

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ ХОЛОДИЛЬНОГО ОБЛАДНАННЯ З
ПОЛЬЩІ»**

(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Студентки III курсу, 11с групи,
спеціальності 07 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Гожда
Анастасія
Василівна

(підпис студента)

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

Фокіна-
Мезенцева
Катерина
Володимирівна

*(підпис наукового
керівника)*

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

П'янкova
Оксана
Василівна

(підпис гаранта)

Київ 2023

Факультет Міжнародної торгівлі та права
Кафедра Міжнародного менеджменту
Спеціальність Менеджмент
Освітня програма Менеджмент ЗЕД

Затверджую

Зав. кафедри Мельник Т.М.

«__» _____ 2023 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Гожди Анастасії Василівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

«Організація імпорту холодильного обладнання з Польщі» (за матеріалами
ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Затверджена наказом ДТЕУ від «06» грудня 2022 р. №3278

2. Строк здачі студентом закінченої роботи 12 січня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи – дослідження питань з організації імпорту холодильного
обладнання на прикладі ТОВ "Епіцентр К" з Польщі.

Об'єктом дослідження є процес організації імпортої діяльності суб'єкта
ЗЕД.

Предметом дослідження є практичне обґрунтування напрямів вдосконалення
міжнародної діяльності ТОВ "Епіцентр К" шляхом імпорту холодильного
обладнання з Польщі.

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

Вступ

Розділ 1. Дослідження діяльності суб'єкта ЗЕД ТОВ «Епіцентр К»

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

1.2. Аналіз імпортої діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Розділ 2. Обґрунтування вибору країни-контрагента для організації імпорту холодильного обладнання

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку холодильного обладнання

2.2. Дослідження ринку холодильного обладнання України

Розділ 3. Реалізація управлінського рішення щодо імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання з Польщі

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання з Польщі

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	до 15 листопада	11 листопада
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	до 1 грудня	28 листопада
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 10 грудня	7 грудня
4	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20 грудня	12 грудня
5	Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 3 січня	30 грудня
6	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові	до 10 січня	6 січня
7	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 16 січня	12 січня
8	Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії	до 1 лютого	27 січня
9	Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії	16 лютого	16 лютого

6. Дата видачі завдання «28» листопада 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Фокіна-Мезенцева К.В. _____

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми

П'янкова О.В. _____

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Гожда А.В. _____

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Актуальність обраної теми визначається тим що, світ прискорив темпи декарбонізації та стимулював переглянути стандарти енергозбереження та альтернативи використання холодоагенту. Ринок є динамічним та високонкурентним. Це зумовлює потребу у пошуку та розробці нових стратегій ведення та організації бізнес процесів на підприємстві.

Перший розділ ВКР присвячено аналізу умов та особливостей розвитку мережі магазинів-гіпермаркетів компанії "Епіцентр К", які спеціалізуються на продажі будівельно-господарчих і продовольчих товарів з європейськими стандартами обслуговування. Здійснено аналіз імпоротної діяльності, простежено динаміка показників ефективності операцій з імпорту холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К». У другому розділі визначенні основні тенденції розвитку світового ринку холодильного обладнання, досліджені тенденції ринку холодильного обладнання України. У третьому рекомендаційному розділі, для ідентифікації напрямів та ресурсів, активізація яких може позитивно відобразитись на результатах господарської діяльності виявлено сильні та слабкі сторони ТОВ «Епіцентр К». Позитивним та доцільним при виконанні ВКР є пропозиції щодо здійснення альтернативної операції на поставку холодильного обладнання з польськими підприємствами.

В цілому надані рекомендації після ретельного аналізу та діагностування досліджуємого підприємства дає змогу вважати про досягнення студентки Гожди Анастасії Василівни поставлених цілей та завдань ВКР. Випускна кваліфікаційна робота рекомендована до захисту в АК з оцінкою «відмінно».

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

_____ 6.01.2023р.

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Гарант освітньої програми

_____ П'янкова О.В.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

_____ Мельник Т. М.

(підпис, прізвище, ініціали)

«__» _____ 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Гожда А. В. «Організація імпорту холодильного обладнання з Польщі (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)». Рукопис.

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту холодильного обладнання з Польщі, що передбачає: дослідження виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та імпоротної діяльності підприємства, визначення основних тенденції розвитку світового та вітчизняного ринків холодильного обладнання, обґрунтування вибору Польщі як країни-контрагента для організації імпортних поставок холодильного обладнання в Україну, організаційне забезпечення операції з імпорту та прогнозну оцінку результативності ввезення холодильного обладнання з Польщі.

Ключові слова: операція з імпорту, організаційне забезпечення, суб'єкт ЗЕД, холодильне обладнання, Польща.

SUMMARY

Hozhda A.V. "Organization of the import of refrigerating equipment from Poland (according to the materials of Epicenter K LLC,", Kyiv)". *Manuscript.*

The final qualifying work in the specialty "Management" educational program "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2023.

The graduation thesis is devoted to the practical aspects of organizing the import of refrigeration equipment from Poland, which includes: study of the production and economic activity, financial condition and import activity of the enterprise, determination of the main trends in the development of the global and domestic markets of refrigeration equipment, justification of the choice of Poland as a counterparty country for the organization of import deliveries of refrigeration equipment to Ukraine, organizational support of the import operation and a predictive assessment of the effectiveness of imports refrigerating equipment from Poland.

Keywords: import operation, organizational support, subject of foreign economic activity, refrigeration equipment, Poland.



SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

ЗМІСТ

Вступ.....	8
Розділ 1. Дослідження діяльності суб'єкта ЗЕД ТОВ «Епіцентр К».....	10
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності та фінансового стану ТОВ «Епіцентр К»	10
1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»	16
Розділ 2. Обґрунтування вибору країни-контрагента для організації імпорту холодильного обладнання	22
2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку холодильного обладнання	22
2.2. Дослідження ринку холодильного обладнання України	28
Розділ 3. Реалізація управлінського рішення щодо імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання.....	33
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «ЕпіцентрК» холодильного обладнання з Польщі	33
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання з Польщі	38
Висновки та пропозиції.....	43
Список використаних джерел.....	45
Додатки.....	47

ВСТУП

Актуальність теми. Аналіз теоретичного обґрунтування та практичного інструментарію у дослідженнях на ринку холодильного обладнання виявив обмеженість наукового доробку. Більшість вітчизняних наукових праць присвячені питанням розвитку машинобудівного комплексу, у той час як світова статистика відображає динаміку вартісних та кількісних параметрів світових ринків комерційного та побутового холодильного обладнання. Зростання масштабів виробництва та використання холодильного обладнання щороку демонструє позитивну динаміку, у т. ч. через глобальне потепління, протиепідемічні заходи, зміну ритму життя споживачів та ін. Ключовим продуцентом є Китай, продукція виробників якого експортується до всіх регіонів. Разом з тим, у Польщі є низка виробників з конкурентоспроможною продукцією. Це зумовлює актуальність обраної проблематики і потребує поглибленого дослідження.

Хоча холодильне обладнання не належить до товарів першої необхідності, проте вітчизняні домашні господарства щороку купують понад 1,5 млн шт. Ринок є динамічним та високонкурентним. Це зумовлює потребу у пошуку та розробці нових стратегій ведення та організації бізнес процесів на підприємстві.

Метою роботи є дослідження питань з організації імпорту холодильного обладнання на прикладі ТОВ "Епіцентр К" з Польщі.

Завдання випускної кваліфікаційної роботи:

1. оцінити виробничо-господарську діяльність та фінансовий стан ТОВ «Епіцентр К»;
2. проаналізувати імпортну діяльність на досліджуваному підприємстві;
3. визначити основні тенденції розвитку світового ринку холодильного обладнання;
4. дослідити ринок холодильного обладнання України;
5. Розробити організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання з Польщі;

6. Оцінити результативність імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання з Польщі.

Об'єктом дослідження є процес організації імпортової діяльності суб'єкта ЗЕД.

Предметом дослідження є практичне обґрунтування напрямів вдосконалення міжнародної діяльності ТОВ "Епіцентр К" шляхом імпорту холодильного обладнання з Польщі.

Методи дослідження. При написанні роботи було використано графічний метод (для наочного представлення результатів дослідження), узагальнення та систематизація, метод порівняння (для співставлення результатів дослідження), а також інші методи загальнонаукового характеру.

Інформаційна база дослідження: законодавчі та нормативно-правові акти України [8], форми бухгалтерських і фінансових звітів підприємства, статистичні матеріали вітчизняних [3, 4, 6, 7] та міжнародних компаній [9-17].

Практична значимість дослідження пов'язана з впровадженням отриманих результатів ТОВ "Епіцентр К" з метою підвищення ефективності роботи підприємства.

Випускна кваліфікаційна робота складається з вступу, 3-х розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 54 сторінки, що містить 12 рисунків, 16 таблиць, список використаних джерел із 17 найменувань, 2 додатки.

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

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

На внутрішньому ринку України інтенсивно розвивається мережа магазинів-гіпермаркетів компанії “Епіцентр К”, які спеціалізуються на продажі будівельно-господарчих і продовольчих товарів з європейськими стандартами обслуговування.

ТОВ «Епіцентр К» — найбільша торговельно-роздрібна мережа в Україні, яку засновано у 2003 р. Станом на 24 лютого 2022 р. мережа налічувала 80 торговельних центрів загальною площею більше 1,5 млн м² з чисельністю співробітників — майже 22 тис. чоловік. У 2022 р. війна скоротила мережу гіпермаркетів «Епіцентр» на 9 магазинів – це майже 15% мережі.

Основний вид діяльності бізнес-групи — це роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах (код за КВЕД 47.78). Крім того, компанія реалізує ще 208 додаткових видів діяльності, для чого отримала понад 750 ліцензій. Компанія володіє 99 активними торговими марками.

З 2018 р. компанія активно оновлювала існуючі напрямки бізнесу, відкривала нові формати та магазини, запускала нові торговельні лінії. Наразі група компаній Епіцентр К об'єднана в унікальну екосистему, куди входить не тільки ритейл, а й інші напрямки. У цілому сфери діяльності представлено на рис. 1.1.

З 2018 р. компанія оновила концепцію торговельних підрозділів та створила на їх базі магазини формату shop-in-shop, зокрема: Галереї ДЕКО, Е.ПІС, Центр техніки ЦЕ ТЕ, Intersport, Центр меблів, Садовий центр, Кераміка центр, Автомол, Студія світла, Студія інтер'єрів, Mon Cheri, Military, Флора-центр Букет, Пиши-Малюй, FOOD Market, Аптека 100+, Засоби захисту, All4Rest. Крім того, Епіцентр К розвиває три спортивні мережі за франчайзингом (мультибрендову мережу Intersport, монобрендову мережу польського бренду 4F та мультибрендову мережу TAF) та 11 торгівельних центрів Нова лінія.

Асортиментний портфель рітейлера нараховує 675 тис. найменувань, зокрема будівельні матеріали і господарські товар (товари для оздоблення оселі, меблі, товари для дому, побутову хімію, автотовари, товари для саду та городу, дитячі товари, медикаменти, їжа, косметика, техніка, тощо) [5].

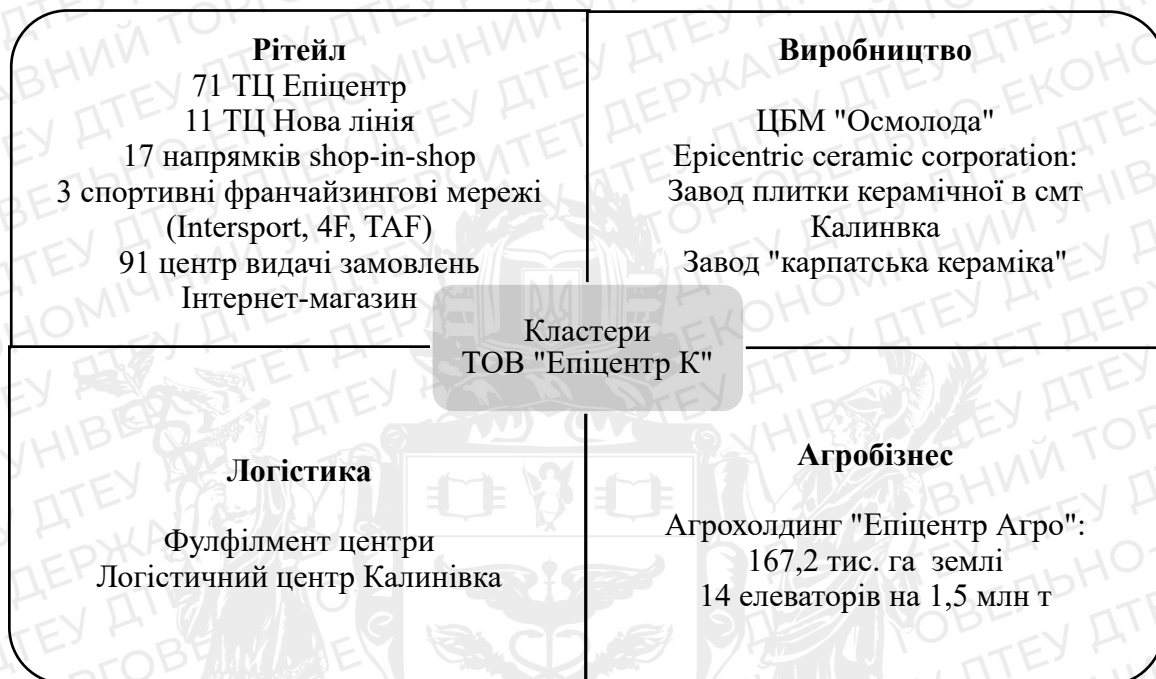


Рис. 1.1. Кластери ТОВ "Епіцентр К" у 2023 р.

Для торговельної мережі бізнес-групи "Епіцентр К" характерним є як реальна торговельна діяльність, так і віртуальна (електронна). У 2020 р. трафік інтернет-магазину epicentrk.ua зріс на 75% у порівнянні з минулим роком, кількість чеків збільшилася на 95%. На сайті представлено 1 млн товарів. За даними Similar Web, кількість унікальних користувачів інтернет-магазину у серпні склала 8,2 млн осіб.

До структури бізнес-групи "Епіцентр К" входить Epicentr Ceramic Corporation, яка об'єднує потужні заводи з виробництва плитки керамічної. У 2019 р. запущено завод із виробництва плитки керамічної та керамограніту в Київській області. 60% продукції експортується до Польщі, Голландії, Бельгії, Швейцарії, Угорщини, Німеччини, Білорусі, Литви, Естонії, Таджикистану та Туркменістану. Також вітчизняною керамікою зацікавилися у Франції, Великобританії, Швеції, Ізраїлі та Ісландії. У м. Калуш Івано-Франківської обл. розташований ще один завод з

виробництва плитки «Карпатська кераміка». До групи компаній також входить виробництво з деревообробки - ЦБМ «Осмолода» (м. Калуш, Івано-Франківська обл.), що здійснює повний цикл переробки деревини.

Аграрний підрозділ групи ТОВ «Епіцентр К» займається вирощуванням зернових, зернобобових та олійних культур, має насіннєвий завод, власні переробні, логістичні та елеваторні потужності. Земельний банк компанії об'єднує 224 об'єкти на 167,2 тис. га в 5 регіонах України (Черкаська, Хмельницька, Київська, Тернопільська та Вінницька обл.), а елеваторна мережа налічує 15 працюючих елеваторів із загальним обсягом зберігання близько 1,54 млн т.

Для виконання логістичних функцій у компанії діють відділ автоматизації замовлень та логістичні центри. Вони здійснюють товаропостачання із застосуванням наступних інноваційних форм і методів: Break Bulk (консолідоване від гіпермаркетів замовлення обробляється логістичним центром і розвозиться по гіпермаркетам); крос-докінг (із можливістю зберігання на складі).

Логістичний центр «Калинівка» централізовано забезпечує 75% поставок товарів у торговельні центри мережі. На території логістичного центру розміщено митний термінал, який надає повний комплекс послуг для здійснення митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України автомобільним та залізничним транспортом.

Фулфілмент центри «Віскозна» та «Полярна» (м. Київ) є автоматизованими логістичними центрами для обслуговування замовлень онлайн-торгівлі.

Митний термінал (сmt Калинівка, Київська обл.) надає повний комплекс послуг для здійснення митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України автомобільним та залізничним транспортом.

Власний автопарк ТОВ "Епіцентр К" складається з майже 1000 одиниць: 250 міжнародних ліцензованих комерційних вантажних автомобілів, 390 легких вантажних автомобілів для обслуговування клієнтів, 46 вантажних автомобілів для перевезення будівельних матеріалів, 230 легкових автомобілів.

У табл. 1.1 проаналізуємо динаміку основних фінансових результатів компанії.

Таблиця 1.1

Динаміка доходів, собівартості та фінансових результатів ТОВ «Епіцентр К»
у 2018-2021 рр., млн грн

Показник	2018	2019	2020	2021	Відхилення 2021/2018	
					млн грн	%
Чистий дохід від реалізації продукції	41 400,2	43 979,2	50 382,4	59 465,5	18 065,2	143,6
Собівартість реалізованої продукції	30 400,6	30 814,8	35 593,7	41 560,4	11 159,8	136,7
Чистий фінансовий результат	2 960,7	3 602,1	3 171,2	5 118,5	2 157,8	172,9

Джерело: складено та розраховано за даними дод. А-Б.

Упродовж 2018-2021 рр. спостерігаємо збільшення чистих доходів від реалізації продукції на 18065,2 млн грн або на 143,6%. При цьому зростання собівартості реалізованої продукції склало 11159,8 млн грн, або 136,7%. Внаслідок зростання виручки більш швидкими темпами над собівартістю у компанії наявне щорічне зростання прибутків. Упродовж досліджуваного періоду чистий фінансовий прибуток зріс на 2157,8 млн грн, або на 172,9%.

За показниками, представленими у фінансовій звітності (дод. А-Б) розрахуємо показники рентабельності ТОВ «Епіцентр К», результати наведені у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Динаміка показників рентабельності ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2021 рр.

Показник	2018	2019	2020	2021
Коефіцієнт рентабельності активів	-	0,11	0,08	0,10
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-	0,27	0,19	0,26
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,07	0,08	0,06	0,09

Джерело: розраховано за даними дод. А-Б.

Коефіцієнт рентабельності активів зменшився, що свідчить про скорочення ефективності господарської діяльності підприємства. У 2019 році цей показник склав 0,11 проти 0,1 у 2021 р. Рентабельність власного капіталу свідчить, що у 2019 р. на 1 грн власного капіталу припадало 0,27 грн чистого прибутку, а у 2021 р. — 0,26 грн.

Рентабельність діяльності у 2021 р. склала 0,09 п. та була найвищою за досліджуваний період.

Результати розрахунків показників, що характеризують фінансову автономію ТОВ «Епіцентр К», містяться у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Динаміка показників фінансової автономії ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2021 рр.

Показник	2018	2019	2020	2021
Коефіцієнт автономії	0,41	0,40	0,40	0,41
Коефіцієнт фінансування	1,42	1,51	1,49	1,42
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,08	0,05	0,01	-0,03
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,12	0,07	0,01	-0,03

Джерело: розраховано за даними дод. А-Б.

У 2021 р. коефіцієнт фінансування, тобто співвідношення позикового і власного капіталу, залишився на рівні 2018 р. Коефіцієнт маневреності має від'ємне значення, тобто в оборотні активи вкладаються позикові кошти, що обмежує гнучкість у використанні власного капіталу. Коефіцієнт фінансової автономії, який показує питому вагу власного капіталу в загальному обсязі капіталу, склав 0,41 п. у 2021 р.

Здатність ТОВ «Епіцентр К» своєчасно розраховуватися за своїми поточними зобов'язаннями за рахунок оборотних активів розглянуто на основі оцінки рівня платоспроможності підприємства (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Динаміка показників платоспроможності ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2021 рр.

Показник	2018	2019	2020	2021
Коефіцієнт покриття	1,09	1,05	1,01	0,97
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,04	0,05	0,03	0,03
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,30	0,35	0,32	0,33
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	1547988	955735	192439	-673559

Джерело: розраховано за даними дод. А-Б.

ТОВ «Епіцентр К» здатне покривати свої поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів на 97% у 2021 р., про що свідчить коефіцієнт поточної

ліквідності. Коефіцієнт абсолютної ліквідності має тенденцію до скорочення, що свідчить про зниження здатності покривати свої зобов'язання за допомогою готових засобів. За допомогою дебіторської заборгованості, грошових коштів та поточних фінансових інвестицій компанія може покрити 33% зобов'язань. У підсумку ТОВ «Епіцентр К» має незадовільний рівень платоспроможності.

Розглянемо показники ділової активності підприємства (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Динаміка показників ділової активності ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2021 рр.

Показник	2019	2020	2021
Коефіцієнт оборотності активів	1,31	1,24	1,21
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	8,85	8,47	8,72
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,56	2,55	2,61
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	40,68	42,48	41,26
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	140,66	141,32	137,84
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	2,27	2,43	2,59
Фондовіддача	3,06	2,61	2,44
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	3,24	3,10	2,98

Джерело: розраховано за даними дод. А-Б.

Ефективність використання активів скорочується, оскільки у 2019 р. за одну гривню залучених коштів отримано 1,31 грн доходу, а у 2021 р. - 1,21 грн. Зростання коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості свідчить, про те що підприємство нарощує кількість оборотів, які необхідні для оплати по рахунках. Відбулося зменшення коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості, тобто підприємство довше отримує оплату за рахунками, у 2021 р. зростання становило на +0,25 раз.

Отже, проаналізувавши показники виробничо-господарської діяльності та фінансового стану чітко видно, що на результати мали суттєвий негативний вплив протиепідемічні обмеження та військовий стан в країні. Діяльність є рентабельною, підприємство здатне частково покривати свої зобов'язання за допомогою оборотних активів, зберігається тенденція до зростання чистого доходу та обсягу товарів і нематеріальних активів.

1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Сучасні підходи до управління торговельним бізнесом дають можливість ТОВ «Епіцентр К» зберігати лідерські позиції на вітчизняному ринку, розвиватись та нарощувати потенціал, займати важливе місце у структурі внутрішньої торгівлі України [2].

Для успішної діяльності ТОВ "Епіцентр К" має такі філії: Шанхайське Представництво "Україна ТОВ "Епіцентр К" (дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки) та Відокремлений підрозділ "Інтерспорт Україна" ТОВ "Епіцентр К" (роздрібна торгівля одягом у спеціалізованих магазинах).

Географія імпорту продукції у 2022 р. охопила понад 40 країн. У 2022 р. компанія здійснила до 250 операцій з «офшорами», визнаними в Україні.

Роль операцій з імпорту продукції у результатах діяльності підприємства можна простежити з табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Динаміка структури доходів від господарської діяльності ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2022* рр.

Показник	2018	2019	2020	2021	2022*
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), млн грн	41 400,2	43 979,2	50 382,4	59 465,5	70 233,2
Чистий дохід від реалізації імпоротної продукції, млн грн	30 189,3	32 358,8	37 649,5	47 844,1	53 112,3
Частка імпоротної продукції у доходах, %	72,9	73,6	74,7	80,5	75,6

* - попередні дані (тут і далі по тексту).

Джерело: складено та розраховано за даними ТОВ "Епіцентр К".

Компанія реалізувала 75,6% іноземної продукції у 2022 р. Отже, можна стверджувати, що підприємство має високий ступінь залежності від імпоротної діяльності, а отже і високий рівень ризиків через залежність від кон'юнктури на закордонних ринках.

Асортиментний портфель холодильного обладнання у ТОВ «Епіцентр К» представлений у 2 категоріях: професійне кухонне обладнання та велика побутова техніка. У першій категорії виділяють такі групи: холодильні вітрини та холодильні

шафи; у другій – холодильники та вбудовані холодильники.

ТОВ «Епіцентр К» реалізує понад 20 торговельних марок професійного обладнання з 6 країн та 45 торговельних марок побутових холодильників з 15 країн.

Вартісні обсяги імпорту холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К» за аналізований період зросли у 1,5 раз, що вказує на ефективність управління операціями з імпорту. Горизонтальний аналіз товарно-вартісної структури операцій з імпорту наведений у табл. 1.7.

Таблиця 1.7

**Горизонтальний аналіз товарної структури операцій з імпорту
ТОВ “Епіцентр К” у 2018-2022 рр.**

Показник	2018	2019	2020	2021	2022*	2018	2019	2020	2021	2022*
	Вартість, млн дол. США					Частка, %				
Імпорт холодильного обладнання	13,7	15,4	17,2	21,6	20,2	100	100	100	100,0	100,0
у т.ч.										
Холодильні вітрини	3,3	3,7	4,3	5,3	4,5	23,95	23,90	24,74	24,37	22,24
Холодильні шафи	2,8	3,3	4,0	5,4	5,3	20,37	21,70	23,55	25,22	26,42
Холодильники	4,1	4,4	5,0	6,2	5,8	29,89	28,70	29,37	28,74	28,49
Вбудовані холодильники	3,5	4,0	3,8	4,7	4,6	25,80	25,70	22,34	21,68	22,86

Джерело: складено та розраховано за даними ТОВ "Епіцентр К".

У товарній структурі імпорту холодильного обладнання у 2022 р. на побутове припадає 51,35%, решта – комерційне. Наявна тенденція до зростання попиту на комерційний сегмент, оскільки частка побутового обладнання у 2018 р. складала 55,68%.

На вартісні обсяги реалізації ТОВ «Епіцентр К» позитивно вплинуло зростання середньої ціни реалізації як комерційного, так і побутового холодильного обладнання. Якщо у 2018 р. вона складала 35 тис грн, то у 2022 р. – 111 тис. грн (рис 1.2).

У 2022 р. ТОВ «Епіцентр К» реалізовував холодильне обладнання від 7,4 тис грн / шт. до 224,8 тис грн / шт.

Комерційне холодильне обладнання ТОВ «Епіцентр К» імпортує з таких країн, як Іспанія, Італія, Литва, Туреччина, Німеччина. Географічна структура операцій наведена у табл. 1.8.

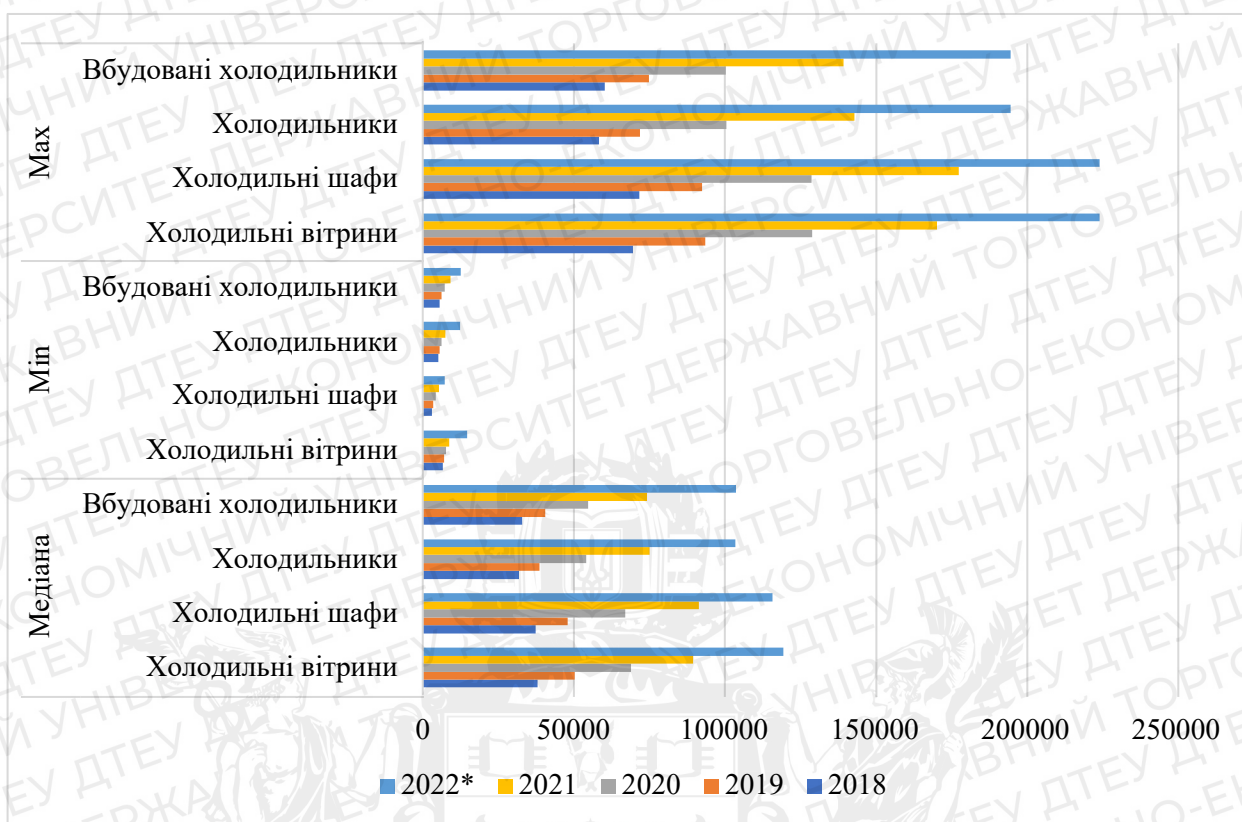


Рис. 1.2. Динаміка цін реалізації за групами холодильного обладнання у ТОВ «Епіцентр К», грн

Джерело: розраховано та побудовано за даними ТОВ "Епіцентр К".

Таблиця 1.8

Горизонтальний аналіз географічної структури операцій з імпорту комерційного холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К»

Показник	2018	2019	2020	2021	2022*	2018	2019	2020	2021	2022*
	Частка, %					Вартість, млн дол. США				
Німеччина	33,9	32,4	32,5	31,7	33,3	2,1	2,3	2,7	3,4	3,3
Туреччина	26,9	27,7	28,9	29,3	25,1	1,6	1,9	2,4	3,1	2,5
Іспанія	12,5	13,2	11,3	12,8	13,4	0,8	0,9	0,9	1,4	1,3
Італія	11,5	11,2	10,9	9,7	10,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0
Литва	7,4	7,2	8,1	9,4	11,6	0,4	0,5	0,7	1,0	1,1
Інші	6,9	8,3	8,3	7,1	6	0,4	0,6	0,7	0,8	0,6

Джерело: складено та розраховано за даними ТОВ "Епіцентр К".

За аналізований період спостерігається тенденція щодо нарощення обсягів імпорту холодильного обладнання, крім 2022 р. Найбільше виріс у 2021 р. імпорт з Литви та Іспанії. Структура реалізації холодильного обладнання у ТОВ «Епіцентр К» за географією брендів наведена на рис. 1.3.

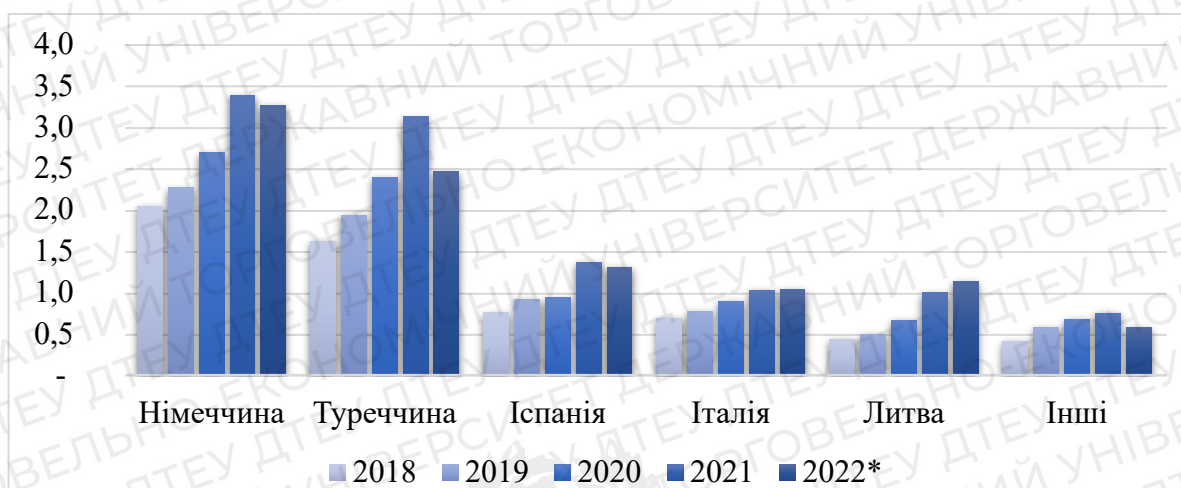


Рис. 1.3. Географічна структура реалізованих іноземних брендів комерційного холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К», млн дол. США

Джерело: розраховано та побудовано за даними ТОВ "Епіцентр К".

Серед реалізованого комерційного холодильного обладнання у ТОВ «Епіцентр К» найбільшим попитом користуються бренди з Німеччини (Bartscher, EWT, Klarstein) та Туреччини (Tatra, UGUR, HURAKAN).

Побутове холодильне обладнання ТОВ «Епіцентр К» імпортує з таких країн, як В'єтнам, Італія, Литва, Німеччина, Словенія, Південна Корея, Швеція,. Географічна структура операцій наведена у табл. 1.9.

Таблиця 1.9

Горизонтальний аналіз географічної структури операцій з імпорту побутового холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К»

Показник	2018	2019	2020	2021	2022*	2018	2019	2020	2021	2022*
	Частка, %					Вартість, млн дол. США				
Німеччина	23,9	25,2	26,5	26,6	26,3	1,8	2,1	2,4	2,9	2,7
Південна Корея	26,9	26,7	25,9	24,3	21,1	2,0	2,2	2,3	2,6	2,2
Словенія	15,7	14,2	14,9	15,5	16,2	1,2	1,2	1,3	1,7	1,7
Швеція	10,4	9,2	7,5	8,3	9,8	0,8	0,8	0,7	0,9	1,0
В'єтнам	4,5	5,3	6,1	7,8	9,4	0,3	0,4	0,5	0,8	1,0
Італія	7,5	6,2	6,9	7,7	8,6	0,6	0,5	0,6	0,8	0,9
Литва	4,4	4,8	4,1	3,7	4,6	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5
Інші	6,7	8,4	8,1	6,1	4	0,5	0,7	0,7	0,7	0,4

Джерело: складено та розраховано за даними ТОВ "Епіцентр К".

До топ-3 лідерів походження бренду увійшли Німеччина, Південна Корея та Словенія, які сформували 63,6% обсягів продажів іноземного побутового

холодильного обладнання. Структура реалізації такого обладнання у ТОВ «Епіцентр К» за географією брендів наведена на рис.

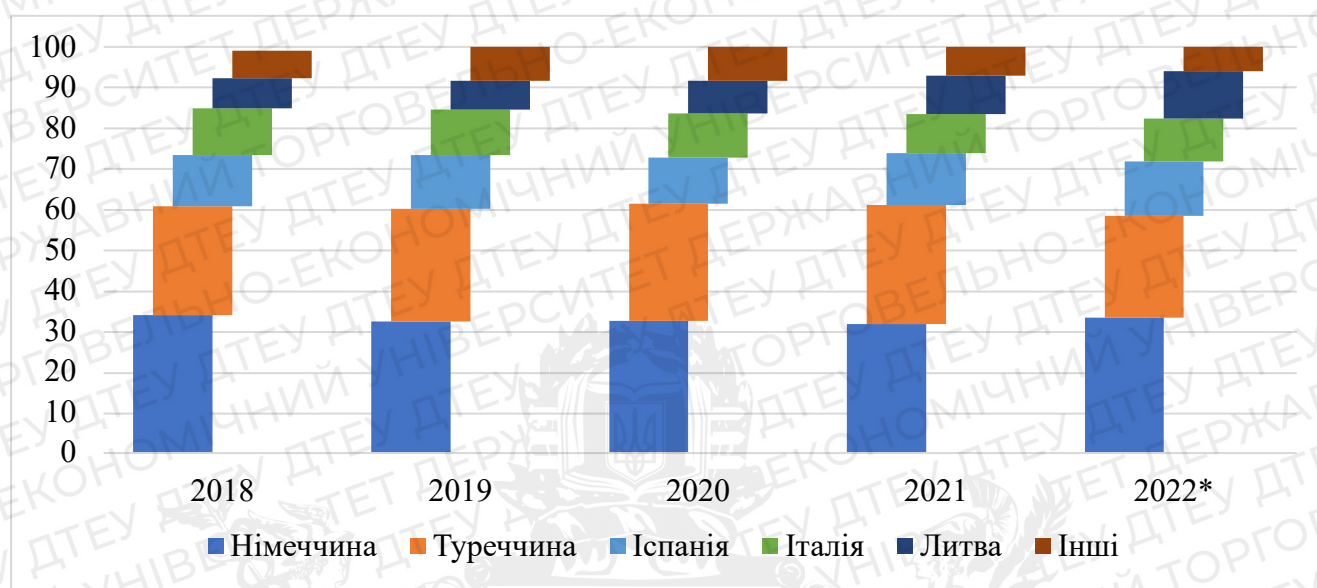


Рис. 1.4. Географічна структура реалізованих іноземних брендів побутового холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К», млн дол. США

Джерело: розраховано та побудовано за даними ТОВ "Епіцентр К".

Серед реалізованого побутового холодильного обладнання у ТОВ «Епіцентр К» попитом користуються такі бренди: з Німеччини (Bosh, Kaiser, Liebherr), Південної Кореї (Daewoo, LG, Samsung) та Словенії (Gorenje).

У цілому ефективність імпортової діяльності компанії з холодильним обладнанням можна простежити з табл. 1.10.

Таблиця 1.10

Динаміка показників ефективності операцій з імпорту холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К»

Показник	2018	2019	2020	2021	2022*
Імпорт холодильного обладнання, млн дол. США	13,7	15,4	17,2	21,6	20,2
Обмінний курс, грн / дол. США	27,20	25,85	26,96	27,29	32,34
Дохід від реалізації, млн грн	417,00	452,10	509,60	643,98	706,28
Ефект від операцій з імпорту, млн грн	45,67	54,09	46,51	55,49	53,00
Ефективність операцій з імпорту, рази	1,12	1,14	1,10	1,09	1,08

Джерело: складено та розраховано за даними ТОВ "Епіцентр К".

У динаміці ефективність операцій склала 1,08-1,14 раз, що свідчить про ефективність імпорту холодильного обладнання. Проте з 2019 р. спостерігається тенденція зниження показника. Це пояснюється низкою факторів: протиепідемічні обмеження, військовий стан, інфляція, зростання середньої ціни реалізації холодильного обладнання. У зв'язку з цим, ТОВ «Епіцентр К» перейшов на короткострокове планування та шукає можливості для диверсифікації постачань товарів із Європи, зокрема з Польщі, Угорщини, Нідерландів, Туреччини та інших країн.



РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ХОЛОДИЛЬНОГО ОБЛАДНАННЯ

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку холодильного обладнання

Обсяг світового ринку холодильників у 2021 р. сягнув понад 113,05 млрд дол. США. На сегмент комерційного холодильного обладнання припадало 33% обороту.

У структурі ринку виокремлюють 2 сегменти холодильного обладнання: комерційне та побутове. Перший сегмент поділяють на промислове (для фармацевтичної та харчової промисловості) і торговельне (для супермаркетів, магазинів крокової доступності та торгових автоматів). Сегментацію ринку холодильного обладнання здійснюють за типом, технологією, вагою, каналом дистрибуції (гіпермаркети, супермаркети, спеціалізовані ритейлери, онлайн) та ін.

У 2021 р. світовий ринок комерційного холодильного обладнання оцінювався в 37,25 млрд дол. США, з яких понад 24% сформував сегмент холодильників і морозильних камер (рис. 2.1) [10]. Галузь громадського харчування становила близько 32% від загального обсягу ринку в 2021 р., що зумовлено зростанням популярності фуд-траків і ресторанів швидкого обслуговування (QSR) у секторі громадського харчування. За оцінками експертів, до 2028 р. розмір ринку сягне 58,31 млрд дол. США із середньорічним зростанням 5,1% у 2022–2028 рр. [12].

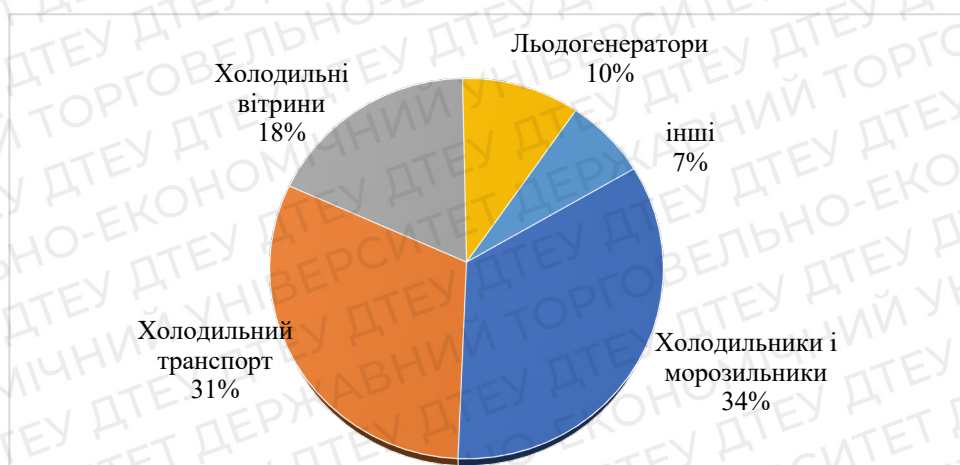


Рис. 2.1. Структура світового ринку комерційного холодильного обладнання у 2021 р. [10].

Ключовими гравцями на світовому ринку є такі провідні виробники промислового холодильного обладнання, як Emerson Electric Co. (США), Carrier Corporation (США), Danfoss (Данія), GEA Group Aktiengesellschaft (Німеччина), DAIKIN EUROPE GROUP (Бельгія), Johnson Controls (Ірландія), Nor-Lake, Inc. (США), The Middleby Corporation (США), Імбера (Мексика), Велбілт (США), АВ Electrolux (Швеція), Ali Group S.r.l. (Італія), АНТ Cooling Systems GmbH (Австрія), Hillphoenix, A Dover Company (США), Excellence Industries (США), Illinois Tool Works Inc. (США), Lennox International Inc. (США).

Провідні гравці також зосереджуються на розширенні потужностей, партнерства, злиття та поглинання. Наприклад, у листопаді 2021 р. корпорація Whirlpool оголосила, що інвестує понад 65 млн дол. США протягом наступних кількох років у свою фабрику для створення Premium Refrigeration Factory. Компанія розширить свій завод в Оттаві в рамках цієї стратегічної ініціативи з підтримки виробництва високоякісних холодильних товарів, таких як вбудовані холодильники (BIR).

Ключовими гравцями на світовому ринку побутових холодильників є такі компанії, як LG Electronics Inc. (Корея), Haier Group (Китай), Whirlpool Corporation (США), Samsung Electronics Co. Ltd. (Корея), Hitachi Ltd. (Японія), Electrolux АВ (Швеція), Panasonic Corporation (Японія), BSH Home Appliances Corporation (США), Miele & Cie. KG (Німеччина), Arçelik A.Åž (Туреччина), Toshiba Corporation (Японія), Midea Group (Китай), Honeywell International Inc (США), Godrej & Boyce Manufacturing Company Limited (Індія), Sharp Electronics Corporation (Японія) та ін.

У світовому порівнянні найбільший виробник побутових холодильників – Китай. Ринок холодильного обладнання розвинених країн свідчить про високу насиченість, зокрема у США – 99,9%, Франції, Італії – 99%, Німеччині, Японії – 98%.

Асортимент холодильників, що виробляється західноєвропейськими фірмами, переважно представлений дво- і трикамерними моделями. у США та Японії 60% випуску становлять холодильники типу «Шафа» місткістю до 520 дм³. на ринку США і країн західної Європи найбільш широко представлена холодильна техніка виробництва США – її частка становить 70%, майже 10% – частка Німеччини,

решта 20% майже порівну розподіляється між Францією, Великою Британією та Італією. Більшу частину холодильників, що продаються на ринках США, становлять моделі місткістю 400–700 дм³ у вигляді «Шафи» або колонки з вертикальним розміщенням камер. найбільші виробники – фірми «General Electric» (35%), «Whirlpool» (28%) та ін. У Німеччині холодильники випускають 35 фірм, але 50% випуску припадає на чотири компанії: «Bosh – Siemens» (22%), «AEG» (10%), «Bauknecht» і «Liebherr» (по 8%). У Франції провідний виробник холодильників – фірма «Thomson». найбільші продуценти холодильників Італії – фірми «Electrolux – Zanussi», Голландії – «Philips» [1].

Прогнозується, що до 2025 р. міжнародні поставки холодильників зростуть більш, ніж на 20 млн шт. З 2012 р. по 2020 р. ринок демонстрував постійне зростання. У 2020 р. поставки холодильників скоротилися внаслідок кризи, викликаной коронавірусом. Починаючи з 2021 р., ринок холодильників зростає. Прогнозується, що він досягне річного обсягу продажів у 236 млн шт у 2025 р. (рис. 2.2).

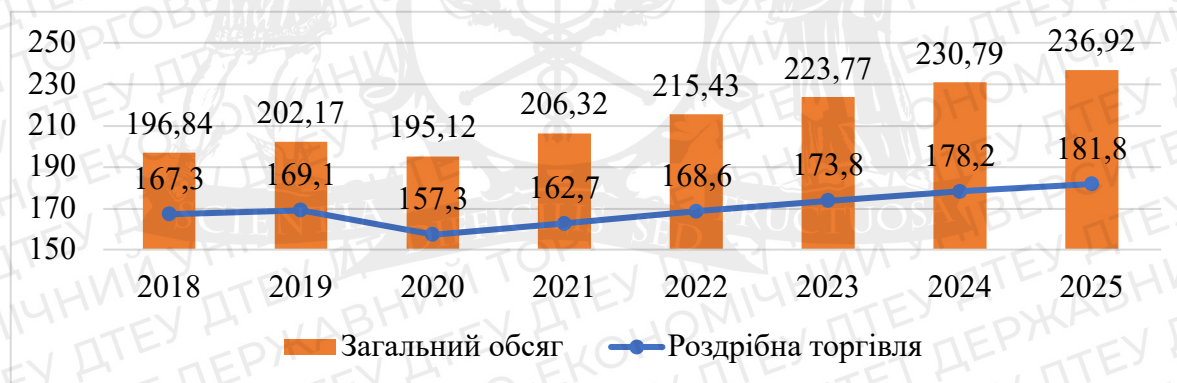


Рис. 2.2. Світовий обсяг продажів холодильного обладнання, млн шт [15; 16]

Глобальна вартість ринку холодильного обладнання, реалізованого через роздрібну торгівлю, стабільно зростала з 2015 р. по 2019 р., в основному завдяки стабільному зростанню на ринках Азії, Північної Америки та Європи. Незважаючи на падіння роздрібною торгівлі у 2020 р. через глобальну пандемію COVID-19, з 2021р. спостерігається зростання.

У 2020 р. холодильники (код за Гармонізованою системою кодування 8418) були на 74-місці у рейтингу продажів у світі із загальним торговельним оборотом 47,9 млрд дол. США. З 2019 по 2020 р. експорт холодильників зріс на 1,39%. Торгівля

холодильниками становить 0,29% загальної світової торгівлі. Найбільшими експортерами холодильників були Китай (12,8 млрд дол. США), Мексика (5,05 млрд дол. США), Італія (3,06 млрд дол. США), Південна Корея (2,62 млрд дол. США) і Німеччина (2,46 млрд дол. США). Найбільшими імпортерами холодильників були США (10,2 млрд дол. США), Німеччина (3,24 млрд дол. США), Франція (2,25 млрд дол. США), Велика Британія (1,92 млрд дол. США) і Канада (1,58 млрд дол. США). З 2018 р. середній митний тариф на холодильники становив 10,9% [14].

У 2020 р. холодильники побутового компресійного типу (код за Гармонізованою системою кодування 841821) були 726-м найбільш продаваним продуктом у світі із загальним торговельним оборотом 3,97 млрд дол. США, або 0,024% від загальної світової торгівлі. Середній митний тариф на такі холодильники склав 13,1%. У період з 2019 р. по 2020 р. експорт таких побутових холодильників зріс на 3,54%. У 2020 р. найбільшими експортерами були Китай (1,39 млрд дол. США), Таїланд (581 млн дол. США), Німеччина (356 млн дол. США), Італія (247 млн дол. США) і Туреччина (204 млн дол. США). Найбільшими імпортерами побутових компресійних холодильників були США (714 млн дол. США), Німеччина (253 млн дол. США), Велика Британія (210 млн дол. США), Франція (198 млн дол. США) і Нідерланди (179 млн дол. США) [14].

У 2020 р. торгівля побутовими холодильниками (код за Гармонізованою системою кодування 841829) склала 427 млн дол. США, або 0,0025% від загальної світової торгівлі [14]. Середній митний тариф на такі холодильники склав 14,3%. Найбільшими експортерами таких побутових холодильників були Китай (164 млн дол. США), Нідерланди (46,9 млн дол. США), Німеччина (45,3 млн дол. США), Південна Африка (15,5 млн дол. США) та Об'єднані Арабські Емірати (13,9 млн дол. США). Найбільшими імпортерами були Німеччина (38,9 млн дол. США), Великобританія (29,6 млн дол. США), Франція (23,9 млн дол. США), США (22,2 млн дол. США) і Нідерланди (18,1 млн дол. США).

У 2022 р. Азійсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на ринку холодильників. До 2024 р. азійський ринок холодильного обладнання, реалізованого через роздрібну торгівлю, за прогнозами, становитиме 46 млрд дол.

США [11]. Також очікується, що Азійсько-Тихоокеанський регіон домінуватиме на ринку з більшою часткою ринку холодильників завдяки великій кількості населення та збільшенню окремих домогосподарств. Зростаюча потреба регіону в інфраструктурі збільшить попит на побутову техніку. Високий попит на інтелектуальну техніку для заміни традиційної побутової техніки, зростання наявного доходу, швидка урбанізація та зростання кількості домогосподарств є додатковими ключовими факторами, що сприяють розширенню ринку в Азійсько-Тихоокеанському регіоні.

Крім того, регіон є виробничим центром зі штаб-квартирами багатьох провідних гравців галузі, включаючи Panasonic Corp., LG Electronics, Samsung і Haier Group. Програми урядів таких країн, що розвиваються, як Бангладеш, Індія, Непал, Індонезія та Філіппіни, з електрифікації сільських районів допоможуть розширити регіональний ринок. Очікується також збільшення частки ринку комерційного холодильного обладнання в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, завдяки зростанню кількості ресторанів і підприємств громадського харчування, що відкриваються в регіоні.

У 2021 р. Північна Америка домінувала на світовому ринку комерційного холодильного обладнання. Очікується, що до 2030 р. на неї припадатиме понад 32,0% доходу завдяки зростанню наявного доходу в таких країнах, як США та Канада [9]. Частка ринку холодильників у США є відносно великою, оскільки сім'ї, як правило, купують продукти оптом, використовуючи великі холодильники для зберігання великого обсягу продуктів. Крім того, такі фактори, як велика кількість столичного населення регіону, спонукатимуть більше людей використовувати таке обладнання. Ймовірно, це збільшить розмір ринку холодильників у США. Зростаюча тенденція планування їжі в Сполучених Штатах, коли працівники готують їжу заздалегідь і заморожують її для миттєвого використання, також розширює розмір ринку холодильників у США.

Західна Європа була другим за величиною регіоном на світовому ринку холодильників. В Європейському союзі розвиток ринку холодильного обладнання обумовлено зростанням популярності заморожених продуктів — насамперед

у Німеччині, Франції, Великобританії, Італії та Іспанії. Крім того, свій внесок робить і посилення вимог до безпеки харчової та фармацевтичної продукції. У 2022 р. Румунія, Португалія та Італія стали країнами з найвищим рівнем домогосподарств, які володіють холодильниками серед європейських країн. У Бельгії та Швеції найвищий рівень володіння домогосподарствами холодильниками – 69% і 65 % відповідно. Згідно з Global Consumer Survey Statista, найпопулярніший бренд холодильників у 2022 р. серед країн ЄС - Bosch з часткою 15% ринку.

Безумовно, що зі збільшенням населення планети потреба в продуктах харчування та фармацевтичних засобах тільки зростатиме.

Основні тенденції ринку холодильного обладнання, які визначатимуть його розвитку у найближчій перспективі, полягають у наступному [10; 12].

- Холодильні склади надають широкий спектр послуг у галузі харчової логістики, включаючи цілорічну доступність швидкопсувних і сезонних товарів, експортно-імпорتنі логістичні об'єкти вздовж міжнародних транспортних маршрутів і зустрічі з важливими місцями для роздрібної дистрибуції. Ці холодильні складські послуги швидко стають світовим трендом у різноманітних галузях. Як наслідок, для зростання ринку комерційного холодильного обладнання буде все більше прибуткових перспектив.

- Завдяки зростаючому поширенню охолоджувачів напоїв середньої потужності для туристів і відпочиваючих очікується, що ринок холодильних установок для напоїв зростатиме щороку на 5% до 2028 р. Зростаюча практика «бери та йди» та «випивай та купуй» серед роздрібних мереж підвищить попит на холодильне обладнання для напоїв у найближчі роки.

- Послуги з експорту та імпорту продукції розширюються завдяки різноманітним видам транспорту, в тому числі автомобільним, морським та повітряним транспортом, що призводить до швидкого розширення сегменту транспортного холодильного обладнання. Завдяки швидкій доставці та сервісу продажу категорія займає найбільшу частку ринку.

- Збільшення споживання морозильних камер виникне внаслідок збільшення кількості магазинів морозива та барів. Крім того, очікується, що попит на продукти,

які можна заморозити, зростає через зростання споживання різних заморожених і оброблених харчових продуктів у всьому світі.

- Скляні двері також стають популярними і користуються великим попитом. Ці холодильники дозволяють будь-кому бачити харчові продукти, що зберігаються всередині, не відкриваючи холодильник, гарантуючи, що двері відкриваються лише за необхідності, таким чином зберігаючи продукти свіжими довше. Це збільшує розмір ринку холодильників.

- Різноманітність типів зберігання, пропонувані холодильниками, включно з кількома секціями та спеціальними секціями для окремих предметів, є зростаючою тенденцією на ринку холодильників.

- Швидке впровадження розумної інфраструктури та міст є ключовим фактором збільшення розміру ринку розумних холодильників. Технологічний прогрес у холодильниках є ключовою тенденцією, яка збільшує частку світового ринку холодильників. Розробляються високотехнологічні холодильники з такими функціями, як штрих-коди, щоб відстежувати термін придатності їжі та інші важливі деталі. Крім того, він підключається до смартфонів і надає розширені послуги. Середній темп зростання використання холодильників з дистанційним керуванням, за прогнозами, становитиме близько 4% до 2028 р.

Очікується, що світовий ринок холодильників зростатиме на 5,7% щороку до 2028 р., досягнувши значення 157,6 – 175,6 млрд дол. США [10; 12; 13]. Обсяг ринку комерційного холодильного обладнання у 2028 р. прогнозується на рівні 58,3 млрд. дол. США з щорічним темпом приросту 5,1% [10]. Обсяг світового ринку побутового холодильного обладнання до 2028 р зростатиме щороку на 4,8% та складе 117,25 млрд. дол. США [13].

2.2. Дослідження ринку холодильного обладнання України

Холодильники є одним з найбільших сегментів на вітчизняному ринку великої побутової техніки (33 %). Насиченість ринку для холодильників в Україні сьогодні складає 98-99%. За даними Держстату, у 2018 р. домогосподарства були забезпечені холодильним обладнанням на 124,4%, у 2019 р. – 132,6%, у 2020 р. - 133% [6; 7].

Нині ринок холодильного обладнання України динамічно розвивається. Конкуренція на ринку побутової техніки України є жорсткою через наявність значної кількості іноземних виробників. Ймовірність входження на ринок нових компаній є достатньо висока. Цьому сприяє розвиток торгівлі та харчопереробної промисловості. Попит на холодильне обладнання, зумовлений тим, що на цих підприємствах переважає вже застаріле холодильне обладнання, що вимагає заміни.

Головним гравцем на вітчизняному ринку промислового холодильного обладнання є компанія Bmservice, побутового – ТОВ «Епіцентр К».

Сьогодні на ринку домінуючі позиції займає холодильне обладнання імпортного виробництва (до 95%). Найбільше на українському ринку холодильного обладнання польського виробництва близько 60%. У себе в країні польське обладнання не користується популярністю і поступово здає позиції. Відтак польські виробники зацікавлені в українському ринку збуту. Польські виробники випускають затребувані моделі, вартість яких нижча за аналоги з Німеччини, Данії та інших європейських держав. Непогано представлена на українському ринку продукція німецьких та італійських виробників – близько 18%.

Що стосується цін на найпопулярніші товари, то, наприклад, середня вартість холодильників у 2022 р. становила 6 450 грн, що на 54% дорожче, ніж торік. У середньому підвищення цін на холодильники у 2022 р. склало 9,1% [4].

Щороку асортимент побутового холодильного обладнання суттєво розширюється. У 2021 р. брендами - беззаперечними лідерами ринку були Bosch (Німеччина), Samsung (Південна Корея), Gorenje (Словенія), LG (Корея) та Hitachi (Японія). Також марками-лідерами за продажами холодильників є бренди: Electrolux (Швеція), Liebherr (Німеччина), Snaiqe (Литва), Zanussi (Італія).

Зовнішньоторговельний баланс України щодо операцій з побутовими холодильниками залишається від'ємним. Динаміка обороту операцій з побутовими холодильниками представлена на рис. 2.3.

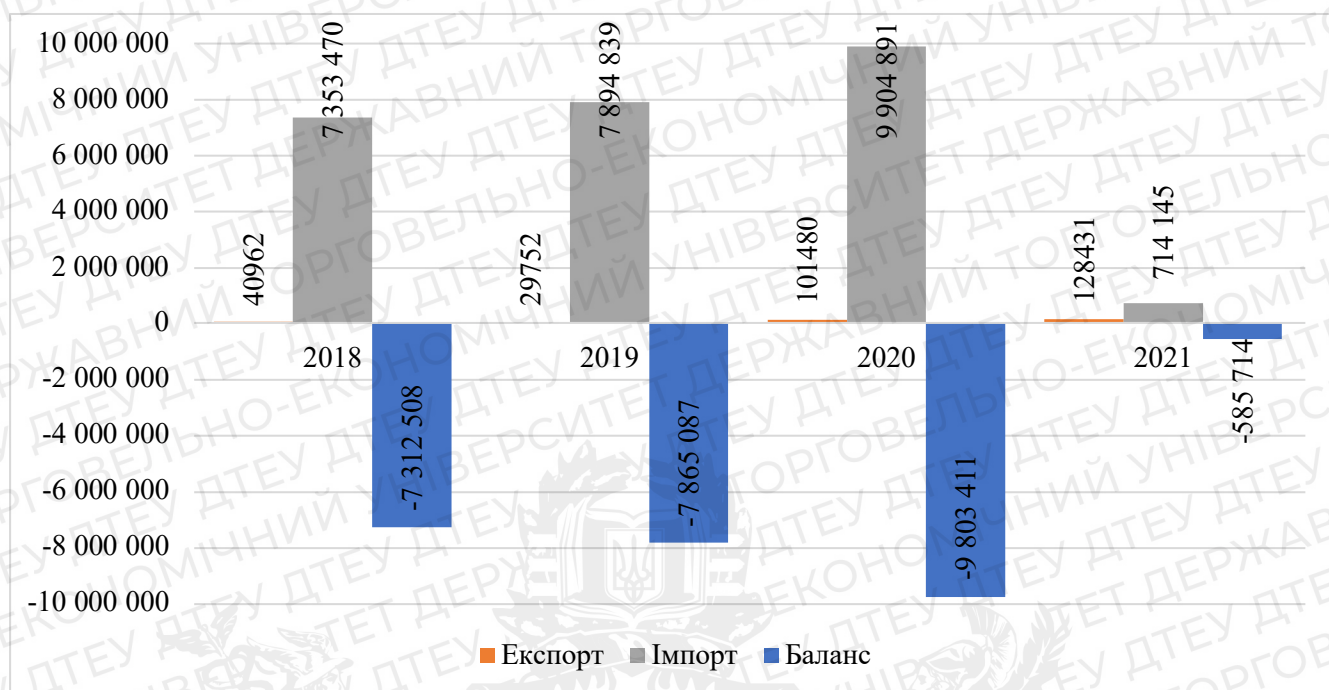


Рис. 2.3. Зовнішньоторговельний оборот побутових холодильників в Україні, дол. США

Джерело: складено та побудовано за даними [17].

У 2018 р. побутового холодильного обладнання імпортовано 75,7 тис. шт, у 2019 р. – 86,4 тис. шт, а експортовано – 0,3 тис. шт та 0,2 тис. шт відповідно [3, с. 54].

Імпорт холодильників і морозильних камер в Україну в 2021 р. у кількісному вираженні зріс на 13% до попереднього року. Китай був найбільшим постачальником холодильників і морозильних камер в Україну, на частку якого припадало 55% загального імпорту. Другим за величиною постачальником була Туреччиною. Середньорічні темпи зростання імпорту холодильного обладнання з Китаю з 2012 р. становили +24,7%, з Туреччини ---3,2%.

У зовнішній торгівлі України імпорт компресійних побутових холодильників (код за УКТ ЗЕД 841821) у 17,4 раз перевищує імпорт інших побутових холодильників (код за УКТ ЗЕД 841829). Загальна вартість імпорту компресійних побутових холодильників у 2021 р. склала 10,2 млн дол. США. Геопросторова структура таких операцій наведена на рис. 2.4.

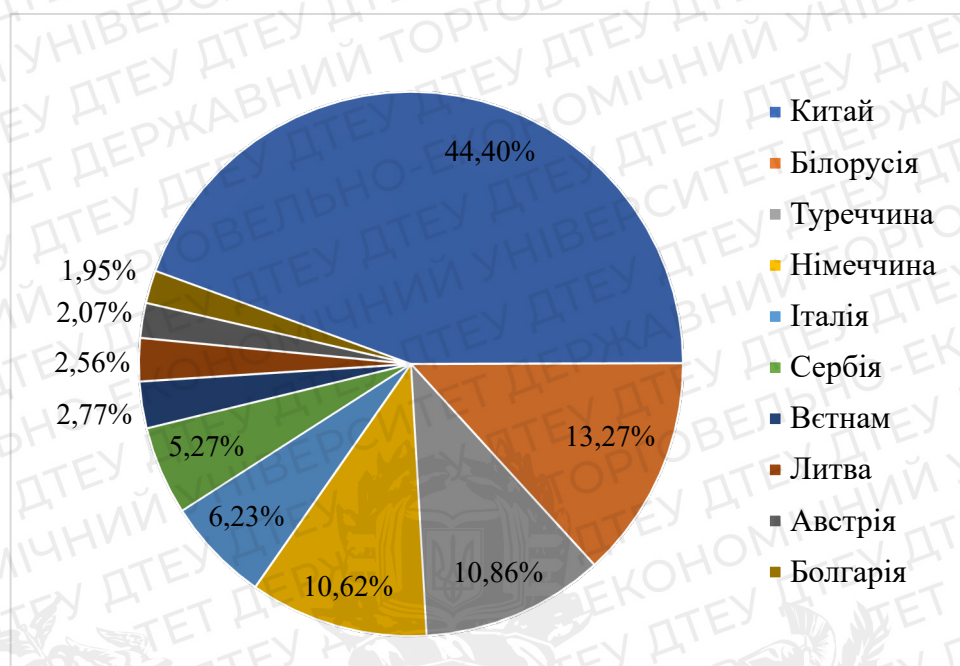


Рис. 2.4. Топ-10 країн імпорту компресійних побутових холодильників (код за УКТ ЗЕД 841821) в Україну у 2021 р., %

Джерело: розраховано та побудовано за даними United Nations [17].

Загальна вартість імпорту інших побутових холодильників у 2021 р. склала 0,59 млн дол. США. Геопросторова структура таких операцій наведена на рис. 2.5.

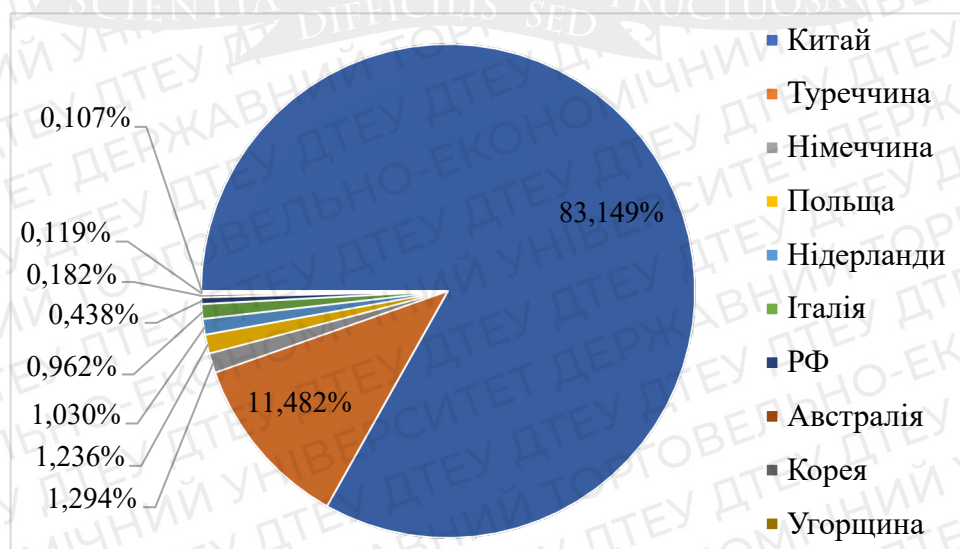


Рис. 2.5. Топ-10 країн імпорту інших побутових холодильників (код за УКТ ЗЕД 841829) в Україну у 2021 р., %

Джерело: розраховано та побудовано за даними United Nations [17].

Основною тенденцією на ринку холодильного обладнання України є пошук рішень для зменшення споживання енергії. У міру підвищення температури на планеті потужність систем кондиціонування та охолодження зростає, а споживання енергії зростає. Тому проекти з використанням безлічі енергоефективних технологій та рішень є актуальними.

Щорічно українці купують майже 1,5 млн холодильників. Погіршення економічної ситуації позначилось на виборі: зросла кількість покупок надійної техніки, хоча її вартість вища за ціну бюджетних моделей. Продажі холодильників преміум-класу збільшились та сягають третини продажів.

За рейтинговими оглядами на основі відгуків про технічні характеристики, співвідношення ціни-якості, статистика заводського браку, поломок сформовано антирейтинг холодильного обладнання на вітчизняному ринку. До нього потрапили деякі моделі Bosh та Liebherr (Німеччина), Indesit та Zanussi (Італія).

Вітчизняні виробники холодильників і морозильних камер переживають некращі часи, з 2016 р. зростання виробництва не вдалося відновити.

У 2021 р. Польща була основним напрямком експорту холодильників і морозильних камер з України, на частку якої припадало 34% загального експорту. Другу позицію в рейтингу зайняла Молдова з часткою 11% у загальному експорті.. На частку Ізраїлю припало 9,9% експорту холодильного обладнання. Наступне місце зайняла Болгарія з часткою 6%. З 2012 р. по 2021 р. середньорічний темп зростання обсягів до Польщі склав +8,2%. Експорт до інших основних напрямків зафіксував такі середньорічні темпи зростання експорту: Ізраїль (+16,0% на рік) та Болгарія (+7,4% на рік). У 2021 р. середня експортна ціна холодильників і морозильних камер зросла на 11% порівняно з попереднім роком.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ХОЛОДИЛЬНОГО ОБЛАДНАННЯ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання з Польщі

Для ідентифікації напрямів та ресурсів, активізація яких може позитивно відобразитись на результатах господарської діяльності виявимо сильні та слабкі сторін ТОВ «Епіцентр К» (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Ідентифікація напрямів підвищення ефективності операцій з імпорту на основі SWOT–аналізу середовища діяльності ТОВ «Епіцентр К»

<i>Сильні сторони</i>	<i>Можливості</i>
<p>Широкий асортимент продукції Увага до зниження витрат Імідж надійної компанії Орієнтація на широке коло споживачів Наявність унікальної продукції Сильні канали розподілу продукції Вдале партнерство на зарубіжних ринках Відсутність посередників при імпорті Можливість залучати позиковий капітал Постійне оновлення основних фондів Захист продукції від фальсифікату Висока якість продукції Висока частка повторних клієнтів</p>	<p>Придбання нових активів Входження на нові сегменти ринку Розширення асортименту імпорту продукції Співпраця з новими контрагентами щодо імпорту продукції Переорієнтація споживачів на інноваційну продукцію Реалізація нової продукції Послаблення можливостей конкурентів Розширення ринку</p>
<i>Слабкі сторони</i>	<i>Загрози</i>
<p>Висока вартість обладнання Недостатня швидкість реакції на зміну зовнішнього середовища Високі ціни на продукцію Незначна частка інноваційної продукції в обороті Наявність застарілих марок Скорочення частки економ сегменту ринку Незадовільний фінансово-господарський стан Зростання витрат на збут, у т.ч. через вимкнення світла Нарощення запасів готової продукції Високий рівень позикового капіталу Низький рівень рентабельності продажів</p>	<p>Нестабільність вітчизняного законодавства Посилення конкурентного тиску Зниження купівельної спроможності споживачів Заборона певних видів продукції в / з окремих країн Економічний спад, прискорений розвиток інфляційних та девальваційних процесів Зниження витрат конкурентів Скорочення / обмеження імпорту Зростання цін на продукції на зарубіжних ринках Зниження економічної ефективності операцій з імпорту Втрата площ ТЦ, знищення складів з продукцією</p>

Джерело: складено автором.

Оцінивши можливості та загрози зовнішнього середовища, сильні та слабкі сторони у діяльності ТОВ «Епіцентр К», можна зробити такі висновки:

- стабілізація вітчизняної економіки чинить позитивний вплив на результати діяльності;
- активізація сильних сторін дозволить нівелювати ефект появи нових гравців чи товарів на ринку та сприятиме нарощенню товарообороту підприємства;
- визначення слабких сторін та ідентифікація загроз дозволяють розробити комплекс заходів щодо оптимізації ефективності операцій з імпорту для упередження, запобігання та мінімізації їхнього негативного впливу.

Напрями оптимізації ефективності операцій з імпорту представлені на рис. 3.1.

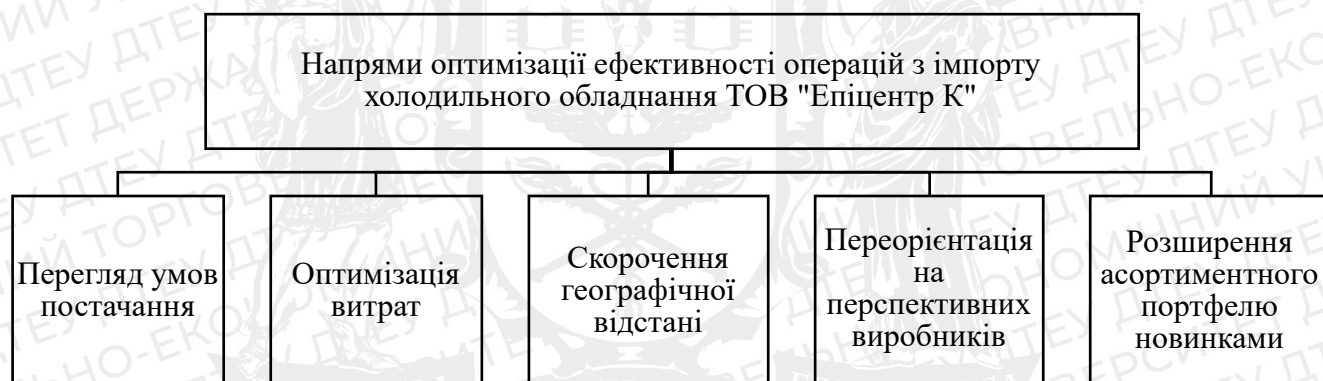


Рис. 3.1. Напрями оптимізації ефективності операцій з імпорту ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: побудовано автором.

Для ТОВ «Епіцентр К» оптимізацію операцій з імпорту доцільно здійснювати за 5 напрямками.

Щодо співпраці з контрагентами, то схему організації купівлі-продажу товару доцільно реалізовувати за такими етапами (рис. 3.2).

Першим етапом є аналіз роботи підприємства згідно з Міжнародним стандартом ISO 22000:2005, розробка керівництвом планових показників діяльності для функціонування підприємства.

Наступним кроком (при залученні нового контрагента) є пошук виробника/постачальника холодильного обладнання, аналіз його продукції, звітності, пропозицій щодо дисконту. З обраними контрагентами починають вести переговори, які завершуються підписанням контракту.

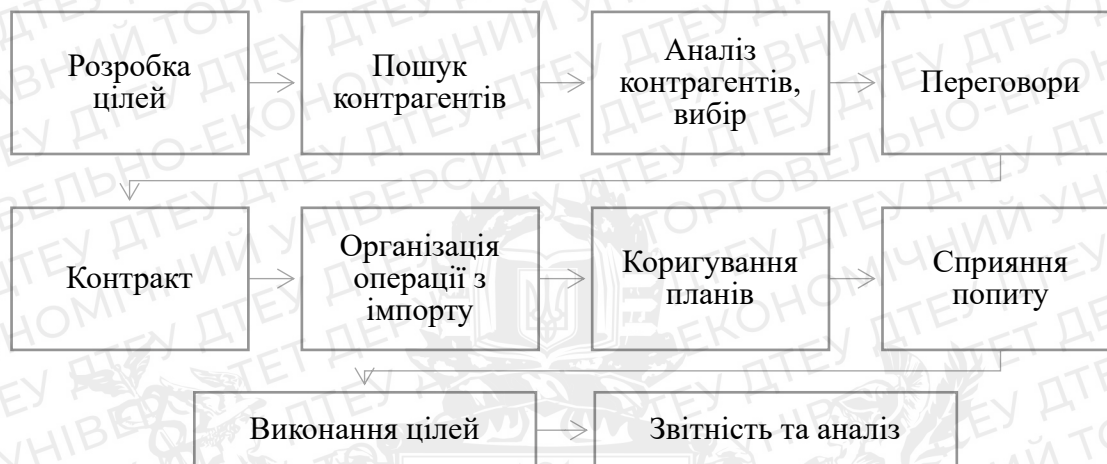


Рис. 3.2. Етапи реалізації імпортової діяльності на ТОВ «Епіцентр К».

Джерело: побудовано автором.

На основі підписаного договору здійснюється імпортна операція — доставка холодильного обладнання відповідно до базисних та інших умов до складів покупця. Відповідно після доставки товару на склади імпортера, продукцію реалізують споживачам через торговельну мережу «Епіцентр». За результатами діяльності складають звітність.

Протягом всіх здійснюваних етапів плани щодо закупівлі та збуту можуть коригуватися відповідно до сезонності, змін платоспроможності населення тощо. Також крок «Сприяння попиту» (маркетинг, реклама, PR, зворотній зв'язок зі споживачами) здійснюється постійно на всіх етапах діяльності підприємства.

З метою пошуку контрагентів обираємо країну-контрагента, з якою підприємству найдоцільніше буде проводити імпортні операції. Холодильне обладнання випускають у понад 60 країнах світу. Варто звернути увагу на такі три основні ринки, на яких діють потенційні контрагенти: Велика Британія, Польща та Німеччина.

Міжнародна дослідницька компанія GfK відстежила показники глобального ринку побутової техніки та електроніки з початку ізоляції. Продажі холодильного

обладнання у Великій Британії зросло на 317%, у Німеччині - 185%, а у Франції – на 44%. У Великій Британії ринок холодильного обладнання характеризується стабільністю продаж та невисокими цінами. Провідні фірми з їх виробництва – «Три сіті» та «Лек».

Під час пандемії рекордні покупки значно розвинули сектор побутової техніки у Польщі. Холодильники польського виробництва завойовують зовнішні ринки. Лише Китай, Німеччина та Мексика випереджають Польщу в рейтингу найбільших експортерів побутової техніки. У 2020 р. в Польщі було вироблено 30 млн побутових приладів, у тому числі 24 млн великогабаритних приладів, а це на 3 % більше, ніж у 2019 р. Це гарантує Польщі чільні позиції у рейтингу виробництва побутової техніки в ЄС. Вартість проданої продукції минулого року перевищила 23 млрд злотих. Це приблизно на 5 % більше, ніж у 2019 р.

Німецькі виробники спеціалізуються на безшумних якісних, простих, стильних та комфортних холодильниках. Серед їх переваг також надійність, різноманітність модельного ряду, довгостроковість експлуатації (в середньому 15-20 років).

Обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні операцій з імпорту холодильного обладнання для досягнення оптимізації показників ефективності ТОВ «Епіцентр К» здійснимо на основі табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні операцій з імпорту холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К»

№ пор.	Фактори, що визначають вибір ринку	Велика Британія	Польща	Німеччина
1	Широкий асортиментний ряд	-	+	+
2	Високий потенціал збуту	+	+	+
3	Використання енергоефективних технологій	+	+	+
4	Використання смарт-технологій		+	
5	Невелика географічна відстань		+	
6	Частота сервісного обслуговування	+		+
7	Дизайн	+	+	+
8	Представлення новинок щороку		+	+
9	Функціональність		+	+
10	Краще співвідношення ціна -якість		+-	+

Джерело: складено на основі даних [10].

З таблиці видно, що найбільш перспективним є вибір ринку Польщі. Так як ця країна проводить ліберальну політику щодо експорту, є однією з основних партнерів України, а невелика географічна відстань та наявність спільного кордону, скоротить витрати на транспортування.

Послідовність заходів для реалізації операцій з імпорту побутового холодильного обладнання між ТОВ «Епіцентр К» і польськими виробниками представлено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

**Етапи організації операцій з імпорту
холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К» з Польщі у 2023 р.**

№	Етап	Документи, що забезпечують виконання кожного етапу
1	Ухвалення рішення про поставку товару	Звіт про реалізацію холодильного обладнання через ТЦ «Епіцентр», інтернет-магазин
2	Пошук потенційних партнерів, розробка конкурентного листа	Комерційні пропозиції, конкурентний лист
3	Проведення переговорів, узгодження всіх умов та підписання контракту на імпорт з вирианим контрагентом	Запит на отримання твердої оферти, звіт ділової переписки, звіти про проведені обчислення ціни та якості товару, калькуляція витрат, зовнішньоторговельний контракт
4	Одержання холодильного обладнання	Товаросупровідні документи, зокрема рахунок-фактура (інвойс), специфікація, митна декларація
5	Оплата холодильного обладнання згідно контракту	Банківська виписка, платіжні документи

Джерело: складено на основі [10]

Використовуючи діаграму Ганта, процес організації операцій з імпорту холодильного обладнання можна представити у табл. 3.4.

На ринку Польщі функціонують крупні виробники побутового холодильного обладнання такі як Polar, MPM, Amica та інші. Крім того, багато міжнародних компаній розмістили свої збиральні фабрики саме в Польщі. Процес організації та постачання холодильного обладнання триватиме до 2 міс.

**Діаграма Ганта для організації операцій з імпорту
холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К» з Польщі у 2023 р.**

Етап / Роботи	1 міс.	2 міс.	3 міс.
Підготовчий етап			
Запит щодо наявності холодильного обладнання			
Отримання та акцептування оферти			
Узгодження умов контракту та подальше його підписання			
Етап роботи			
Надати банку необхідні документи, прийняти документи від нього, перевірити їх			
Прийняти та розвантажити товар з складу виробника			
Перевірити партію поставки на правильність виконання угоди			
Здійснити перевезення товару на склад підприємства			
Надати розпорядження банку щодо оплати постачальнику			
Етап реалізації			
Реалізація холодильного обладнання на внутрішньому ринку			

Джерело розробка автора.

Таким чином, ТОВ «Епіцентр К» запропоновано здійснювати альтернативну операцію на поставку холодильного обладнання з польськими підприємствами.

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання з Польщі

Для організації ефективної імпортової операції підприємства необхідно реалізувати певний алгоритм дій, який передбачає ряд етапів. Розробимо схему здійснення імпорту побутового холодильного обладнання із Польщі в Україну на поставки EXW Інкотермс-2020 з повною передоплатою (рис. 3.3).

Основні етапи угоди з імпорту побутового холодильного обладнання полягають у наступному.

1. Укладання зовнішньоторговельного контракту ТОВ «Епіцентр К» з польськими виробниками побутового холодильного обладнання («Polar», «MPM agd S.A.», «Amica Wronki S.A.»).

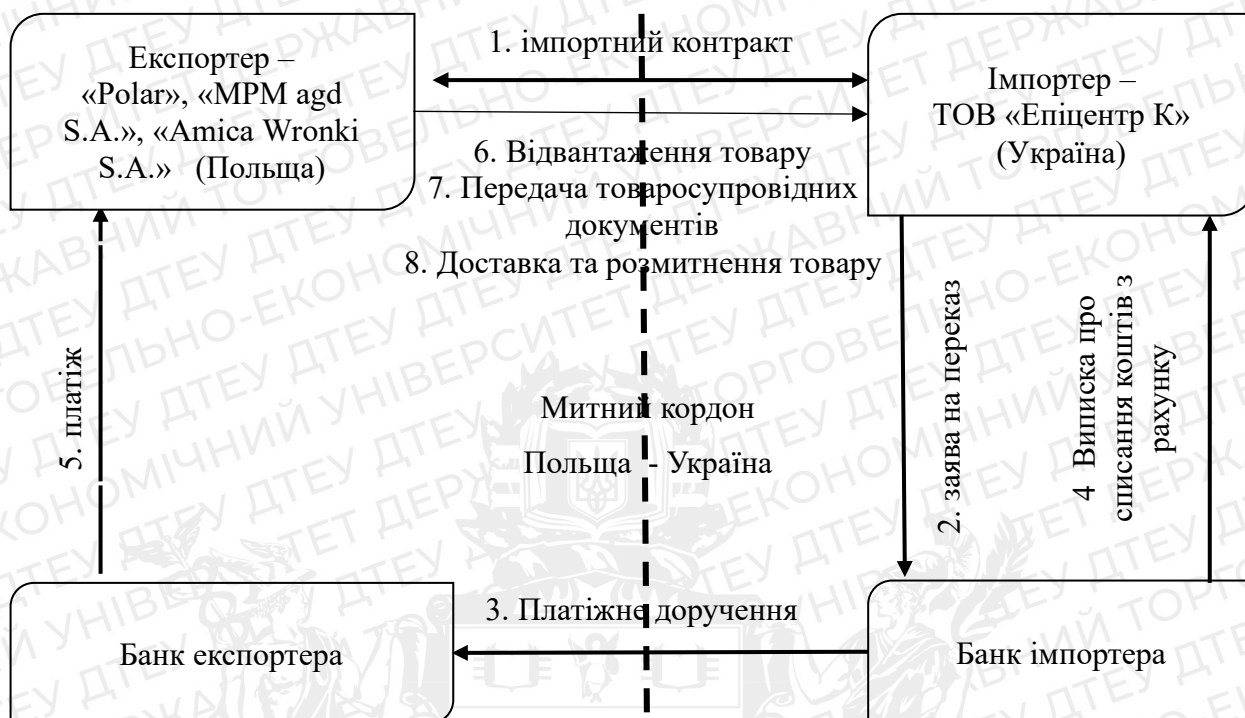


Рис. 3.3. Схема імпорту побутового холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К» з Польщі на умовах повної передоплати.

Джерело: побудовано автором.

2. ТОВ «Епіцентр К» подає до банку, в якому в нього відкрито рахунок, платіжне доручення на списання коштів на рахунок «Polar», «MPM agd S.A.», «Amica Wronki S.A.».

3. Банк імпортера списує з рахунка ТОВ «Епіцентр К» суми платежу та надсилає банку експортера платіжне доручення.

4. Банк імпортера надсилає ТОВ «Епіцентр К» виписку з його рахунка, яка відображає відповідне списання коштів.

5. Банк експортера повідомляє «Polar», «MPM agd S.A.», «Amica Wronki S.A.» про зарахування коштів на його рахунок від ТОВ «Епіцентр К».

6. Відвантаження побутового холодильного обладнання на транспортні засоби ТОВ «Епіцентр К».

7. Передача товаросупровідних документів від «Polar», «MPM agd S.A.», «Amica Wronki S.A.».

8. Доставка та митне очищення побутового холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К».

Для організації операцій з імпорту польського холодильного обладнання необхідно здійснити попередню оцінку ефективності таких операцій.

Прогнозується, що ТОВ «Епіцентр К» імпортуватиме побутове холодильне обладнання (код за УКТ ЗЕД 841821) на умовах EXW. Мінімальне замовлення від 100 шт. Асортиментний ряд – від 3 моделей. Ціна у договорі з договором з фірмою «Polar» складе 169 дол. США / шт, з фірмою «MPM agd S.A.» - 165 дол. США / шт та з фірмою «Amica Wronki S.A.» - 159 дол. США / шт.

Для розрахунку ефективності операцій з імпорту польського побутового холодильного обладнання складаємо вихідні дані та витрати пов'язані з імпортом (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Умови операцій з імпорту побутового холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К» з Польщі у 2023 р.

Показник / бренд	«Polar»	«MPM»	«Amica»
Код за УКТ ЗЕД	841821	841821	841821
Країна-експортер	Польща	Польща	Польща
Ціна, дол. / шт	169	165	159
Загальна кількість, шт	100	100	100
Умови постачання	EXW Вроцлав	EXW Щитно	EXW Познань
Ставка митного тарифу, %	0	0	0
Ставка ПДВ, %	20	20	20

Джерело: складено за даними ТОВ «Епіцентр К».

Холодильне обладнання (код за УКТ ЗЕД 841821), що ввозиться в Україну та походить з країн ЄС, знаходиться у переліку зниження ввізних мит України, розрахованих по роках, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС [8]. Ставка мита з 01.01.2023 до 31.12.2023 становить 0%.

Для порівняння запропонованих умов контрактів, орієнтовна ціна продажу побутового холодильного обладнання на внутрішньому ринку визначена експертами підприємства на рівні від 15 тис. грн до 16,5 тис. грн. (табл. 3.5).

Очікувані показники ефективності операцій з імпорту побутового холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К» з Польщі у 2023 р.

Показник / бренд	«Polar»	«MPM»	«Amica»
Імпорт холодильного обладнання, дол. США	16900	16500	15900
Очікуваний курс НБУ на час здійснення платежів, грн / дол. США	37,45	37,45	37,45
Витрати у країні імпорту, дол. США	4000	3100	3550
Митні платежі, грн	156541	146804	145680,5
Витрати на території України, грн	25000	25000	25000
Ціна реалізації в ТЦ "Епіцентр", грн / шт	16500	15800	15000
Дохід від реалізації, грн	1650000	1580000	1500000
Ефект від операцій з імпорту, грн	685754	674176	600917
Ефективність операцій з імпорту, рази	1,71	1,74	1,67

Джерело: розрахунки автора.

Слід зазначити, що запропоновані умови контрактів з польськими виробниками є вигідними для ТОВ «Епіцентр К». Порівнюючи отримані результати, бачимо, що ефективність операцій з імпорту прогнозується у межах 1,67-1,74 раз.

Ефект від операцій з імпорту прогнозно складе 600,9-685,8 тис. грн. Порівняємо отримані результати з середнім значенням (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Порівняння показників ефективності операцій з імпорту побутового холодильного обладнання ТОВ «Епіцентр К» з Польщі у 2023 р.

Показник / бренд		Ефект від операцій з імпорту, грн	Ефективність операцій з імпорту, рази
Бренд	«Polar»	685754	1,71
	«MPM»	674176	1,74
	«Amica»	600917	1,67
Середнє значення		653616	1,71
Відхилення від середнього	«Polar»	32138	0,00
	«MPM»	20560	0,04
	«Amica»	-52699	-0,04

Джерело: складено та розраховано на основі даних табл. 3.4.

На основі порівняння можемо стверджувати, що операції з імпорту побутового холодильного обладнання бренду «Polar» характеризуються середнім рівнем ефективності при максимальному ефекті серед аналізованих пропозицій. Операції з імпорту побутового холодильного обладнання бренду «MPM» відзначаються найвищим рівнем ефективності та середнім рівнем ефекту від операцій. У той час операції з імпорту побутового холодильного обладнання бренду «Amica» мають найнижчий рівень ефективності та ефекту від операцій. Це дає підстави рекомендувати до організації операції з імпорту побутового холодильного обладнання брендів «Polar» та «MPM».

Отже, запропоновані операції з імпорту побутового холодильного обладнання брендів «Polar» та «MPM» є більш вигідними для ТОВ «Епіцентр К» за рахунок оптимізації витрат та скорочення часу постачання, ніж бренду «Amica». Крім того, значними є вигоди для покупця з розширення асортиментного портфелю новинками, представленими лише в мережах підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами проведеного дослідження організації імпорту холодильного обладнання з Польщі встановлено наступне.

1. ТОВ «Епіцентр К» є найбільшою торговельно-роздрібною мережею в Україні, що об'єднує крім ритейлу, виробництво, логістику та агробізнес.

2. Результати проведеного аналізу виробничо-господарської діяльності та фінансового стану засвідчили зростання товарообороту, активів та чистих доходів компанії, рентабельність. Підприємство здатне частково покривати свої зобов'язання за допомогою оборотних активів. Такі результати зумовлені суттєвим негативним впливом протиепідемічних обмежень та військовим станом в країні.

3. Наявність філій у Китаї (Шанхайське Представництво "Україна ТОВ "Епіцентр К") та власний автопарк дозволяє мінімізувати витрати на імпорт, уникаючи посередників як при купівлі, так і при перевезенні товарів. Доходи від реалізації іноземної продукції склали 80,5% у 2021 р. Асортиментний портфель холодильного обладнання включає понад 20 торговельних марок професійного обладнання з 6 країн та 45 торговельних марок побутових холодильників з 15 країн. Вартісні обсяги імпорту холодильного обладнання з 2018 р. зросли у 1,5 рази. У товарній структурі імпорту холодильного обладнання у 2022 р. на побутове припадає 51,35%. Ефективність операцій з імпорту складала 1,08-1,14 раз.

4. У 2021 р. світовий ринок холодильного обладнання склав 113,05 млрд дол. США, з яких 67% обороту – побутове. Холодильники (код за Гармонізованою системою кодування 8418) були на 74-місці у рейтингу світової торгівлі. Найбільший виробник побутових холодильників – Китай. Насиченість ринків у розвинених країнах складає 98-99%. У 2022 р. найбільшим регіоном з виробництва і продажів на ринку холодильників був Азійсько-Тихоокеанський регіон, далі Західна Європа та Північна Америка.

5. Визначальними тенденціями ринку холодильного обладнання є розвиток складських та транспортних холодильних послуг, зростання попиту на морозильні камери та холодильні вітрини, використання смарт холодильників, зменшення споживання енергії. Світовий ринок холодильників зростатиме на 5,7% щороку до

2028 р., досягнувши розмірів 157,6 – 175,6 млрд дол. США. Обсяг ринку комерційного холодильного обладнання прогнозується на рівні 58,3 млрд. дол. США з щорічним темпом приросту 5,1%. Обсяг світового ринку побутового холодильного обладнання зростатиме щороку на 4,8% та складе 117,25 млрд. дол. США.

6. Ринок холодильного обладнання України характеризується динамічним розвитком, високою конкуренцією, відсутністю бар'єрів для входження, насиченістю іноземними товарами. У середньому підвищення цін на холодильники у 2022 р. склало 9,1%. Щорічно українці купують майже 1,5 млн холодильників. Лідерами на ринку були бренди Bosch (Німеччина), Samsung (Південна Корея), Gorenje (Словенія), LG (Корея) та Hitachi (Японія). Зовнішньоторговельний баланс України щодо операцій з побутовими холодильниками залишається від'ємним як у вартісному, так і у кількісному еквіваленті. Найбільшими постачальниками холодильників і морозильних камер в Україну є Китай (55% загального імпорту) та Туреччина.

7. Напрямами оптимізації ефективності операцій з імпорту є перегляд умов постачання, оптимізація витрат, скорочення географічної відстані, переорієнтація на перспективних виробників, розширення асортиментного портфелю новинками. Потенційними ринками для пошуку контрагентів визначено Велику Британію, Польщу та Німеччину. Обґрунтування вибору цільового ринку для здійснення операцій з імпорту холодильного обладнання здійснено за 10-факторним аналізом. Найбільш перспективним обрано ринок Польщі.

8. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» холодильного обладнання з Польщі здійснена для таких виробників: («Polar», «MPM agd S.A.», «Amica Wronki S.A.»). Умовами імпорту побутового холодильного обладнання є базис EXW Інкотермс-2010 з повною передоплатою. Ефективність операцій з імпорту прогнозується у межах 1,67-1,74 раз. Ефект від операцій з імпорту прогнозно складе 600,9-685,8 тис. грн. Запропоновані умови контрактів є вигідними для ТОВ «Епіцентр К» за рахунок оптимізації витрат та скорочення часу постачання, розширення асортиментного портфелю новинками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бодак Ю.В., Ерфан Є.А. Аналіз сучасного стану світового ринку побутової техніки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. - Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2019. Вип. 28(1). - С. 42-46.
2. Герега Г. Ф. Пріоритетні напрями розвитку крупноформатних мережевих структур у сфері торгівлі // Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах : матеріали міжн.наук.-практ. конфер. / [відповід. за вип.: проф. Семак Б. Б.]. –Львів : Вид-во ЛТЕУ, 2017. –360 с. – С. 21-24.
3. Зовнішня торгівля України 2020. Статистичний збірник // Державна служба статистики, 2021 – 165 с.
4. Індекси цін. Експрес-випуск від 09.09.2022 // Державна служба статистики України, 2022 (дата звернення: 5.01.2023). - URL: <https://ukrstat.gov.ua/express/expr2022/09/13.pdf>
5. Національна мережа будівельно-господарських гіпермаркетів “Епіцентр К” (дата звернення: 10.10.2023). - URL: Режим доступу : <https://epicentrk.ua>
6. Наявність у домогосподарствах товарів тривалого користування (за даними вибіркового опитування домогосподарств у жовтні 2020 року). Статистичний збірник // Державна служба статистики України, 2021. – 169 с.
7. Статистичний щорічник України за 2020 рік // Державна служба статистики України, 2021. – 455 с.
8. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони // Міждержавна угода від 27.06.2014 (дата звернення: 10.01.2023). - URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011.
9. Commercial Refrigeration Equipment Market Report, 2030 // Grand View Research, 2022. – 160 р. (дата звернення: 18.12.2022). - URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/commercial-refrigeration-equipment-market#>.

10. Global Commercial Refrigeration Equipment Market. December, 2022. -165 p. (дата звернення: 18.12.2022). - URL: <https://skyquestt.com/report/commercial-refrigeration-equipment-market>.
11. Global refrigeration appliances retail value 2015-2024, by region // Statista Research Department (дата звернення: 18.12.2022). - URL: <https://www.statista.com/statistics/1202123/worldwide-refrigeration-appliance-retail-value-by-region/>.
12. Global Refrigerator Market Outlook. // Expert Market Research (дата звернення: 18.12.2022). - URL: <https://www.expertmarketresearch.com/reports/refrigerator-market>
13. Household Refrigerators And Freezers Market Report, 2028 // Grand View Research (дата звернення: 18.12.2022). - URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/household-refrigerators-freezers-market#>
14. ОЕС (дата звернення: 12.01.2023). - URL: <https://oec.world/en/profile/hs/refrigerators>
15. Refrigeration appliances retail unit volume worldwide from 2015 to 2024 // Statista Research Department (дата звернення: 10.01.2023). - URL: <https://www.statista.com/statistics/1202105/worldwide-refrigeration-appliance-retail-unit-volume-by-region/>
16. Refrigerator unit sales worldwide from 2012 to 2025 // Statista Research Department (дата звернення: 10.01.2023). - URL: <https://www.statista.com/statistics/1124245/refrigerator-unit-sales-worldwide/>
17. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Trade Statistics (дата звернення: 20.12.2022). - URL: <https://comtrade.un.org/data>

ДОДАТКИ

Додаток А

Фінансова звітність ТОВ «Епіцентр К»

Таблиця 1

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2019 року

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
Інші фінансові інвестиції	1035	1 750 200	1 755 267
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	68 629
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	11 823 622	16 010 547
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 250 000	13 885 925
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	770 000	1 467 824
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130		0
з бюджетом	1135		0
у тому числі з податку на прибуток	1136		0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160		0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621

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

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

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

Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14 542 267	17 688 086
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	2 008 688	4 142 910
Інші довгострокові зобов'язання	1515	256 738	312 170
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	2 265 426	4 455 080
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	767 497
товари, роботи, послуги	1615	14 514 081	16 290 054
розрахунками з бюджетом	1620	273 257	326 833
у тому числі з податку на прибуток	1621	215 457	244 727
розрахунками зі страхування	1625	24 716	17 379
розрахунками з оплати праці	1630	160 208	137 988
Поточні забезпечення	1660	509 245	539 038
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3 667 811	4 144 753
Усього за розділом III	1695	19 925 318	22 223 615
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1700	0	0
	1900	36 891 621	44 525 391

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2021 року
Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	32 720	45 255
первісна вартість	1001	73 004	92 045
накопичена амортизація	1002	40 284	46 790
Незавершені капітальні інвестиції	1005	3 692 156	4 026 550
Основні засоби	1010	15 231 712	19 348 986
первісна вартість	1011	21 335 058	27 338 054
знос	1012	6 103 346	7 989 068
Інвестиційна нерухомість	1015	0	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	
Інші фінансові інвестиції	1035	3 129 633	4 556 221
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	
Відстрочені податкові активи	1045	23 116	16 889
Інші необоротні активи	1090	-	
Усього за розділом I	1095	22 109 337	27 993 901
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	15 389 033	16 732 223
Поточні біологічні активи	1110	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 182 479	2 978 557
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	-	
з бюджетом	1135	1	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 859 491	4 611 221
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	642 802	769 230
Витрати майбутніх періодів	1170	5 399	6 123
Інші оборотні активи	1190	336 837	301 255
Усього за розділом II	1195	22 416 054	25 398 609
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	
Баланс	1300	44 525 391	53 392 510

Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	17 688 086	21 920 788
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	17 846 696	22 079 398
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	4 142 910	4 841 498
Інші довгострокові зобов'язання	1515	312 170	399 446
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	4 455 080	5 240 944
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	767 497	764 122
товари, роботи, послуги	1615	16 290 054	18 560 400
розрахунками з бюджетом	1620	326 833	401 223
у тому числі з податку на прибуток	1621	244 727	234 645
розрахунками зі страхування	1625	17 379	23 899
розрахунками з оплати праці	1630	137 988	164 500
Поточні забезпечення	1660	539 038	689 022
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	4 144 753	5 469 002
Усього за розділом III	1695	22 223 615	26072168
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	44 525 391	53 392 510

Таблиця 4

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

Форма 2

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43 979 194	41 400 220
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30 814 751	30 400 580
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий прибуток	2090	13 164 443	10 999 640
збиток	2095	0	
Інші операційні доходи	2120	530 835	260 235
Адміністративні витрати	2130	751 814	540 040
Витрати на збут	2150	7 985 945	6 623 200
Інші операційні витрати	2180	254 271	396373
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	4 703 248	3 700 262
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3 851	180 000
Інші доходи	2240	354 733	52 000
Фінансові витрати	2250	250 094	91 550
Втрати від участі в капіталі	2255	24 516	0
Інші витрати	2270	363 438	210 000
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 423 784	3630712
збиток	2295	0	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-670 000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	2 960 712
збиток	2355	0	0

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

Форма 2

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

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

Форма 2

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	59 465 455	50 382 425
Чисті зароблені страхові премії	2010		0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	41 560 405	35 593 670
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0
Валовий прибуток	2090	17 905 050	14 788 755
збиток	2095		0
Інші операційні доходи	2120	890 662	737 243
Адміністративні витрати	2130	940 235	872 759
Витрати на збут	2150	9 469 805	8 648 047
Інші операційні витрати	2180	1 035 506	920 408
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	7 350 166	5 084 784
збиток	2195		0
Дохід від участі в капіталі	2200		0
Інші фінансові доходи	2220	264 800	211 555
Інші доходи	2240	642 222	554 085
Фінансові витрати	2250	365 445	295 646
Втрати від участі в капіталі	2255	-	0
Інші витрати	2270	1 649 707	1 438 592
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	6 242 036	4 116 186
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	- 1 123 566	-944 982
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	5 118 470	3 171 204
збиток	2355		0

Динаміка активів ТОВ «Епіцентр К» на 31 грудня 2018-2021 рр.

Стаття	Код	2018	2019	2020	2021	Ланцюгове відхилення, тис грн			Ланцюгове відхилення, %		
						2019	2020	2021	2019	2020	2021
I.Необоротні активи											
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543	32 720	45 255	7 673	20 177	12 535	257,6	260,9	138,3
первісна вартість	1001	32 540	44 846	73 004	92 045	12 306	28 158	19 041	137,8	162,8	126,1
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303	40 284	46 790	4 633	7 981	6 506	116,7	124,7	116,2
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460	3 692 156	4 026 550	369 030	1 822 696	334 394	124,6	197,5	109,1
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648	15 231 712	19 348 986	3 736 526	2 927 064	4 117 274	143,6	123,8	127,0
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534	21 335 058	27 338 054	5 710 284	4 124 524	6 002 996	149,7	124,0	128,1
знос	1012	2 932 128	4 905 886	6 103 346	7 989 068	1 973 758	1 197 460	1 885 722	167,3	124,4	130,9
Довгострокові фінансові інвестиції:											
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0							
Інші фінансові інвестиції	1035	1 750 200	1 755 267	3 129 633	4 556 221		1 374 366	1 426 588		178,3	145,6
Відстрочені податкові активи	1045	-	68 629	23 116	16 889	68 629	- 45 513	- 6 227		33,7	73,1
Усього за розділом I	1095	11 823 622	16 010 547	22 109 337	27 993 901			5 884 564			126,6
II. Оборотні активи						-	-	-			
Запаси	1100	13 250 000	13 885 925	15 389 033	16 732 223	635 925	1 503 108	1 343 190	104,8	110,8	108,7
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	770 000	1 467 824	2 182 479	2 978 557	697 824	714 655	796 078	190,6	148,7	136,5
Дебіторська заборгованість за розрахунками:						-	-	-			
з бюджетом	1135		-	1		-	1	- 1			0,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455	3 859 491	4 611 221	1 061 355	- 521 964	751 730	132,0	88,1	119,5
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054	642 802	769 230	231 054	- 278 252	126 428	133,5	69,8	119,7
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322	5 399	6 123	4 522	- 1 923	724	261,5	73,7	113,4
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473	336 837	301 255	- 52 527	119 364	- 35 582	80,5	154,9	89,4
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053	22 416 054	25 398 609	2 578 153	1 535 001	2 982 555	114,1	107,4	113,3
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	21	-		21	- 21	-		0,0	
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621	44 525 391	53 392 510	6 765 099	7 633 770	8 867 119	122,5	120,7	119,9

Джерело: розраховано автором на основі додатку А.

Динаміка пасивів ТОВ «Епіцентр К» на 31 грудня 2018-2021 рр.

Стаття	Код	2018	2019	2020	2021	Ланцюгове відхилення, тис грн-			Ланцюгове відхилення, %		
						2019	2020	2021	2019	2020	2021
I. Власний капітал						-	-	-			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610	158 610	158 610	-	-	-	100,0	100,0	100,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	12 300 000	14 542 267	17 688 086	21 920 788	2 242 267	3 145 819	4 232 702	118,2	121,6	123,9
Усього за розділом I	1495	12 458 610	14 700 877	17 846 696	22 079 398	2 242 267	3 145 819	4 232 702	118,0	121,4	123,7
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						-	-	-			
Довгострокові кредити банків	1510	910 000	2 008 688	4 142 910	4 841 498	1 098 688	2 134 222	698 588	220,7	206,2	116,9
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	256 738	312 170	399 446	256 738	55 432	87 276	121,6	128,0	
Усього за розділом II	1595	910 000	2 265 426	4 455 080	5 240 944	1 355 426	2 189 654	785 864	248,9	196,7	117,6
III. Поточні зобов'язання і забезпечення						-	-	-			
Поточна кредиторська заборгованість за:						-	-	-			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	776 000	767 497	764 122	-	- 8 503	- 3 375	100,0	98,9	99,6
товари, роботи, послуги	1615	13 454 053	14 514 081	16 290 054	18 560 400	1 060 028	1 775 973	2 270 346	107,9	112,2	113,9
розрахунками з бюджетом	1620	180 545	273 257	326 833	401 223	92 712	53 576	74 390	151,4	119,6	122,8
у тому числі з податку на прибуток	1621	130 000	215 457	244 727	234 645	85 457	29 270	- 10 082	165,7	113,6	95,9
розрахунками зі страхування	1625	62 528	24 716	17 379	23 899	- 37 812	- 7 337	6 520	39,5	70,3	137,5
розрахунками з оплати праці	1630	140 000	160 208	137 988	164 500	20 208	- 22 220	26 512	114,4	86,1	119,2
Поточні забезпечення	1660	250 620	509 245	539 038	689 022	258 625	29 793	149 984	203,2	105,9	127,8
Інші поточні зобов'язання	1690	1 891 166	3 667 811	4 144 753	5 469 002	1 776 645	476 942	1 324 249	193,9	113,0	132,0
Усього за розділом III	1695	16 754 912	19 925 318	22 223 615	26 072 168	3 170 406	2 298 297	3 848 553	118,9	111,5	117,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття											
Баланс	1700	-	-	-	-	-	-	-			
Усього за розділом IV	1900	30 126 522	36 891 621	44 525 391	53 392 510	6 765 099	7 633 770	8 867 119	122,5	120,7	119,9

Джерело: розраховано автором на основі додатку А.

Динаміка фінансових результатів діяльності ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2021 рр.

Стаття	Код	2018	2019	2020	2021	Ланцюгове відхилення, тис грн			Ланцюгове відхилення, %		
						2019	2020	2021	2019	2020	2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	41 400 220	43 979 194	50 382 425	59 465 455	2 578 974	6 403 231	9 083 030	106,2	114,6	118,0
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0	0		0	0	0			
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30400580	30 814 751	35 593 670	41 560 405	414 171	4 778 919	5 966 735	101,4	115,5	116,8
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0	0		0	0	0			
Валовий						0	0	0			
прибуток	2090	10 999 640	13 164 443	14 788 755	17 905 050	2 164 803	1 624 312	3 116 295	119,7	112,3	121,1
збиток	2095		0	0		0	0	0			
Інші операційні доходи	2120	260 235	530 835	737 243	890 662	270 600	206 408	153 419	204,0	138,9	120,8
Адміністративні витрати	2130	540 040	751 814	872 759	940 235	211 774	120 945	67 476	139,2	116,1	107,7
Витрати на збут	2150	6 623 200	7 985 945	8 648 047	9 469 805	1 362 745	662 102	821 758	120,6	108,3	109,5
Інші операційні витрати	2180	396373	254 271	920 408	1 035 506	-142 102	666 137	115 098	64,1	362,0	112,5
Фінансовий результат від операційної діяльності						0	0	0			
прибуток	2190	3 700 262	4 703 248	5 084 784	7 350 166	1 002 986	381 536	2 265 382	127,1	108,1	144,6
збиток	2195	0	0	0		0	0	0			
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0	0		0	0	0			
Інші фінансові доходи	2220	180 000	3 851	211 555	264 800	-176 149	207 704	53 245	2,1	5493,5	125,2
Інші доходи	2240	52 000	354 733	554 085	642 222	302 733	199 352	88 137	682,2	156,2	115,9
Фінансові витрати	2250	91 550	250 094	295 646	365 445	158 544	45 552	69 799	273,2	118,2	123,6
Втрати від участі в капіталі	2255	0	24 516	0	-	24 516	-24 516	0		0,0	
Інші витрати	2270	210 000	363 438	1 438 592	1 649 707	153 438	1 075 154	211 115	173,1	395,8	114,7
Фінансовий результат до оподаткування						0	0	0			
прибуток	2290	3 630 712	4 423 784	4 116 186	6 242 036	793 072	-307 598	2 125 850	121,8	93,0	151,6
збиток	2295					0	0	0			
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-670 000	-821 675	-944 982	-1 123 566	-151 675	-123 307	-178 584	122,6	115,0	118,9
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0	0		0	0	0			
Чистий фінансовий результат						0	0	0			
прибуток	2350	2 960 712	3 602 109	3 171 204	5 118 470	641 397	-430 905	1 947 266	121,7	88,0	161,4
збиток	2355	0	0	0		0	0	0			

Джерело: розраховано автором на основі додатку А.