URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>
21. Орловська Ю.В., Гавриленко Д.О. Міжнародні тенденції і сучасні виклики розвитку ринку будівельних матеріалів. Економічний простір. 2021. №163. С. 35-40.

22. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <https://customs.gov.ua/>
23. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
24. Офіційний сайт компанії ПП «Будпостач». URL: <http://www.budpostach.com.ua/>
25. Парцхаладзе Л. Будівельна галузь України за рік зросла на 21%. Главком. 2022. URL: [https://glavcom.ua/economics/finances/budiv elna-galuz-ukrajini-za-rik-zrosla-na-21-468242.html](https://glavcom.ua/economics/finances/budiv-elna-galuz-ukrajini-za-rik-zrosla-na-21-468242.html).
26. Пічугіна М.А. Аналіз стану ринку будівельних матеріалів України. Збірник наукових праць «Сучасні підходи до управління підприємством». 2021. URL: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/73057/683>
27. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
28. Прохорова В.В. Експортно-імпортна орієнтація розвитку промислових підприємств в стратегічному управлінні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 14. С. 522-525.
29. Слюсаренко О. Ю. Проблеми розвитку промисловості. Вісник НТУ «ХП». 2022. №28. С. 118–122.
30. Соха Ю.І. Формування будівельного ринку України. 2021. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/2451/1/28.p df>.
31. Шевченко В. О. Стан і перспективи розвитку ринку будівельних матеріалів України. Ефективна економіка. 2021. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3124>.
32. Якубовський М. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 6. С. 9-14.
33. ANCE. Ance Associazione Nazionale Costruttori Edili. URL: <http://www.ance.it>
34. BDP. Global No.1 Business Data Platform. URL: <https://www.statista.com/>
35. EUROSTAT. World trade in goods and services – an overview. Eurostat.

2021. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/World_trade_in_goods_and_services_-_an_overview

36. GII. Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/Home>

37. Krugman P, Obstfield M., Melitz M. International economics: Theory and Policy (ninth edition). Wesley. 2012. 376 p.

38. UNCTAD. International trade in goods and services. 2021. URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>

39. WB. The World Bank Group. 2021. URL: https://espanol.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/AnnualReports/English/DB2021-report_web-version.pdf

40. WB. The World Bank Statistics Service. URL: <https://databank.worldbank.org/data/download/GNIPC.pdf>

41. WEF. World Economic Forum. 2021. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2021.pdf

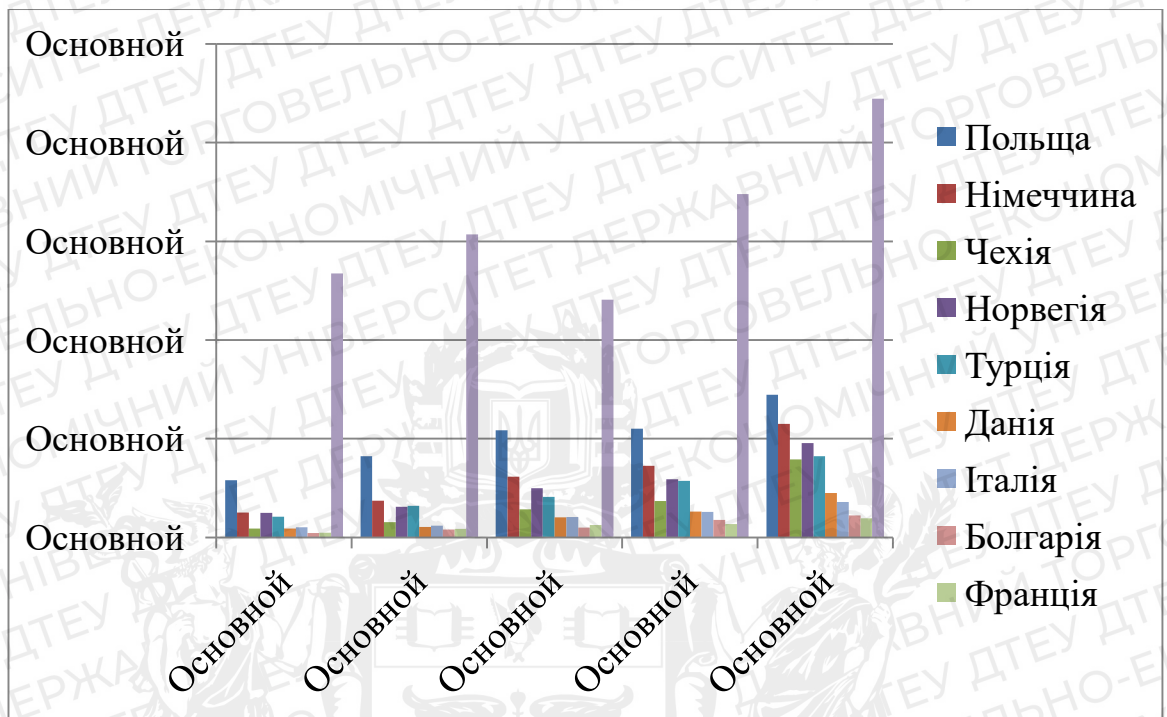
42. World Trade Organization. Trade in commercial services 2021. URL: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2021_e/its13_trade_category_e.pdf

43. World Trade Organization. World Trade 2021. URL: http://www.wto.org/english/news_e/pres12_e/pr658_e.htm#chart2

44. WTO. International Trade Statistics. 2021. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2021_e/its2021_e.pdf



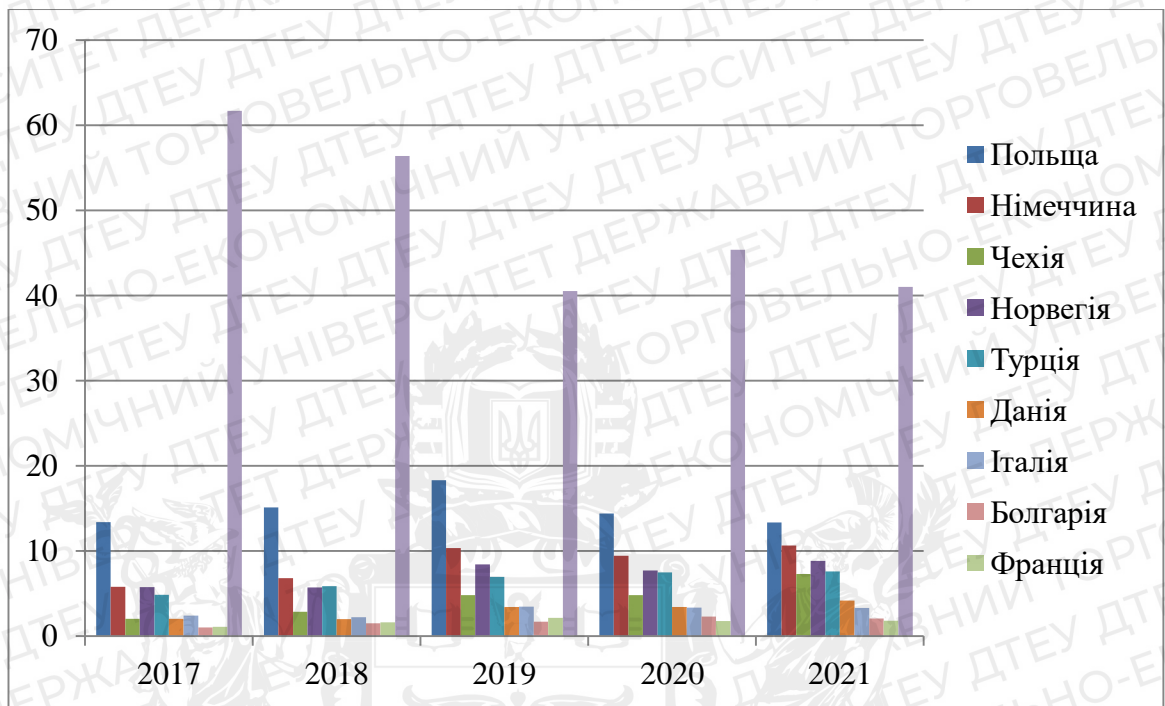
ДОДАТКИ



Динаміка географічної структури імпортової діяльності

ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр., тис.грн.

Джерело: складено за даними підприємства



Географічна структура імпортової діяльності

ПП «Будпостач» у 2017-2021 рр., %

Джерело: складено за даними підприємства

Додаток В

Деталізація умов майбутнього зовнішньоторговельного контракту на імпорту будівельних матеріалів (керамзитних блоків) з країн ЄС для ПП «Будпостач»

Умови контракту	Характеристика
Постачальник	Компанія «Сарамат», Чехія
Покупець	Компанія ПП «Будпостач», Україна
Об'єкт контракту	Керамзитні блоки
Умови постачання	DDP Київ
Загальна кількість товару, що імпортується, од.	10000
Вид транспорту	Автомобільний
Логістичне забезпечення	Поставка зі сплатою мита
Вид платежу	Негайний платіж
Спосіб платежу	Банківський переказ з оплатою проти доставки товару
Вид валюти для розрахунків	Євро
Форс-мажорні обставини	Врегулюються шляхом страхування товару

Джерело: результати розрахунків автора

Конкурентний лист №1

Розрахунок імпортової ціни керамзитних блоків, що поставляються до ПП «Будпостач»

№ пор.	Етапи приведення цін та зміст поправок, що вносяться	Умови майбутнього контракту	Конкурентні матеріали					
			Caramat		Viles		Rock	
			дані	поправки	дані	поправки	дані	поправки
0	Ціна в валюті		1,65 \$		1,32 €		1,62 \$	
	Вал. курс на момент складання		1,345		1		1	
1	Ціна в єдиній валюті	€	1,22 €		1,32 €		1,20 €	
2	Приведення за комерційними умовами							
2.1	Поправка на інфляцію, К1	2022	2021	+0,08	2019	-	2020	+0,06
2.2	Поправки на базисні умови поставки, К2	DDP Київ	EXW Прага	+0,123	DDP Київ	-	DDP Київ	-
2.3	Поправки на умови оплати, К3	100% передплата	100% передплата	-	100% передплата	-	100% передплата	-
2.4	Поправки на кількість, К4	1	-	-	1	+0,066	-	-
2.5	Поправка на вторговування, К5	ЗТК	ЗТК	-	Комерційна пропозиція	+0,066	ЗТК	-
2.6	Сумарні поправки на комерційні умови, Кс			+0,203		-0,132		+0,06
3	Приведена ціна за ком. умовами		1,42		1,19		1,26	
4	Середня ціна	1,29						
5	Мінімальна ціна	1,20						
6	Затверджена ціна	1,29						

