

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Організація імпорту меблів з Польщі»

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

Студентки V курсу, 1 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Романової
Єлизавети
Сергіївни

Науковий керівник
Кандидат економічних наук
Доцент кафедри
міжнародного менеджменту

Демків
Юлія
Михайлівна

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

П'янкova
Оксана
Василівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет Міжнародної торгівлі та права

Кафедра Міжнародного менеджменту

Спеціальність, 073 «Менеджмент»,

освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. кафедри Т.М. Мельник

«__» _____ 2023 р.

Завдання на випускню кваліфікаційну роботу студентці Романовій Єлизаветі Сергіївні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

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

Затверджена наказом ДТЕУ від 6.12.2022р. № 3276

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

30.01.2023

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Метою ВКР є дослідження ефективності імпорتنих поставок меблів з Польщі на матеріалах компанії ТОВ «Епіцентр-К».

Об'єктом дослідження є процес організації імпорتنих поставок меблів з Польщі в Україну.

Предметом дослідження є методологічні та практичні аспекти організації імпорتنих поставок меблів мережею гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр-К».

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

ВСТУП

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

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

1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ МЕБЛІВ

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку меблів

2.2. Дослідження ринку меблів України

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» МЕБЛІВ З ПОЛЬЩІ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	До 15 листопада	До 15 листопада
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	До 1 грудня	До 1 грудня
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 10 грудня	До 10 грудня
4	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 20 грудня	До 20 грудня
5	Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 3 січня	До 3 січня
6	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові	До 10 січня	До 10 січня
7	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	До 16 січня	До 16 січня
8	Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії	До 1 лютого	До 1 лютого
9	Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії		

6. Дата видачі завдання « _____ » _____ 2023р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Демків Ю.М. _____
(підпис)

8. Гарант освітньої програми П'янкova O.B. _____
(підпис)

9. Завдання прийняла до виконання студентка Романова Є.С. _____
(підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Автором обрано актуальну тематику та наведена спроба глибокого дослідження питання організації імпорту меблів. Аналіз етапів та загального розвитку міжнародного та регіонального ринку меблів демонструє поглиблений інтерес до роботи, що був би більш комплексним з дослідженням цінової, регуляторної політик опрацьованого товарного сегменту. Безпосередня оцінка готовності до ефективного забезпечення імпортової операції ТОВ «ЕПЦЕНТР-К» доволі стисла та відносно об'єктивна з позиції характеристики та аналітики, відповідно до основного комплексу дослідження та за вимогами масштабування, цільової реалізації проекту. Доцільно було б сформуванню логічно-об'єктивного формату оцінки ресурсної бази з аналізом потенційних партнерів, наведенням умов (у т. ч. у Контракті), схеми та графіку виконання проекту імпорту (діаграма Ганта), що надало б наочності та обґрунтованості висновкам щодо готовності підприємства до ефективного реалізації конкретної операції.

ВКР на тему: «Організація імпорту меблів з Польщі» (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ) в цілому реалізує поставлену мету та може бути рекомендована до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Демків Ю.М. _____

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Романової Є.С. може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

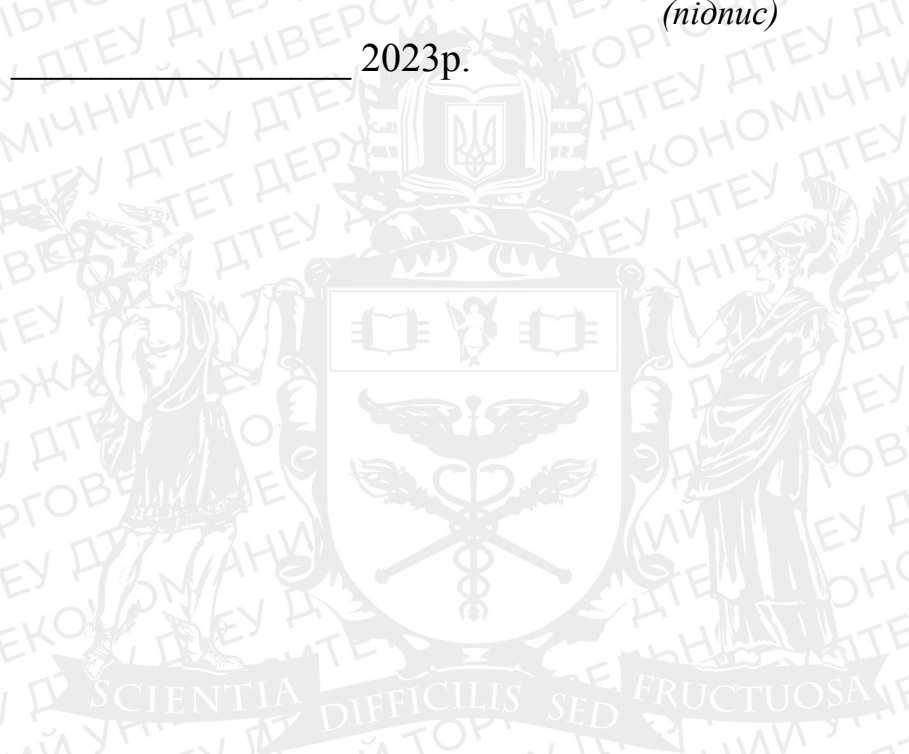
Гарант освітньої програми П'янкова О.В. _____

(підпис)

Завідувач кафедри Мельник Т.М. _____

(підпис)

« _____ » _____ 2023р.



АНОТАЦІЯ

Прізвище та ініціали. «Організація імпорту меблів з Польщі (за матеріалами ТОВ «Епіцентр», м. Київ)». *Рукопис.*

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпортової поставки меблів із Польщі, що передбачає: дослідження функціонування ТОВ «Епіцентр К» як підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку меблів, обґрунтування вибору Польщі як країни-контрагента для реалізації імпортного потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозну оцінку результативності поставки меблів із Польщі.

Ключові слова: суб'єкт — ЗЕД, імпорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, меблі, Польща.

ANNOTATION

Surname and initials. "Organization of the import of furniture from Poland (according to the materials of Epicenter LLC, Kyiv)". *Manuscript.*

Graduation qualification work in the specialty "Management" with educational program "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2022.

The graduation qualification work is devoted to the practical aspects of the organization of the import supply of furniture from Poland, which includes: a study of the functioning of "Epicenter K" LLC as an enterprise-subject of the FEA, an analysis of the world furniture market, justification of the choice of Poland as a counterparty country for the realization of the import potential of the domestic manufacturer, implementation of a management decision regarding import through organizational support and predictive assessment of the effectiveness of the supply of furniture from Poland.

Key words: FEA subject, import, management decision, organizational support, furniture, Poland.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР К».....	10
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності ТОВ «Епіцентр К».....	10
1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К».....	16
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ МЕБЛІВ.....	25
2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку меблів.....	25
2.2. Дослідження ринку меблів України.....	35
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» МЕБЛІВ З ПОЛЬЩІ.....	46
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів Польщі.....	3 46
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі.....	53
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ.....	70

ВСТУП

Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємництва як основної форми бізнесу в сучасних умовах трансформації економіки пов'язане з активізацією та вдосконаленням організації, управління фінансами та господарського механізму в цілому.

Попит на меблеву продукцію, щорічно зростаючи, створює привабливі умови для розвитку меблевої промисловості. Українська меблева промисловість має шанс якісно та кількісно перейти від пострадянської моделі до сучасної, орієнтованої на попит. Проте, поки економічні реалії стримують її на шляху якісно нового переходу досить вагомою часткою ринку залишається імпортна меблева продукція. Європейський меблевий ринок є надзвичайно привабливим для українських підприємств, адже виробники пропонують меблі по доступній ціні та оптимальному співвідношенні «ціна-якість».

Актуальність теми обумовлена тим, що в останні роки меблевий ринок України активно розвивається та зростає у тому числі і за рахунок імпортової продукції, яка вводиться в Україну, що зумовлює розвиток торговельної діяльності та викликає необхідність у вивченні організації імпорту меблів із Європи в Україну.

Метою роботи є дослідження ефективності імпортних поставок меблів з Польщі на матеріалах компанії ТОВ «Епіцентр-К». Відповідно до визначеної мети сформульовано **завдання дослідження**:

1. Здійснити оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К».
2. Проаналізувати імпортну діяльність ТОВ «Епіцентр К».
3. Визначити основні тенденції розвитку світового ринку меблів.
4. Дослідити ринок меблів України.
5. Проаналізувати організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі.

6. Надати прогнозну оцінку результативності імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі.

Об'єктом дослідження є процес організації імпорتنих поставок меблів з Польщі в Україну.

Предметом дослідження є методологічні та практичні аспекти організації імпорتنих поставок меблів з Польщі мережею гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр-К».

Методи дослідження сконцентровані навколо комплексу теоретичних: систематизація, узагальнення та практичних: аналіз, порівняння методів дослідження.

Інформаційне забезпечення дослідження зосереджене використовуваних підручниках, посібниках, науково-довідковій літературі, статтях у періодичних виданнях, фінансовій звітності підприємства ТОВ «Епіцентр К», інтернет джерелах. Зокрема, Анісімова О. М. вивчала методологічний підхід до оцінки конкурентоспроможності економічного потенціалу підприємства [1]. Бодак М.П. досліджував формування ринку меблів в Україні та митні формальності під час їх імпорту, вивчав організаційне забезпечення імпорتنих операцій підприємства [2; 3]. Бондар В. Розглядав можливий сценарій розвитку лісового господарства України [4]. Бондаренко Н., Удалих Д. проводили дослідження стану розвитку меблевої промисловості України в сучасних умовах господарювання [5]. Буйністрович З.В. аналізував основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств меблевої промисловості [6]. Гулакова В. Л., Козак Ю. Г. надавали оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств [10]. Загороднюк Р.Р. окреслював перспективи та проблеми організації міжнародної економічної діяльності підприємства [15]. Керімова Л.Р. проводила аналіз ринку меблів України та виявлення основних тенденцій його розвитку [17]. Ковтун Е.О., Романчук Р.А. досліджувала управління експортно-імпортними операціями підприємства [18]. Лесик А.О. вивчала методи оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій [20]. Саймуков В. Ю., Карпенко В. Л.

визначали основні тенденції розвитку українського ринку меблів [34]. Серединський В.В., Новицька І.М. виокремили особливості товарознавчого дослідження м'яких та корпусних меблів [36]. Соломянюк Н. М., Федотова Н. М., Кривенко О. висвітлювали інтернет-торгівлю як елемент ринкової інфраструктури на ринку офісних меблів [37]. Шовкун І.А. визначав особливості товарознавчого дослідження м'яких та корпусних меблів [40].

Практична значущість роботи полягає у можливості використання результатів дослідження у науково-педагогічній діяльності ЗВО, для написання студентами наукових робіт.



РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

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

ТОВ «Епіцентр К» - мережа будівельно-господарських гіпермаркетів, яка стрімко розвивається. Майже за 20 років відкрито близько 50 гіпермаркетів у різних регіонах країни. Компанія постійно вдосконалює сервіс, розширює асортимент продукції та послуг, щоб максимально задовольнити потреби споживачів. Кожен має можливість знайти все для будівництва, ремонту та облаштування оселі в одному місці, під одним дахом, та за доступними цінами.

Товари представлені в різних напрямках: починаючи від капітальних будівельних робіт і закінчуючи оздобленням і оздобленням, всього більше 200000 найменувань.

Гіпермаркети «Епіцентр К» пропонують продукцію як вітчизняного, так і іноземного виробництва (Польща, Іспанія, Італія, Німеччина, Франція, ОАЕ, Голландія та ін.). Товар доставляється в супермаркети як власним транспортом, так і через співпрацю з понад 1000 постачальниками продукції. Гіпермаркети «Епіцентр К» розраховані на всі категорії покупців і можуть задовольнити будь-які їх потреби.

Прогресивне управління організацією сприяє людському розвитку, кар'єрному росту та збільшенню матеріального достатку всіх співробітників компанії.

Місія підприємства – створити найсприятливіші умови для будівництва, ремонту та облаштування оселі кожного мешканця України. Завдання компанії – пропонувати жителям України широкий асортимент якісних і доступних товарів; економія часу клієнта за рахунок зручної технології обслуговування та надання повного асортименту товарів і послуг під одним дахом.

Стратегія гіпермаркетів Епіцентр – бути лідером на ринку роздрібною торгівлі формату «від і до» в Україні. Розвиток та розширення мережі гіпермаркетів у всіх обласних центрах та великих містах України, представлення широкого асортименту товарів та забезпечення високого рівня обслуговування споживачів.

З метою оцінки виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу здійснено фінансовий аналіз підприємства Епіцентр К, який здійснено на основі фінансових звітів компанії, опублікованих на порталі відкритих даних clarity.project.

Відслідковуючи динаміку активів підприємства (рис. 1.1), спостерігаємо, що для ТОВ Епіцентр К характерним є зростання економічного потенціалу, про що свідчить зростання загальних активів на 20,69%. У такій динаміці активів вбачає факт зростання кількості майна, доступного компанії, відповідно збільшення обсягів здійснюваної виробничо-господарської діяльності.



Рис. 1.1. Динаміка активів ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Складено автором на основі фінансової звітності підприємства [13; 14]

Той факт, що наявне у розпорядженні компанії майно зростає швидше, ніж дохід від продажу товарів і послуг, свідчить про необхідність пошуку резервів для оптимізації існуючої структури активів.

З метою дослідження фінансового стану підприємства у більш детальному вимірі, проведемо горизонтальний аналіз активів ТОВ «Епіцентр К» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Горизонтальний аналіз активів ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр.,
тис. грн.**

Показник	Станом на 31.12.2018	Станом на 31.12.2019	Станом на 31.12.2020	Абс. приріст, +/-		Відн. приріст, %	
				2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
Незавершені капітальні інвестиції	1500430	1869460	3692156	369030	1822696	24,59	97,5
Основні засоби	8568122	12304648	15231712	3736526	2927064	43,61	23,79
інші фінансові інвестиції	1750200	1755267	3129633	5067	1374366	0,29	78,3
НЕОБОРОТНІ АКТИВИ	11823622	16010547	22109337	4186925	6098790	35,41	38,09
Запаси	13250000	13885925	15389033	635925	1503108	4,80	10,83
Інша поточна дебіторська заборгованість	3320100	4381455	3859491	1061355	-521964	31,97	-11,91
ОБОРОТНІ АКТИВИ	18302900	20881053	22416054	2578153	1535001	14,09	7,35
АКТИВИ	30126522	36891621	44525391	6765099	7633770	22,46	20,69

Складено автором на основі фінансової звітності підприємства [13; 14]

Збільшення балансу відбувається за рахунок зростання як оборотних активів: +14,09% у 2019 та +7,35% у 2020, так і основних засобів: +ф35,41% у 2019 та +38,09% у 2020 році.

Відобразимо динаміку джерел фінансування ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр. на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Динаміка джерел фінансування ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Складено автором на основі фінансової звітності підприємства [13; 14]

Як бачимо з рис. 1.2, кількість доступних джерел фінансування для придбання активів зростає, відображаючи зростання власного капіталу, поточних і довгострокових зобов'язань.

Здійснимо горизонтальний аналіз пасивів ТОВ «Епіцентр К» (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Горизонтальний аналіз пасивів ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр.,

тис. грн.

Показник	Станом на 31.12.2018	Станом на 31.12.2019	Станом на 31.12.2020	Абс. приріст, +,-		Відн. приріст, %	
				2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	12300000	14542267	17688086	2242267	3145819	18,23	21,63
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ	12458610	14700877	17846696	2242267	3145819	18,00	21,4
Довгострокові кредити банків	910000	2008688	4142910	1098688	2134222	120,73	106,25
ДОВГОСТРОКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ	910000	2265426	4455080	1355426	2189654	148,95	96,66
товари, роботи, послуги	13454053	14514081	16290054	1060028	1775973	7,88	12,24
Інші поточні зобов'язання	1891166	3667811	4144753	1776645	476942	93,94	13
ПОТОЧНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	16754912	19925318	22223615	3170406	2298297	18,92	11,54
БАЛАНС	30126522	36891621	44525391	6765099	7633770	22,46	20,69

Складено автором на основі фінансової звітності підприємства [13; 14]

Отже, як бачимо, той факт, що розмір власного капіталу зростає, свідчить про зростання багатства власників.

Збільшення загальної суми зобов'язань більш повно відображає наявний потенціал підприємства, але призводить до посилення залежності від зовнішніх джерел фінансування.

З метою дослідження фінансового стану підприємства, дослідимо показники стійкості та платоспроможності ТОВ «Епіцентр К» (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Показники стійкості та платоспроможності ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Показник	2018	2019	2020	Абс. приріст, +,-		Відн. приріст, %	
				2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
Фінансова автономія	0,4	0,4	0,4	0	0	0,00	0,00
Поточна ліквідність	1,09	0,8	1	-0,29	0,2	-26,61	25,00
Швидка ліквідність	0,35	0,30	0,35	-0,05	0,05	-14,29	16,67
Рентабельність активів	1,23	1,4	0,9	0,17	-0,5	13,82	-35,71
Рентабельність власного капіталу	0,2	0,26	0,19	0,06	-0,07	30,00	-26,92
Рентабельність діяльності	0,7	0,81	0,63	0,11	-0,18	15,71	-22,22
Рентабельність продукції	5,2	4,3	4,0	-0,9	-0,3	-17,31	-6,98
Маневреність оборотних активів	0,7	0,39	0,4	-0,31	0,01	-44,29	2,56
Платоспроможність	0,39	0,41	0,39	0,02	-0,02	5,13	-4,88

Складено автором на основі фінансової звітності підприємства [14]

На підставі здійснених обрахунків формулюємо висновок, що значення поточної ліквідності нижче нормативного ліміту (1,5), що може свідчити про ймовірність втрати платоспроможності в найближчому майбутньому.

Здійснюючи аналіз ефективності діяльності підприємства, зважаємо на те, що показник швидкої ліквідності перевищує нормативне значення. Коефіцієнт поточної ліквідності відповідає межах нормативного значення, що означає, що підприємство збалансовано покриває короткострокові зобов'язання за рахунок мобілізованих оборотних активів.

Рентабельність активів значно перевищує нормативне значення, що дає підстави стверджувати – підприємство досить ефективно використовує власні активи.

Рентабельність власного капіталу у 2018-2019 роках відповідає межах норми та характеризує підприємство як таке, що досить ефективно надає

віддачу на вкладений капітал. У 2020 році цей показник є трохи нижчим за нормативне значення.

За показником рентабельності діяльності та продукції підприємства, спостерігаємо зниження показників, вважаємо, що результати діяльності підприємства дещо спали, що є негативним явищем, яке утворилось під впливом карантинних обмежень, спричинених пандемією коронавірусу.

Маневреність оборотних активів у 2018 та 2019 роках перебуває вище нормативного показника (0,5), а у 2020 році знижується.

Платоспроможність підприємства відповідає нормативним показникам та означає, що ТОВ «Епіцентр К» може погасити свої короткотермінові зобов'язання за платежами найближчим часом, оскільки еквіваленти грошових коштів і поточні фінансові інвестиції без особливих труднощів конвертуються у засоби платежу.

В цілому, і аналізу даних таблиці бачимо, що підприємство забезпечує ефективне використання наявних ресурсів та характеризується як платоспроможне і економічно ефективне.

З метою оцінки сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К», дослідимо динаміку фінансових результатів (рис. 1.3).

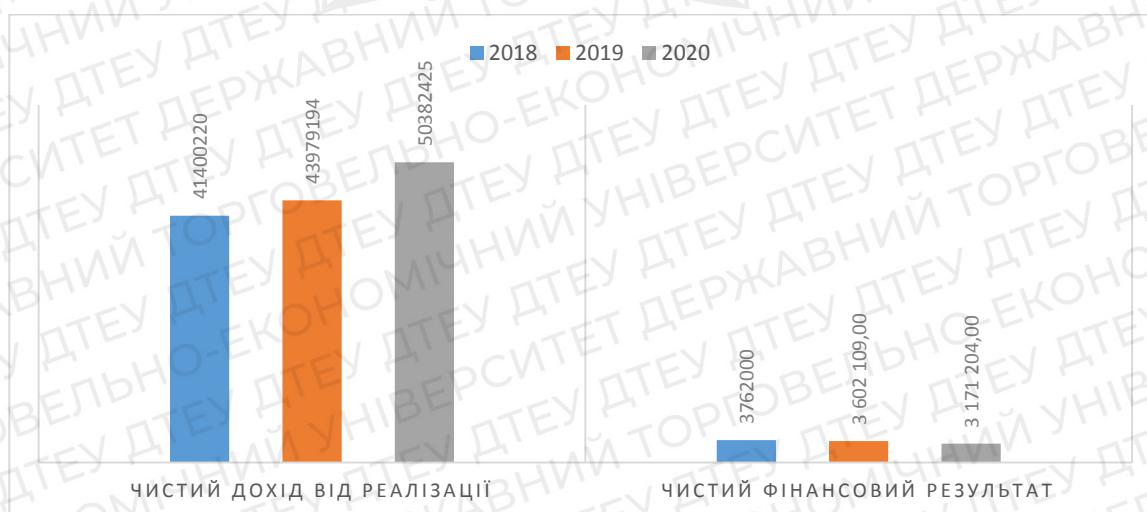


Рис. 1.3. Динаміка фінансових результатів ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Складено автором на основі фінансової звітності підприємства [13; 14]

Як бачимо із наведеного рисунка, чистий дохід від реалізації товарів і послуг у 2019 році зріс на 6,2% в порівнянні із попереднім 2018 роком, а у 2020 році – зріс на 14,56% порівняно із попереднім звітним роком, що свідчить про високу конкурентоспроможність в динамічному середовищі.

Сума чистого прибутку підприємства позитивна протягом усього досліджуваного періоду, у 2020 році найвища – 3171204 тис. грн., що може свідчити про продуману бізнес-модель.

Отже, провівши горизонтальний та вертикальний аналіз балансу підприємства, визначено, що існує необхідність пошуку резервів для оптимізації існуючої структури активів ТОВ «Епіцентр К». Підприємство характеризується високою конкурентоспроможністю в динамічному середовищі, а добробут власників компанії зростає, причому швидше, ніж у середньому на фінансовому ринку, проте, з врахуванням зміни показників рентабельності для підприємства постає необхідність продовження пошуку шляхів збільшення обсягів реалізації товарів і послуг з метою максимізації фінансового результату.

1.2. Аналіз імпортої діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Сьогоднішній стан ринку меблів в Україні характеризує його як досить динамічний сектор торгівлі, який постійно змінюється, оновлюється та розширюється. Зростає не лише обсяг власного виробництва меблевої продукції, але й підвищується обсяг та кількість імпортої продукції. Це підвищує популярність меблів з-за кордону через їх доступність, та відмінне співвідношення за показниками ціна-якість. Здійснимо аналіз асортиментної структури імпортованих товарів, представлених у ТОВ «Епіцентр К».

Меблева продукція у ТОВ Епіцентр К представлена у таких категоріях:

- Меблі для кухні.
- Меблі для спальні.

- Меблі для передпокою.
- Меблі для вітальні.
- Меблі для офісу.
- Меблі для ванної.
- Меблі для дитячої.
- Садові меблі.
- Туристичні меблі.
- Декоративні меблі.

Кожна із категорій включає широкий перелік меблевої продукції у різних цінових категоріях. Ціновий баланс, виробників та країни походження пропонованої продукції у кожній із категорій наведемо у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

**Характеристики меблевої продукції, пропонованої у мережі
«Меблевий центр» гіпермаркетів «Епіцентр К»**

Категорія продукції	Бренд/виробник	Країна походження товару	Ціна			
			Мінімальна ціна на меблі		Максимальна ціна на меблі	
			2021	2022	2021	2022
Меблі для кухні	Roko, Homefest, Sokme, Forte Meble, MEBLE WOJCIK, Viant, Грейд, Signal, Максі-меблі, Еверест	Україна, Китай, Польща	2419,00	3024,00	28115,00	35144,00
Меблі для спальні	Everest, Gerbor, Mebel Service, Forte Meble, Mebleboss, MEBLE WOJCIK, Signal, Меблі-Сервіс, Світ меблів	Україна, Польща	4887,00	6109,00	73535,00	91919,00
Меблі для передпокою	Abellie, Blonski, Doros, Forte Meble HomeDeco, MEBLE WOJCIK, Signal, Modern, Everest, Gerbor, Mebel Service, Меблі-Сервіс, Світ меблів, Сокме	Україна, Польща	4887,00	5299,00	73535,00	44722,00
Меблі для вітальні	Gerbor, Mebel Service, MEBLE WOJCIK, Signal, Aredamenti Italia,	Україна, Італія, Польща	1739,00	2058,00	35777,00	141857,00

Компанія, МебліКо, Сокме						
-----------------------------	--	--	--	--	--	--

Продовження таблиці 1.4

Меблі для офісу	Signal	Польща	1276,00	1646,00	111900,00	113485,00
Меблі для ванної	Lids, Ravak, Cersanit, MEBLE WOJCIK, Aqua Rodos, Dariana	Польща	510,00	1020,00	87500,00	89520,00
Меблі для дитячої	Ricokids, Лофт, Деко, Максi-меблі, Anvit, Lectus	Польща	408,00	2500,00	70000,00	151337,00
Садові меблі	Bella Vita, Curver, Indigo, UBC Group, Українські конструкції	Китай, Угорщина, Україна	2000,00	3598,00	121069,00	129988,00

Складено на основі даних із офіційного сайту «Епіцентр» [14]

Відповідно до наведених даних спостерігаємо динаміку цін на меблеву продукцію, яка представлена у таблиці за асортиментною структурою. Відповідно до наведених даних, а також згідно із даними економічних онлайн видань, спостерігається за факт росту цін на меблі за минулий рік в діапазоні 25-30%.

Як бачимо із наведеної таблиці 1.4, перелік товарів, які реалізуються гіпермаркетами Епіцентр К досить широкий та окрім продукції вітчизняного виробництва включає меблі іноземних виробників, таких як: китайські, угорські, італійські та польські. Серед польських виробників у структурі асортименту меблів присутні ТОП-3 найпопулярніші серед імпортованих в Україну із близького закордону меблі: Signal, MEBLE WOJCIK, Forte Meble.

Варто зазначити, що з початку повномасштабного вторгнення росії підприємства Епіцентр К припинили співпрацю та ЗЕД із російськими підприємствами.

Проаналізуємо структуру та ціновий діапазон меблів польського виробництва, які імпортуються ТОВ Епіцентр К (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

**Перелік імпортованих меблевих виробів за видами продукції у
асортименті ТОВ «Епіцентр К» ввезених із Польщі**

Категорія продукції	Назва продукції	Бренд/виробник	Середня ціна у 2021 році	Середня ціна у 2022 році
М'які меблі	Пуфи	Forte Meble	6800,00	8500,00
Столи	Обідні столи		7600,00	9500,00
	Журнальні столики		3040,00	3800,00
Шафи та комплектуючі	Шафи		23472,00	29341,00
	Шафи-купе		14495,00	18119,00
Шафи і комплектуючі	Додаткові елементи до шаф		2924,00	3655,00
Ліжка і комплектуючі	Ліжка		22862,00	28578,00
Комоди	Комоди		22670,00	28338,00
Полиці	Полиці		6416,00	8020,00
Тумби	Тумби		12780,00	15975,00
М'які меблі	Пуфи		5048,00	6311,00
	М'які крісла		26265,00	32832,00
Столи	Журнальні столики		15945,00	19932,00
	Обідні столи	41600,00	52000,00	
	Комп'ютерні столи	45319,00	56649,00	
Стільці	Кухонні стільці	16623,00	20779,00	
	Металеві стільці	2800,00	3500,00	
Ліжка і комплектуючі	Ліжка	Signal	23055,00	28819,00
Стелажі	Стелажі		19644,00	24556,00
Тумби	Тумби		12078,00	15098,00
Вішалки для одягу	Вішалки для одягу		8952,00	11190,00
Меблі для офісу	Офісні крісла		26821,00	33527,00
Столи	Обідні столи		38872,00	48591,00
	Письмові столи		21812,00	27265,00
	Журнальні столики	15558,00	19448,00	
Шафи	Шафи	23105,00	28882,00	
Ліжка і комплектуючі	Діжка	MEBLE WOJCIK	23247,00	29059,00
	Шухляди під ліжка		1308,00	1636,00
Комоди	Комоди		22765,00	28457,00
Полиці	Полиці		6389,00	7987,00
Тумби	Тумби		12832,00	16041,00
Дзеркала	Дзеркала настінні		880,00	1100,00

Складено на основі даних із офіційного сайту «Епіцентр» [14]

Із наведених даних бачимо, що продукція імпортного походження зросла в ціні у 2022 році приблизно на 20% у порівнянні із цінами на меблеву продукцію у 2021 році.

Отже, як бачимо, асортимент меблевої продукції у торговій структурі гіпермаркетів «Епіцентр К» є досить широким та представляє продукцію вітчизняного та зарубіжного виробництва. Основними торговельними партнерами – імпортерами меблів у гіпермаркети Епіцентр К є Польща, Італія, Китай, Угорщина, проте переважна частка продукції гіпермаркетів – меблі українського виробництва. Із імпортних меблів польського виробництва у структурі продукції Епіцентр К присутня продукція таких виробників як Forte Meble, Signal, MEBLE WOJCIK. Основу товарних пропозицій від цих виробників складають меблі спальні, вітальні, кухні, передпокою.

Дослідимо динамічний аналіз товарної структури та контрагентів/країн імпорту ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 роках.

На рисунку 1.4 відобразимо обсяги імпорту продукції.

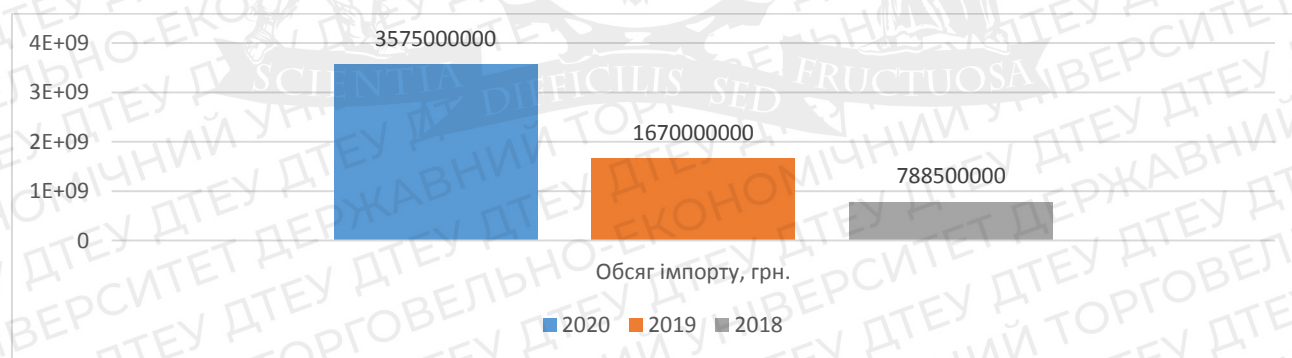


Рис. 1.4. Динаміка обсягів імпорту товарів ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 роках, грн.

Складено автором на основі джерела: [13]

Як бачимо із наведеної інформації обсяг імпорту у період 2018-2020 років характеризувався тим, що в 2019 році зріс вдвічі, а у 2020 році залишився на рівні попереднього року. Це свідчить про стабільність в зовнішньо-економічній діяльності компанії, проте 2020 рік став випробуванням для магазинів з огляду на пандемію коронавірусу, тому, вважаємо показники вартості імпортованої

продукції не підвищились в порівнянні з минулим роком. Тим не менш підприємству вдалось втримати конкурентні позиції тоді, як більшість магазинів постраждали від запроваджених карантинних заходів.

Також варто відзначити, що у досліджуваній період підприємство здійснювало імпортні операції, співпрацюючи із 600 контрагентами у 2020 році, 800 – у 2019 році та 750 – у 2018 році. Таким чином бачимо, що 2019 рік був найактивнішим в контексті співпраці з контрагентами, а в 2020 році їх кількість скоротилась 25% в порівнянні із попереднім роком та на 20% в порівнянні із 2018 роком.

Відзначаємо, що у контексті кількості операцій із контрагентами, підприємством за 2018-2020 роки було здійснено 10500 операцій, тобто по 3500 операцій щорічно протягом досліджуваного періоду.

Спираючись на показники зовнішньо-економічної діяльності підприємства дослідимо географію імпорту у 2020-2018 роках (рис. 1.5).

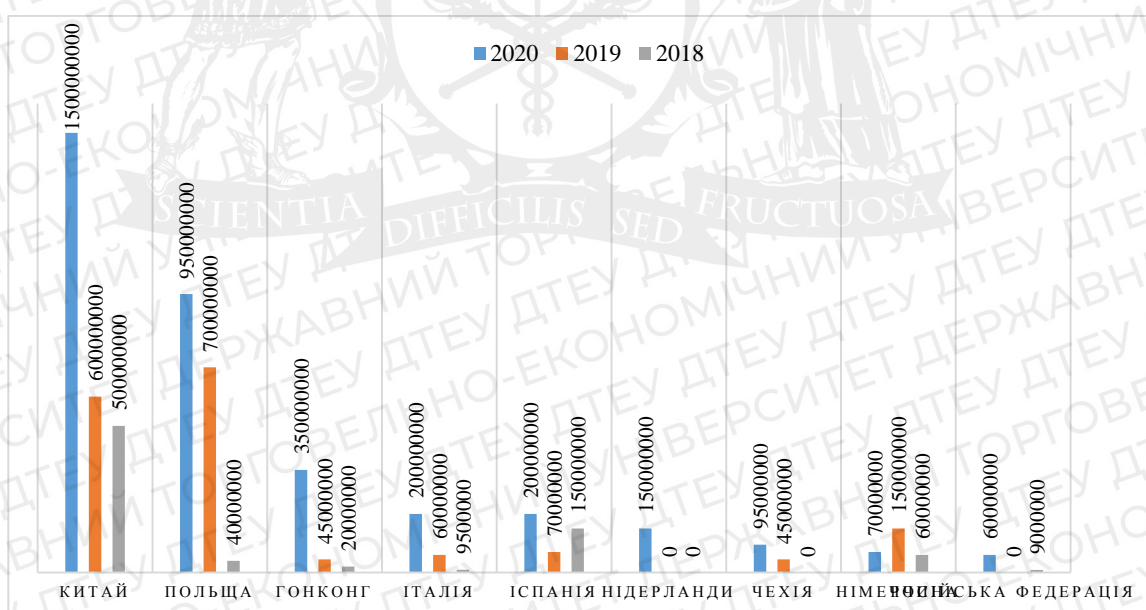


Рис. 1.5. Географія імпорту товарів ТОВ «Епіцентр К» за країнами у 2020-2018 роках, грн.

Джерело: [13]

Зобразимо географію імпорту ТОВ «Епіцентр К» за країнами у 2018-2020 роках у відсотковому вигляді на рис. 1.6.

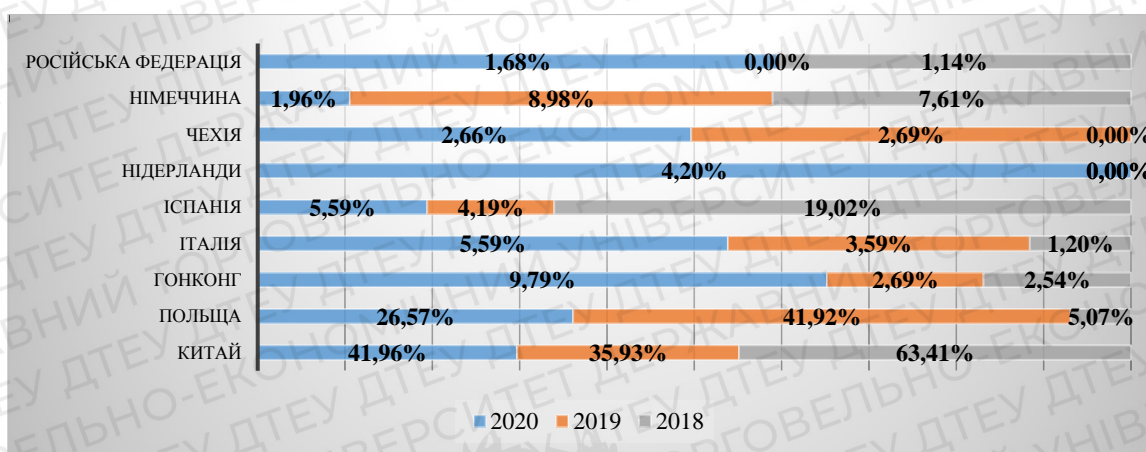


Рис. 1.6. Географія імпорту товарів ТОВ «Епіцентр К» за країнами у 2018-2020 роках, %

Джерело: [13]

Отже, як бачимо, у 2020 році ТОВ «Епіцентр К» починає активно працювати із Китаєм, Польщею, на новий рівень у імпортній діяльності ТОВ виходить Гонконг. Польща виходить на новий рівень співпраці із українською мережею гіпермаркетів, експортуючи до нашої держави широкий перелік товарів та матеріалів, у тому числі і меблі.

Дослідимо детальніше обсяги імпорту, кількість контрагентів та кількість операцій у ЗЕД ТОВ «Епіцентр К» із польськими підприємствами, наводячи аналітичні дані у табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Обсяги імпорту товарів, контрагентів, операцій між ТОВ «Епіцентр К» та польськими підприємствами у 2018-2020 роках

Рік	Імпорт, грн.	Контрагенти, к-сть	Операції, к-сть
2020	950000000	25	850
2019	700000000	20	650
2018	40000000	20	70

Джерело: [13]

Отже, як бачимо, у 2020 році Польща стала одним із основних імпортерів товарів до України, адже у цьому звітному році із 25 польськими підприємствами-контрагентами було проведено 850 операцій на загальну суму імпортованих товарів у 9500000000 грн.

Відобразимо на рис. 1.7 динаміку обсягу імпорту за часткою меблевої продукції у 2018-2020 роках.

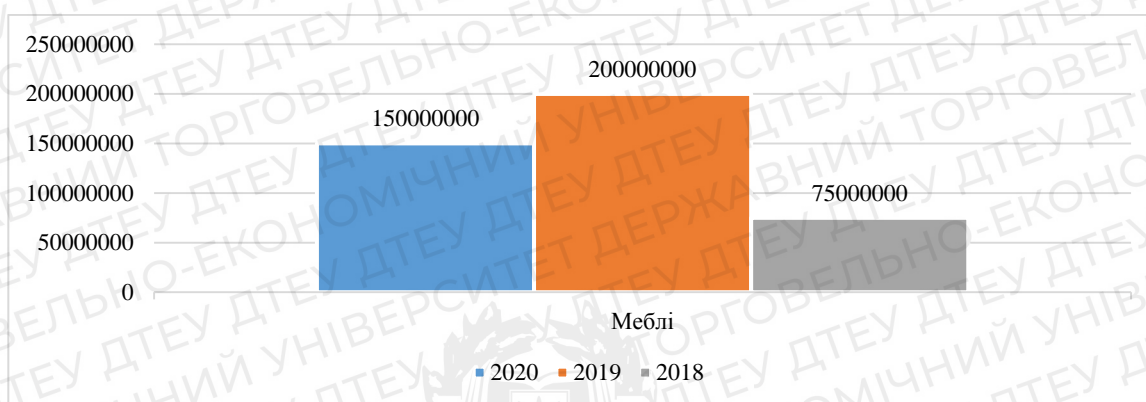


Рис. 1.7. Динаміка обсягу імпорту за часткою меблевої продукції у 2018-2020 роках, грн.

Джерело: [13]

Отже, на підставі відображених на рис. 1.7 даних, відзначимо, що у грошовому еквіваленті обсяг імпортованої меблевої продукції для товарів групи 9401 згідно з УКТЗЕД у 2020 році склав 1500000000 грн, у 2019 – 2000000000 грн., у 2018 – 750000000 грн.

Визначимо на основі отриманої інформації частку меблевої продукції у структурі імпорту, зобразивши інформацію на рис.1.8.

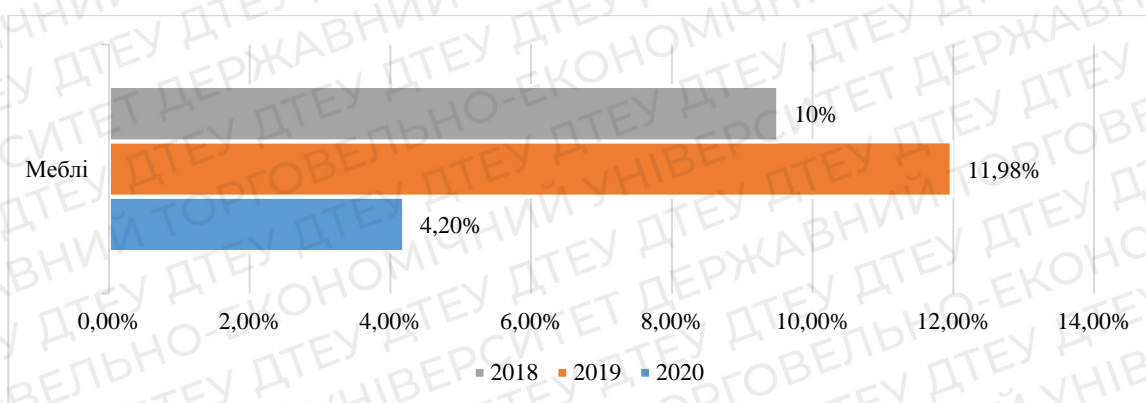


Рис. 1.8. Динаміка обсягу імпорту за часткою меблевої продукції у 2018-2020 роках, %

Джерело: [13]

Як бачимо частка меблів у структурі імпортованих із Польщі товарів складає 4,2% у 2020 році, майже 12% у 2019, та 10% у 2018 році.

Досліджуючи показники, ми відстежили, що хоч і 2020 рік характеризується зниженням частки обсягів імпорту меблів у загальній структурі імпорту, тим не менш цей спад компенсується суттєвим зростанням імпорту меблів у наступні роки, досягаючи 10% у 2022 році [13].

Отже, із здійсненого аналізу видно, що у 2020 році обсяг імпорту продукції залишився на незмінному рівні порівняно із попереднім роком, а в порівнянні із початком аналізованого періоду (2018 рік) демонструє зростання. Кількість контрагентів у порівнянні із минулими роками зменшилась, на що вважаємо, вплинули карантинні обмеження, викликані пандемією коронавірусу. Попри це Польща посідає значне місце у здійсненні імпортних операцій із Україною. Кількість операцій здійснених із польськими контрагентами в 2020 році суттєво зростає, складаючи 850 операцій за звітний рік. Підвищується і кількість самих контрагентів, але 20 із них залишаються незмінними, перевіреними якістю та часом. Обсяги імпортованих із Польщі товарів неухильно зростають, та вважаємо, продовжуватимуть зростати у наступні роки.

На підставі проаналізованих даних спостерігаємо зростання імпорту частки меблевої продукції, кількості польських контрагентів, кількості операцій, що здійснюються із ними. Також спостерігаємо зростання значення Польщі як імпортера меблевої продукції до України. Зважаючи на те, що показники імпорту меблів польських виробників зростає, вважаємо, що відповідаючи усім вимогам за критерієм «ціна-якість» ці вироби задовольняють потреби споживачів, а, отже, приносять значну частку виручки у результаті реалізації. З огляду на це вважаємо, що імпортна діяльність ТОВ «Епіцентр К» є ефективною, проте, потребує перевірки та підтвердження, що досліджуватиметься у наступних розділах наукової роботи.

РОЗДІЛ 2

ОБҀРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ МЕБЛІВ

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку меблів

Світовий ринок меблів – це динамічне середовище, яке давно формувалося і змінювалося протягом тисячоліть. Згадки про широкий вжиток меблів сягає часів єгиптян, адже вони були знавцями і любителями вишуканих меблів. Навряд чи таємниця зовнішнього вигляду єгипетських меблів буде розгадана. Археологи до цих пір припускають, що меблі, як самостійний і необхідний предмет інтер'єру, з'явилася саме в Стародавньому Єгипті. Про це свідчать фрагменти старовинних меблевих шедеврів, знайдені під час розкопок.

Розкопки в Стародавній Греції показали, що культ меблів ігнорувався. Найпоширенішим і важливим видом домашніх меблів була скриня – особливий вид ящика для зберігання речей. Стінки таких скринь покривали різнокольоровими розписами. Крім скринь, в побуті стародавніх греків були дуже поширені столи на трьох підставках у вигляді ніг великих тварин.

Загальні форми давньоримських меблів були витончені й вишукані, але страждали від надлишку декору.

Меблеве мистецтво ранньосередньовічної Європи було надзвичайно простим. Скрині й табурети являли собою пеньки зі стовбурів дерев, а столи робили у вигляді дощок, які лежали на естакадах, але піднімалися досить високо над землею.

Ранньороманський період (період зародження феодального ладу) характеризується тим, що встановити особливості його розвитку досить важко, оскільки багато документів було знищено під час характерних для цього періоду запеклих воєн. Матеріали, що збереглися переважно в храмах і на

цвинтарях, дозволяють відзначити величезний вплив античного мистецтва на меблі того періоду.

Меблі, виготовлені в період готики, мали важкі форми і були незручними. Однак вони відрізнялись від романських меблів тим, що вони більш складні у виготовленні, багаті різьбленням.

У XIX столітті в Європі відбулися великі економічні та політичні зміни на основі промислової революції. Велика кількість меблів, зроблених у цей період, стала безпосередньою причиною бурхливого розвитку великих меблевих компаній.

Великі зміни відбулися і в меблевому виробництві. Найважливіші з них - створення багатьох відомих у наш час верстатів для механічної обробки деревини, винайдення в 1825 році пружин для м'яких меблів, використання сталевих форм і смуг для згинання деревини, використання клеєної фанери, болтів і шурупів для з'єднання деталей меблів і т. д. Для набивання меблів разом з пір'ям використовували трави, розширювалося виробництво різних шпалерних матеріалів.

Все це призвело до серйозних змін у виробництві меблів та дозволило наблизитись йому до сучасного етапу становлення.

Сьогодні роздрібна та зовнішня торгівля меблями є важливою частиною світової економіки. Меблева промисловість включає виробництво, розповсюдження та роздрібну торгівлю житловими та комерційними меблями. Будь то вдома, офіси, школи чи навіть на вулиці, предмети меблів можна побачити майже всюди. Глобальний ринок меблів – це багатомільярдна індустрія, в якій працює велика кількість людей по всьому світу. За даними Statista, США є найбільшим у світі меблевим ринком за обсягом продажів (\$240 млрд), за ними йдуть Китай (\$82 млрд), Німеччина (\$56 млрд), Франція (\$27 млрд) і Велика Британія (\$23 млрд). Станом на 2022 рік на росію припадало 17 мільярдів доларів, на Україну – майже 1 мільярд доларів [46].

Країнами-лідерами у світовому виробництві меблів у світі є США, у європейському регіоні – Італія, Німеччина [46]. Ці ж країни цілком заслуговано

можуть носити звання новаторів у виробництві меблів, адже постійно розвивають та удосконалюють своє виробництво. Інновації у виробничих процесах меблевої промисловості зосереджені зазвичай або на підвищенні конкурентоспроможності вироблюваної продукції та зниженні виробничих витрат, або на глибшій спеціалізації з точки зору якості та варіативності продукції. Проте сьогодні виробництво меблів є тією сферою, яка має перспективи у інноваційному оновленні – досягненні інноваційного дизайну меблів, підвищення якості виробництва, тощо.

За даними Statista, у 2020 році світовий ринок меблів оцінювався в 510 мільярдів доларів США. Прогнозується, що ринок меблів зростатиме щорічно та досягне прогнозованої вартості майже 651 мільярда доларів до 2027 року. Однак ця тенденція може змінитися через наслідки російського вторгнення в Україну [46].

Зважаючи на показники, які публікуються сервісом Statista, провідними експортерами меблів є Китай, Італія, Німеччина, Польща, В'єтнам, Мексика, США, Чехія, Канада, Туреччина, а найбільшими імпортерами меблевої продукції є США, Німеччина, Великобританія, Франція, Канада, Нідерланди, Австралія, Швейцарія, Іспанія та Японія [46].

На світовому меблевому ринку, коли йдеться про привабливі та розкішні меблі, Італія затвердила себе лідером. Країна, як відомо, постачає меблі світового класу по всьому світу. Однак за останні три роки ринок меблів Італії зіткнувся з низкою проблем із закупівлею сировини та не відставав від зростання цін на сировину, послаблення попиту.

Останнім часом у меблевій промисловості США також відбуваються серйозні зміни. Це стосується збільшення кількості людей, які вирішують купувати меблі в Інтернеті, а також зумовлене зростанням популярності натуральних матеріалів.

Після Італії Польща є великим виробником і експортером меблів. Це пов'язано з тим, що польські меблі якісні, доступні за ціною та легко складаються. Крім того, в країні є кваліфікована робоча сила, яка може швидко

зібрати меблі для експорту. По суті, у 2017 році Польща була найбільшим експортером меблів у світі. Разом із тим це допомогло зробити Польщу однією з найбагатших країн Європи [43].

Постійне зростання ринку меблів у світі можна пояснити багатьма факторами, які прямо чи опосередковано впливають на ринок споживання меблів:

- збільшення населення;
- економічне зростання будівельної галузі та ринку нерухомості, які відновилися після світової кризи 2008 року;
- зменшення витрат на пасажирські перевезення, що сприяє розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства;
- збільшення державних інвестицій у розвиток інфраструктури, що стимулює попит у житловому та комерційному секторах, тим самим збільшуючи попит на меблеву продукцію.

Оцінка світового ринку є складним процесом, який формує тренд, потенціал і політику розвитку кожного регіону. Дослідимо товарну структуру зовнішньої торгівлі у 2020-2022.

Таблиця 2.1

Світовий аналіз товарної структури зовнішньої торгівлі меблями в 2020-2022 (за 9 місяців 2022 року) роках

Меблі	Експорт			Імпорт		
	тис. дол. США	у % до 9 місяців 2021	у % до загальног о обсягу	тис. дол. США	у % до 9 місяців 2021	у % до загальног о обсягу
2020	749977,4	111,2	1,5	428968,8	115,0	0,8
2021	1046827,4	139,6	1,5	583176,9	135,9	0,8
2022	610618,4	79,6	1,8	222135,4	56,5	0,6

Складено автором на основі джерела: [11]

Відповідно до отриманих даних, бачимо, що частка імпорту меблів у період 2020-2021 років є стабільною та не зазнає істотних коливань. Оскільки ми аналізуємо лише інформацію за 9 місяців 2022 року, то зважаємо на те, що

зменшення показника пояснюється незавершеним звітним роком. Прогнозуємо, що у 2022 році частка імпорту меблів досягне значення попередніх років, а можливо й перевищить його.

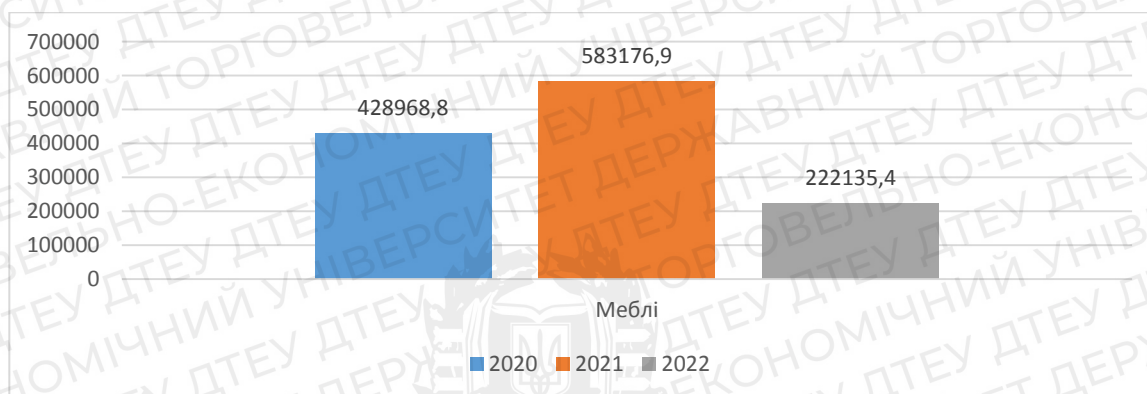


Рис. 2.1. Динаміка обсягу імпорту меблів в загальному імпорті у 2020-2022¹ роках, тис. дол. США

*¹ – за 9 місяців року

Складено автором на основі джерела: [11]

Однією з причин, що вплинули на рівень імпорту, є складна економічна ситуація в країні, яка спонукала виробників змінити географію країн-імпортерів українських меблів та збільшити експортні потоки до країн ЄС.

Ціни на меблі постійно коливаються, постійно зростаючи. Це викликають нестабільні ціни на сировину: дерево, ДСП, метал і фурнітуру, у 2021 році призвели до подорожчання меблів на 28%. Ціни на них не стабілізувалися й досі. В результаті економічної кризи в країні з відповідним зростанням курсу долара США та євро ціни на меблі значно зросли і продовжують зростати. Подорожчання меблів з Італії, Польщі, Малайзії чи Китаю є логічною реакцією на підвищення курсу валют. Імпорт меблів з Європи оплачується в євро, що також спричиняє зростання цін [7].

Через світовий дефіцит і зростання цін на сировину в поєднанні з надмірним зростанням витрат на міжнародне транспортування ціни на меблі, імпортовані з-за кордону зростають. Ці проблеми є симптомом глобальної кризи ланцюга поставок, причиною якої в основному є нестача робочої сили та

пандемія Covid-19. Тим не менш, навіть не зважаючи на це, імпорتنі меблі залишаються привабливими для українського споживача.

Як пандемія коронавірусу, а також глобальні процеси, що відбуваються в світі вплинули на ріст рівня цін на такі групи товарів: меблева продукція, побутова техніка, товари для поточного ремонту будинків. Зокрема це відображається у показниках гармонізованого індексу споживчих цін для означених груп товарів у період 2019-2022 років для 19 країн, що входять до Євросони, як свідчать статистичні дані Євростату [44]. Динаміку гармонізованого індексу споживчих цін відображено на рис. 2.2.

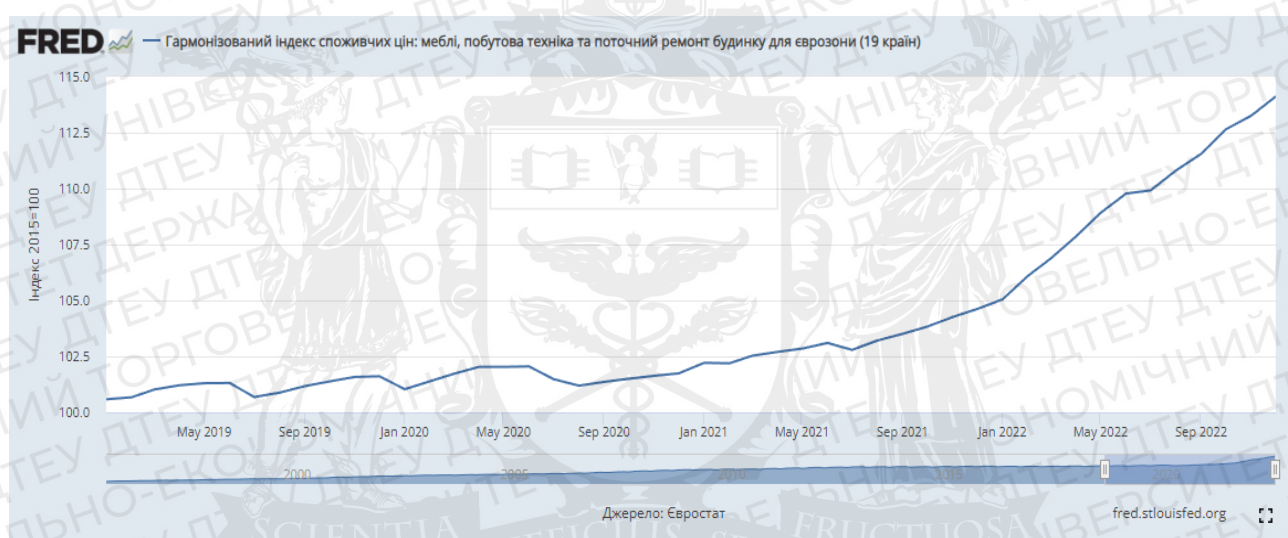


Рис. 2.2. Динаміка гармонізованого індексу споживчих цін для Євросони (19 країн) у 2019-2022 роках

Джерело: [44]

Аналізуючи ціни на меблі у країнах ЄС за даними Євростату, бачимо, що серед країн-членів ЄС Люксембург демонструє найвищий рівень цін на меблі, а Туреччина – найнижчий. Таким чином індекс цін на меблі у 2021 році в Люксембурзі складає 129,9, а у Туреччині – 46,5. При цьому Польща посідає 8 місце серед країн із найнижчими цінами на меблеву продукцію із індексом 78,6 [45].

Проаналізуємо показники імпорту меблів за країнами-партнерами ЗЕД у 2019-2021 роках.

Таблиця 2.2

Показники імпорту меблів за країнами-партнерами ЗЕД у 2019-2021 роках, тис. дол. США

Назва країни	2019		2020		2021		Абс. приріст, +/-		Відн. приріст, %	
	Кількість, кг	тис. дол. США	Кількість, кг	тис. дол. США	Кількість, кг	тис. дол. США	2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
							тис. дол. США		тис. дол. США	
КИТАЙ	127363 96,0	4833 5,9	753191 6,1	2879 9,7	1851839 7,1	81903, 4	-19536, 2	53103, 7	-40,42	184,39
ІТАЛІЯ	113937 3,7	6258, 1	542047 ,6	2760, 8	1506593, 3	9338,6	-3497,3	6577,8	-55,88	238,26
ПОЛЬЩА	125095 6,9	6637, 8	703031 ,9	3601, 8	1335986, 3	6944,6	-3036	3342,8	-45,74	92,81
ТУРЕЧЧИ НА	479776, 6	3073, 3	258012 ,1	1215, 6	1276098, 5	5640,6	-1857,7	4425	-60,45	364,02
ДАНІЯ	415674, 1	9994, 3	244251 ,1	5396, 2	624023,7	16014, 8	-4598,1	10618, 6	-46,01	196,78
В'ЄТНАМ	419260, 6	1714, 2	434034 ,6	1739, 7	597752,4	2371,0	25,5	631,3	1,49	36,29
РУМУНІЯ	119859, 6	747,1	92385, 2	912,1	438317,1	2766,5	165	1854,4	22,09	203,31
НІМЕЧЧИ НА	367393, 2	3061, 6	657860 ,0	4171, 1	417353,0	4216,9	1109,5	45,8	36,24	1,10
ЧЕХІЯ	72995,0	768,7	43922, 8	354,3	190714,7	1032,4	-414,4	678,1	-53,91	191,39
ЛИТВА	204264, 5	1998, 9	78414, 1	692,6	172808,7	1640,3	-1306,3	947,7	-65,35	136,83
УГОРЩИ НА	124371, 4	562,1	61763, 7	266,5	140267,9	742,2	-295,6	475,7	-52,59	178,50
США	100789, 1	1040, 6	45284, 0	748,2	122476,9	1619,6	-292,4	871,4	-28,10	116,47
МАЛАЙЗІ Я	229699, 4	958,1	56702, 0	206,5	120097,1	518,3	-751,6	311,8	-78,45	150,99
НІДЕРЛА НДИ	144909, 0	479,0	64024, 0	209,9	118185,1	513,0	-269,1	303,1	-56,18	144,40
ІСПАНІЯ	12651,8	231,2	33810, 9	231,3	105634,3	1179,3	0,1	948	0,04	409,86
Всього (за наведеними країнами)	178183 71	8586 0,9	108474 60	5130 6,3	2568470 6,0	136441 ,5	-697091 0,8	85135, 2	-40,24	165,94
Всього (за наведеними європейськими країнами)	385244 9,2	3073 8,8	252151 1,3	1859 6,6	5049884, 1	44388, 6	-133093 7,9	25792	-39,50	138,69

Складено автором на основі джерела: [11]

Отже, як бачимо, показники імпорту меблів за країнами-партнерами ЗЕД у 2020 характеризуються зниженням, про що свідчить від'ємний приріст імпорту меблів за країнами. У 2021 році по відношенні до 2020 року ці цифри зростають та показують позитивну динаміку, що означає – імпорт підвищується, попит на меблі імпортного виробництва зростає, купівельна активність та спроможність підвищується. Обґрунтувати цю думку допомагає інформація Державної митної служби України та інформація опублікована на порталі «Дія», яка засвідчує, що основними трендами ринку меблів станом на 2022 рік є:

1. Робота з дому, фріланс, віддалена робота, дистанційне навчання, адже вони спонукають споживачів обладнати своє помешкання зручними меблями для домашнього офісу. Саме тому спостерігається значний стрибок попиту на меблі для домашнього офісу та товари для дому.
2. Нові безпечні офіси, які створюються та оновлюються у багатьох країнах світу, перебуваючи на своєму піку у 2020 році через пандемію коронавірусу.
3. Розширення простору, що також впливає на трансформацію розташування та функціонування офісних меблів.
4. Відхід від великих відкритих просторів, тобто опен-спейси стають не актуальними, а співробітники почувають себе комфортніше, коли мають окреме хоч і невелике приміщення.
5. Онлайн продажі. Тимчасове закриття магазинів під час карантинних заходів призвело до стрибку продажів онлайн, вимагаючи від брендів та роздрібних мереж створення зручних онлайн-платформ та зручних складів та приміщень для зберігання продукції і оформлення замовлень.
6. Віртуальні візити до меблевих салонів та магазинів з можливістю переглянути товар у 3D моделі.
7. Доповнена реальність, яка дозволяє подивитись як виглядатиме кімната з бажаними чи придбаними меблями.

Вищенаведені тренди є узагальненим баченням напрямку розвитку меблевої промисловості, а також зміни споживацької поведінки [38].

Завдяки зростанню світового населення та зростанню середнього класу в більшості регіонів світу попит на меблі зростає, що сприяє подальшому зростанню певного сегменту ринку. Відтак, ключові гравці зосереджуються на способах залучення більшої кількості клієнтів шляхом оптимізації своєї продукції відповідно до смаків і вподобань споживачів, що, як очікується, вплине на продажі меблів у наступні роки, запускають свої ексклюзивні онлайн-платформи, а деякі також уклали партнерські відносини з каналами електронної комерції, щоб зміцнити свої дистриб'юторські мережі, що, ймовірно, сприятиме зростанню меблевого ринку в світі та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, зокрема [42].

На меблеву промисловість значною мірою впливають економічні фактори, такі як коливання цін на товари та імпорتنі товари. Крім того, на меблеву промисловість впливають соціальні тенденції, такі як зміна споживчих уподобань. Наприклад, однією з найбільших змін за останні роки стало зростання інтересу до екологічно чистих меблів. Зараз багато людей шукають меблі, які можна переробити або використати повторно. Імовірно, що ця тенденція збережеться, оскільки все більше і більше людей стають екологічно обізнаними та починають уникати пластикових меблів [43].

Проаналізуємо показники експорту меблів за країнами-партнерами ЗЕД у 2019-2021 роках.

Таблиця 2.3

Показники експорту меблів за країнами-партнерами ЗЕД у 2019-2021 роках, тис. дол. США

Назва країни	2019		2020		2021		Абс. приріст, +/- тис. дол. США		Відн. приріст, %	
	Кількість, кг	тис. дол. США	Кількість, кг	тис. дол. США	Кількість, кг	тис. дол. США	2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
КИТАЙ	1551,0	8,7	244,0	0,6	633,0	42,0	-8,1	41,4	-93,10	6900,00
ІТАЛІЯ	463295,5	894,5	255910,6	557,3	425623,9	1096,8	-337,2	539,5	-37,70	96,81

ПОЛЬЩА	1550379 3,1	168444 ,9	856713 4,1	110890 ,0	2538984 3,7	229072 ,9	-57554,9	118182, 9	-34,17	106,58
--------	----------------	--------------	---------------	--------------	----------------	--------------	----------	--------------	--------	--------

Продовження таблиці 2.3

ТУРЕЧЧИН А	24026,7	50,6	4267,6	17,6	4574,8	24,8	-33	7,2	-65,22	40,91
ДАНІЯ	4579535, 7	23952, 3	281713 8,0	16606, 1	8483428, 7	44076, 2	-7346,2	27470,1	-30,67	165,42
В'ЄТНАМ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
РУМУНІЯ	1805924, 8	4477,3	140538 8,4	4158,7	3401833, 8	10593, 2	-318,6	6434,5	-7,12	154,72
НІМЕЧЧИН А	9744586, 4	21941, 8	731032 9,4	16475, 2	1281271 7,5	33587, 8	-5466,6	17112,6	-24,91	103,87
ЧЕХІЯ	941993,1	2026,9	746113, 5	1775,8	1333364, 5	3452,5	-251,1	1676,7	-12,39	94,42
ЛИТВА	2571634, 1	6594,9	156352 0,9	4454,8	2374033, 1	8108,7	-2140,1	3653,9	-32,45	82,02
УГОРСЧИН А	258063,1	545,0	299407, 7	1045,5	575993,6	2573,8	500,5	1528,3	91,83	146,18
США	157116,5	1518,0	79065,9	388,8	395235,7	1846,3	-1129,2	1457,5	-74,39	374,87
МАЛАЙЗІЯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
НІДЕРЛАН ДИ	2100424, 9	5144,7	128912 4,2	3158,8	2275301, 5	6184,5	-1985,9	3025,7	-38,60	95,79
ІСПАНІЯ	405054,1	3137,5	269466, 7	1560,0	441009,8	2872,4	-1577,5	1312,4	-50,28	84,13
Всього (за наведеними країнами)	3855699 9	238737 ,1	246071 11	161089 ,2	5791359 3,6	343531 ,9	- 77647,9 0	182442, 70	-32,52	1,40
Всього (за наведеними європейськи ми країнами)	3837430 4,8	237159 ,8	245235 33,5	160682 ,2	5751772 5	341643 ,6	- 76477,6 0	180961, 40	-32,25	1,39

Складено автором на основі джерела: [11]

Як бачимо, за наведеними даними, у 2020 році, в порівнянні із доковідним 2019 роком, показники експорту меблів з України до інших країн суттєво знижуються, характеризуючись від'ємним сальдом зовнішньої торгівлі із усіма наведеними в таблиці країнами. В 2021 році ця динаміка змінюється значним стрибком у рості показників експорту, які в декілька разів перевищують цифри попереднього не дуже економічно ефективного 2020 року. Це свідчить про те, що меблева промисловість та торгівля меблями у частині ЗЕД в 2021 році трансформується, переорієнтовується та виходить на ринок із

новими пропозиціями, здатними забезпечити вимоги споживача та попиту на конкретні види меблів.

2.2. Дослідження ринку меблів України

Виробництво меблів сьогодні – галузь, що розвивається, яка поступово виходить на європейський рівень якості та дизайну. Сьогодні ринок українських меблів оцінюється у понад 350 мільйонів доларів. Також варто відзначити, що український ринок меблів не позбавлений тіньової продукції, орієнтованої на середній і дешевий сегмент.

Виробництвом меблів в Україні займається понад 5000 меблевих підприємств. Серед них: великі меблеві фабрики, що випускають меблі серійно, середні компанії, що працюють за індивідуальними замовленнями, і малі, з яких близько 35% - це мікропідприємства [26].

На сьогоднішній день ринок меблів в Україні має своїх лідерів (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Ключові гравці українського ринку меблів

Значну частку ринку займають такі компанії, як Енран, MERX, Стерх, ЛІВС, Гербор, Кухні України, Екмі-мебель та інші. Компанії, які продають

свою продукцію не лише на українському ринку, а й за її межами, мають конкурентну перевагу.

Структура українського виробництва меблів має такий вигляд (рис. 2.3).

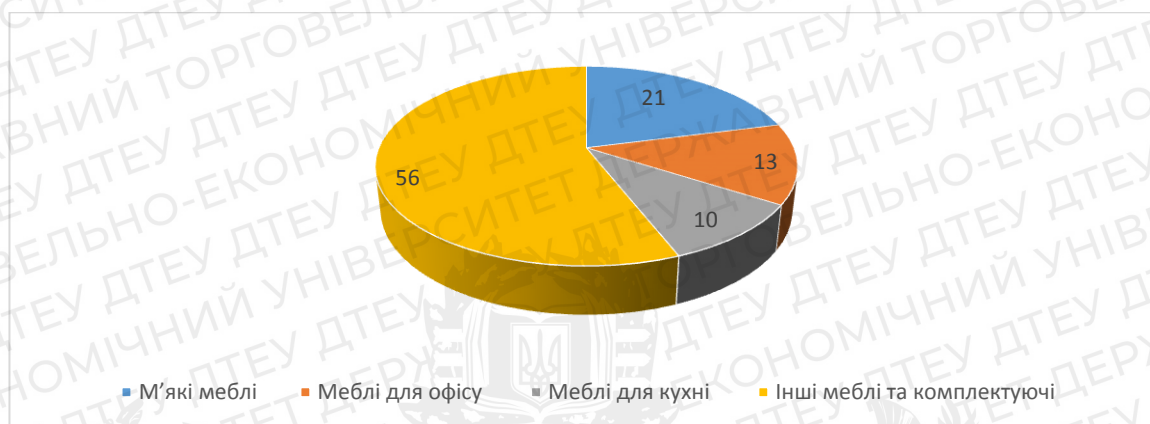


Рис. 2.3. Структура українського виробництва меблів у 2022 році

Попит на якісні та відносно дешеві українські меблі набирає обертів як в Україні, так і в Європі. З масовим використанням інтернет-ресурсів ринок меблів перемістився в онлайн-простір. Найпопулярнішими інтернет-магазинами меблів в Україні є: «Вишукані меблі», «Мебеліс», «Дубок», «Софіно», «Мебелок», «Табуретка» та інші.

Згідно з даними Держстату з 2019 по 2021 рік, динаміка виробництва меблів в Україні є нестабільною. З 2019 року фізичний обсяг продажів меблів мав тенденцію до зниження, а грошовий – зріс. Що в першу чергу викликано ціновим фактором (табл.2.4).

Таблиця 2.4

Кількість виробленої промислової продукції – меблів (валове виробництво) за номенклатурними позиціями

Найменування продукції за Номенклатурою продукції промисловості, одиниця вимірювання	Кількість виробленої промислової продукції (валове виробництво) за		
	2019	2020	2021
Меблі для сидіння жорсткі з металевим каркасом (крім обертових, медичних, хірургічних, стоматологічних або ветеринарних, перукарських тощо), шт.	4244 77	292000	316076
Меблі для сидіння м'які з дерев'яним каркасом (включаючи гарнітури меблеві з дивану та двох крісел; крім обертових), шт.	2034 4	4841	626564
Меблі для офісів дерев'яні, шт.	1366 51	142787	459745

Меблі кухонні, шт.	304	430	1706
Меблі для їдальнь та вітальнь дерев'яні (крім дзеркал, призначених для встановлення на підлозі, сидінь), шт.	1643	1194	2923

Складено автором на основі даних джерела: [35]

Оскільки виробництво меблів тісно пов'язане з ринком переробки та виготовлення продукції з деревини, вважаємо за необхідне проаналізувати ряд питань, пов'язаних із лісовим господарством та лісозаготівлями.

Серед головних проблем деревообробної галузі аналітики відзначають зниження заготівлі лісу в Україні та зростання цін на основні породи деревної сировини.

Карантин разом із падінням купівельної спроможності негативно впливає на лісову галузь загалом. Поширення пандемії Covid-19 призвело до суттєвого зниження попиту на товари лісогосподарських підприємств і, відповідно, нестачі обігових коштів та зростання дебіторської заборгованості. Ці фактори мають найбільший вплив на компанії лісового сектору, незалежно від розміру компанії та галузевої приналежності.

Враховуючи це на нашу думку, державне сприяння розвитку лісового господарства призведе не тільки до покращення виробництва меблів, а й сприятиме частковому вирішенню проблеми зайнятості в лісовому господарстві.

Не менш важливу роль у розвитку меблевого ринку України відіграє ринок нерухомості. Згідно з даними Державної служби статистики України, в Україні у 2021 році порівняно з 2020 роком показник введення в експлуатацію житлових будинків зріс. Введення в експлуатацію житла в Україні за підсумками січня-червня 2021 року збільшилося на 29,5% порівняно з аналогічним періодом 2020 року – до 4 млн 797,2 тис. кв. м, повідомила Державна служба статистики [8].

Існує пряма залежність між зростанням нерухомості та виробництвом меблів. На цьому фоні можна очікувати зростання попиту на меблі для дому та офісу.

Виділимо кілька помітних тенденцій розвитку українського меблевого ринку:

- розвиток сегменту домашніх меблів,
- поява мультибрендових гіпермаркетів меблів, де споживач може побачити товар декількох виробників;
- онлайн-продаж. На сьогодні його використовують всі гравці меблевого ринку. Українці все частіше купують товари в інтернеті, і меблі – не виняток [39].

Перед війною українська меблева промисловість продемонструвала свою глобальну конкурентоспроможність і невпинно нарощувала свій експортний потенціал. Меблева промисловість інтегрована в експортну стратегію країни, що, серед іншого, дозволило виробникам меблів брати участь в урядових торгових місіях. За даними Асоціації меблевиків України (УАМУ), на яку припадає 60% меблевої промисловості України, експорт меблів у 2021 році досяг \$1,05 млрд, що на 40% більше, ніж у 2020 році. За останні 6 років меблева промисловість в Україні показали тенденцію до зростання. Це призвело до формування меблевого кластеру серед великих вітчизняних та іноземних меблевих компаній, що працюють в Україні [25].

У січні та лютому цього року українська меблева промисловість зросла та експортувала на 7% більше, ніж у ті ж місяці минулого року. Це відображало стійку тенденцію щорічного зростання експорту на 17% протягом останніх 5 років. Українська меблева промисловість, яка включає понад 10 000 малих і середніх підприємств (МСП) і понад 100 000 працівників, безпосередньо постраждала від російського вторгнення. Наслідки – зупинка виробництва, збої в логістиці, дефіцит сировини та втрата виробничих потужностей, особливо в Гостомелі, Ірпіні, Чернігові, Харкові та Сумах [25].

Однією з найважливіших змін для меблевих компаній стали зміни в постачанні фанери. Близько 65% фанери, поставленої у 2021 році, надійшло з Білорусі, яка є союзником РФ у цій війні. Через відмову України купувати в Білорусі виробники меблів збільшили імпорт фанери з Латвії, Естонії, Польщі та інших країн. Білорусь також була постачальником паперу для виробництва

ДСП, МДФ, дуба та деяких хімічних речовин. Зараз ці матеріали надходять з Румунії, Польщі, Австрії, Туреччини та інших країн [25].

Крім того, модернізоване виробництво меблів в Україні не залежить від великої частки ручної праці, а відхід від виробництва для внутрішнього ринку дозволив деяким працівникам МСП знайти роботу на великих фабриках.

Незважаючи на те, що виробники меблів припинили експорт до Росії та Білорусі, вони все ще експортують у 120 країн. З часткою понад 34% Польща є найбільшим партнером країни з експорту меблів, за нею йде Німеччина з близько 16%. За даними ІТС, ринки з найбільшим потенціалом для експорту продукції деревини з України – Німеччина, США та Польща. Сполучені Штати мають найбільшу абсолютну різницю у вартості між потенційним і фактичним експортом, залишаючи можливість для додаткового експорту на 32 мільйони доларів США [25].

Таблиця 2.5

Обсяги експорту - імпорту деревини і виробів з деревини у 2021 році

Назва товарів	Розділ та код УКТ ЗЕД	Експорт			Імпорт		
		млн. дол. США	У % до 2020	% до загального обсягу	млн. дол. США	У % до 2020	% до загального обсягу
Усього		68089,3	138,4	100,0	72816,8	134,0	100,0
Деревина і вироби з деревини	IX	2006,2	142,1	2,9	442,1	140,1	0,6

Складено автором на основі джерела: [16]

У 2022 р. експорт товарів становив 2006,2 млн. дол. США, або 142,1% порівняно із 2021 р., імпорт – 442,1 млн. дол., або 140,1%. Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 0,83, що на 0,11% менше в порівнянні із попереднім роком.

Представимо загальну географічну структуру імпорту меблів групи товарів згідно з УКТЗЕД 94, до якої відносяться меблі, в Україну (рис. 2.4).

Загалом географічна структура імпорту в Україну інших меблів та їх частин у поточному році порівняно з відповідним минулим роком залишається незмінною. Попри це у 2022 році Україна припиняє ЗЕД із більшістю компаній,

які є російськими виробниками, а також не співпрацює з підприємствами, що підтримують країну-агресора, зокрема, білоруськими. Тому частка імпорту із цієї країни неухильно знижується.

Загальна географічна структура імпорту меблів групи 94



Рис. 2.4. Загальна географічна структура імпорту меблів групи 94

Проаналізуємо дані, що стосуються частки країн у імпорті меблів до України. Відтак, бачимо, що найбільш вагомими постачальниками є такі країни, як:

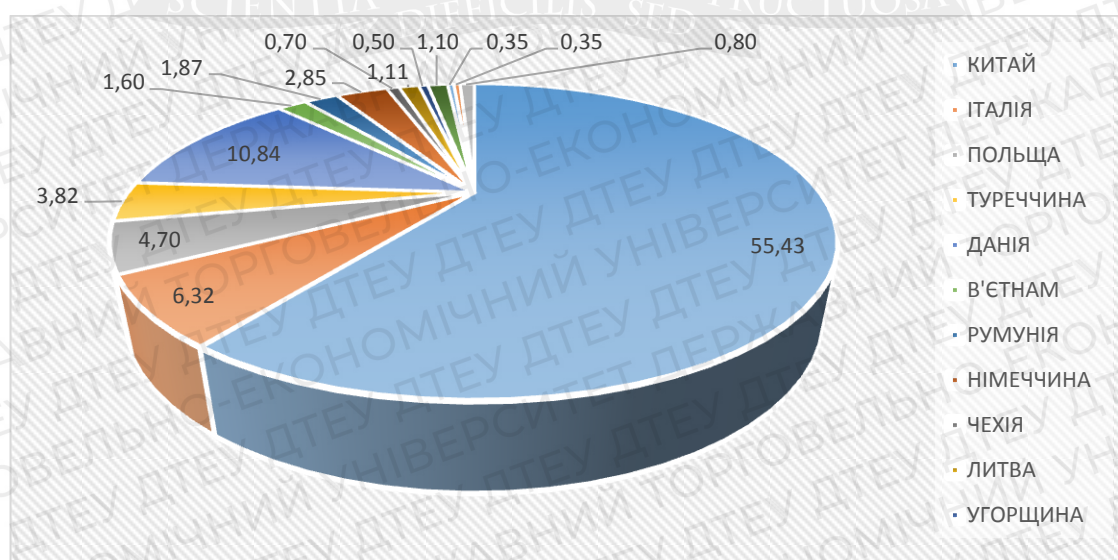


Рис. 2.5. Частка країн-лідерів із постачання меблів до України у 2021 році

Оскільки предметом нашого аналізу є меблі, які постачаються у гіпермаркети Епіцентр К із Польщі, виділимо її частку у імпорті меблів до України. Аналізуючи дані наведені на рис. 1.7., бачимо, що у загальному обсязі імпортованих товарів, який у 2021 році складає 147758,2 тис. дол. США (27673665,2 кг меблів).

Досліджуючи частку Польщі, у структурі європейських країн-лідерів за імпортом меблів, серед наведених у таблиці 1.5, бачимо, що Польща має досить вагоме значення у імпорті меблів до гіпермаркетів України, складаючи 15,6% серед ТОП-10 країн за імпортом меблів у Європі (друге місце після Італії).

Отже, як бачимо, основні тенденції розвитку світового ринку меблів у 2022 році зазнають змін. Частка країн-лідерів із постачання меблів до України є динамічною, змінюється під впливом багатьох факторів.

Виробники меблів не просто навмання називають свою ціну. Вони заздалегідь враховують усі фактори, пов'язані з виробництвом високоякісної продукції. Зокрема, базуючи вартість меблів на якості матеріалу та кількості роботи, яка йде на виготовлення кожного індивідуального предмета. Ціна меблів залежить від виду виробу, його дизайну, розміру, якості основних і облицювальних матеріалів, оздоблення, категорії м'якості елементів меблів.

Ціна на меблі в першу чергу залежить від собівартості виробу. Деякі виробники меблів використовують якісні комплектуючі, інші – дешеві. Різні виробники витрачають різну кількість людино-годин на виготовлення продукції. Відповідно, якість сильно відрізняється у різних виробників. Чим більше часу витратили на виготовлення меблів тим вища їх ціна. Але іноді навіть невелика різниця в якості роботи між виробниками дуже чітко помітна неозброєним оком на кінцевому продукті. Тому можна зробити висновок: не тільки якісні матеріали, з яких виготовлені меблі, впливають на їх ціноутворення, а й якісна робота виробника.

Війна в Україні призвела до стрімкого зростання світових цін на меблі після того, як Лісова наглядова рада (FSC) призупинила всі дозволи на торгівлю в росії та білорусі на знак протесту проти російського вторгнення. Це

заблокувало всі контрольовані джерела деревини з обох країн, що змусило компанії шукати альтернативи та підвищувати ціни. Нинішня ситуація також ускладнюється високою вартістю палива та робочої сили. Національна торгова асоціація British Furniture Manufacturers (BDM) повідомляє, що ціни швидко зростають на різноманітні матеріали, які використовуються у виробництві меблів, включаючи листяні породи деревини, такі як береза, бук і дуб, а також тканини, пінопласт, волокно, сталь, МДФ плити, фанера та ОСБ плити [41].

Вищі ціни на меблі вже впливають на вартість життя у Великобританії. У квітні 2022 року інфляція досягла 9%, найвищого рівня за три десятиліття, а ціни на меблі зросли на 17%. Втручання в Україну посилює тиск на британських меблівників, які постачають деревину з рф [25].

Меблева промисловість Польщі (14,2 мільярда доларів експорту в 2021 році), залежна від України щодо людських і природних ресурсів, зараз оцінює, наскільки значним може бути вплив війни. Меблеві фабрики в Польщі в останні роки зробили ставку на працівників з України. За оцінками експертів, із 200 тис. людей, які працюють у меблевій промисловості Польщі, принаймні 10%, або 20 тис., є громадянами України. Але оскільки чоловікам віком від 18 до 60 років більше не дозволяється залишати Україну, а майже половина українських заробітчан повернулася додому, продажі в меблевій промисловості Польщі зросли. Крім нестачі робочої сили, польські виробники меблів очікують, що це вплине на постійні витрати, зокрема через зростання цін на енергоносії в поєднанні з обмеженими запасами деревини [25].

Іншим фактором, що впливає на ціноутворення меблів, є те, як різні меблеві магазини продають їх. Деякі вважають, що продати невелику кількість меблів за високою ціною краще, ніж продати багато меблів за низькою ціною. Інші власники магазинів меблів дотримуються політики заробляти гроші на обсягах продажів. Це можливо, якщо виставити невелику націнку, але отримати додатковий прибуток за рахунок великої кількості проданих меблів.

Ще одним важливим фактором ціноутворення на меблі є вартість оренди роздрібного магазину. Іноді апетити власників орендованої під меблевої

магазин нерухомості настільки великі, що дешево продати меблі в магазині неможливо.

Ціна меблів залежить від обраної категорії матеріалів, із яких вони виготовляються. Причому ціни на матеріали відрізняються в залежності від якості.

Дуже часто, купуючи меблі, доводиться платити занадто багато за крутий бренд, не отримуючи кращої якості за ці гроші. Ще одна важлива деталь у ціноутворенні імпортованих меблів – дорога доставка та їх розмитнення.

Сучасні процеси глобалізації та регіоналізації світової економіки, які є з одного боку суперечливими, а з іншого – значною мірою взаємопов'язаними, призводять до суттєвих змін у системі регулювання міжнародних торговельних відносин. В останні роки спостерігається тенденція до посилення економічного співробітництва між Україною та ЄС. Про це свідчить динаміка зовнішньоекономічної діяльності. Зростає обсяг імпорту європейських товарів в Україну, тому постає необхідність регулювання зовнішньої торгівлі.

Зовнішня торгівля регулюється, в тому числі, за допомогою економічних і технічних заходів оперативного регулювання, які умовно можна поділити на:

– тарифні – складаються на основі застосування Митного тарифу України, затвердженого Законом України «Про Митний тариф України» [32], а також спеціальних видів мита, передбачених Законами України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» [30], «Про захист національних товаровиробників від субсидованого імпорту» [31] та «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» [29];

– нетарифні – автоматичне або неавтоматичне ліцензування, тарифні квоти, субсидії, повне або часткове ембарго, національні та міждержавні технічні регламенти, стандарти або процедури для підтвердження відповідності, тимчасовий депозитний режим імпорту, терміни розрахунків за іноземними активами, операції в іноземній валюті і т.д.

Тарифні методи за своєю суттю є економічними і діють через ринковий механізм. Вони спрямовані на підтримку вітчизняного товаровиробника

шляхом запровадження механізмів здешевлення експорту та подорожчання імпорту, а також впливу на фінансові результати зовнішньоекономічної діяльності України та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності [22].

Тарифний метод регулювання торгівлі полягає в стягненні тарифів на товари при їх імпорті або, рідше, при експорті з країни. В Україні справляються ввізне та вивізне мито, сезонні та спеціальні види мита. Спеціальними видами мита є спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне та додаткове імпортне мито.

Імпорт меблів супроводжується стягненням ввізного мита, яке являє собою податок на переміщення товарів через митний кордон України та складає 0% за пільговою ставкою і 2% за повною ставкою. Товари, що ввозяться в Україну згідно з міжурядовою угодою України з державами ЄАВТ оподатковуються ввізним митом за зменшеними ставками – 0% із 01.01.2023 року. Також застосовується зменшення ставок ввізного мита із країн ЄС, Канади, Ізраїлю, Британії – 0% на період з 01.01.2023 до 31.12.2023 року [12].

Податок на додану вартість – непрямий податок, який нараховується та сплачується відповідно до норм розділу V Податкового кодексу України при ввезенні меблів на митну територію України. Базою оподаткування є договірна (контрактна) вартість, але не менша митної вартості цих товарів, з урахуванням мита та акцизного податку, що підлягають сплаті, за винятком податку на додану вартість, що включаються до ціни товарів згідно із законом. Ставка податку на додану вартість відповідно до Податкового кодексу України складає 20% [28].

Нетарифне регулювання – це комплекс заборонних і обмежувальних заходів, які прямо чи опосередковано обмежують або повністю забороняють імпорт іноземних товарів (послуг) на внутрішній ринок країни [22].

Завдяки вітчизняним виробникам та асортименту товарів, який доповнюється значною часткою імпоротної продукції простежується потенціал меблевого ринку України сьогодні і в майбутньому. Розвиток і диференціація різноманітних сфер життя людей, впровадження нових технологій світової

меблевої індустрії відкриє перед меблевими салонами та магазинами меблів нові можливості та сприятиме формуванню нових «ніш».

Як можемо бачити із здійсненого аналізу польські меблі відомі і популярні в Україні. За останні два десятиліття, величезна кількість українських сімей купували польські меблі в свої будинки, адже вони характеризуються відмінним поєднанням таких характеристик як «ціна та якість», є доступними та сучасними. Тобто – поєднують усі характеристики, які сьогодні висуває сучасник покупець до меблів.

ТОВ «Епіцентр К» має добре налагоджені партнерські відносини з найбільшими і успішними виробниками меблів в Польщі. Одними з найвідоміших є фабрики MebleWojcik, Forte Meble і Signal. Величезна пропозиція тільки цих трьох компаній, здатна вирішити практично будь-які завдання по створенню сучасного інтер'єру, залишаючись при цьому в адекватному ціновому полі. Саме тому, мережа гіпермаркетів, дбаючи про задоволення запитів споживачів у якісних але бюджетних меблях працює у напрямку поглиблення зовнішньо-економічної співпраці ТОВ «Епіцентр» та зазначених виробників меблів із сусідньої держави.

РОЗДІЛ 3

РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» МЕБЛІВ З ПОЛЬЩІ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі

Міжнародні інтеграційні процеси сприяють розвитку співпраці між компаніями різних країн. Імпортна діяльність – це можливість для компанії розширити асортиментну структуру за рахунок пропозицій імпортних меблів і збільшення обсягів продажів з метою отримання додаткового прибутку. Якщо розглядати ситуацію в нашій країні, то імпортна діяльність є не лише джерелом додаткового прибутку, а й інструментом, який допомагає вітчизняним компаніям контролювати стан наявності меблів на ринку та нівелювати дефіцит меблевої продукції в умовах кризової ситуації.

ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» також займається імпортною діяльністю, імпортуючи меблі. Свою діяльність підприємство здійснює на підставі Закону України «Про окремі питання щодо забезпечення здійснення імпорту» у редакції від 18.10.2022 № 153 [33].

Імпорт дає мережі магазинів «Епіцентр» ряд переваг, оскільки дає можливість отримати доступ до більш дешевих і якісних товарів, сприяє розвитку зовнішньоторговельних зв'язків компаній та їх співпраці з іноземними компаніями.

Здійснення імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі проводиться на основі сертифікату про походження товару; засвідченої декларації про походження товару; угоди купівлі-продажу товару; сертифікату про регіональне найменування товару (ч.1. ст.43 Митного кодексу України).

Країна походження товару декларується фінансовому та податковому органу шляхом пред'явлення оригіналів документів про походження товару

відповідно до частини 2 статті 43 Митного кодексу. У частині 4 цієї ж статті зазначено, що у разі втрати свідоцтва приймається його офіційно засвідчений дублікат.

Частиною 8 ст. 43 Кодексу передбачено, що у разі якщо документи про походження товару містять розбіжності у відомостях про країну походження товару або фінансово-податковим органом встановлено іншу інформацію про країну походження товару, яка зазначена в документах. Декларант або уповноважена ним особа має право надати органу податкової служби і доходів і зборів додаткову інформацію для підтвердження інформації про заявлену країну походження товару.

Відповідно до ч. 9 ст. 43 Митного кодексу додатковою інформацією про країну походження товару є відомості, що містяться в інвойсах, пакувальних листах, товаросупровідних специфікаціях, сертифікатах (відповідності, якості, фітосанітарних, ветеринарних тощо), митній декларації країни-експортера, паспортах, технічна документація, висновки компетентних органів, інші матеріали, які можуть бути використані для підтвердження країни походження товару.

Ввезення меблів на митну територію України здійснюється також на підставі сертифіката з перевезення (походження) товару EUR.1, який підтверджує якість та відповідність імпортованого товару.

Загальні правила імпорту товарів з Польщі в Україну в рамках міжбізнесових операцій застосовуються настільки, що імпортер, тобто покупець товарів, імпортованих в Україну, повинен спочатку отримати акредитацію в українських митних органах.

Особою, відповідальною за дотримання митного режиму, у тому числі за сплату митних платежів, є митний агент або працівник, який доповідає відправнику. Митне декларування оформляється митним агентом або уповноваженим працівником, який декларує відправника в спеціальних програмах. Укладенням відповідного договору визначаються умови співпраці між митним агентом та особою, яку він представляє. Вчинення правопорушень,

пов'язаних із здійсненням митної діяльності, тягне за собою відповідальність митного агента, передбачену законодавством України [47].

У кожному конкретному випадку перелік може бути перевірений окремо і залежить від митного коду товару згідно з УКТ ЗЕД.

Загальний перелік документів, необхідних для митного оформлення імпорту:

- Акредитаційна картка на митниці.
- Угода про зовнішню торгівлю
- Рахунок-фактура та переклад накладної.
- Транспортні документи (CMR, коносамент, книжка TIR, авіанакладна та ін.).
- Сертифікат походження.
- Експортна декларація.
- Попереднє митне декларування на кордоні.
- Договір на утилізацію тари та упаковки.
- Оплата зборів на митниці.
- Додаткові документи (в залежності від коду товару): сертифікат відповідності; санітарно-гігієнічний контроль; фітосанітарний сертифікат; карантинний дозвіл; запит СБУ; інший [47].

Отже, у випадку дотримання вимог, що супроводжують ввезення імпортного товару на територію України, процес імпорту повністю відповідає регуляторній політиці держави-експортера меблів в Україну – Польщі та виконується відповідно до чинного законодавства.

Наявність ресурсного забезпечення здійснення імпорту характеризується власним імпортним апаратом ТОВ «Епіцентр К», який реалізується у вигляді вбудованих імпортних відділів, створених у рамках відділів закупівель або постачання. Такий спосіб організації імпортних операцій підприємством найкраще підходить для компанії, адже вона має стабільні відносини з постачальниками та здійснює закупівлі у великих обсягах і на постійній основі. Згідно із цим компанія безпосередньо контролює всі процеси та здійснює

оперативне управління. Імпорتنі відділи компанії розміщуються у великих містах з розвинутою інфраструктурою, що полегшує доступ до транспортних шляхів.

На підприємстві є відділ, де працюють кілька десятків спеціалістів, єдине завдання яких – співпраця з митницею. Система індикативних цін зобов'язує компанію щоразу доводити державним органам, що вона працює за прямими контрактами з провідними європейськими виробниками і не повинна оплачувати окремі правила імпорту подібних товарів.

Завдяки оптимальному і правильно обраному методу організації імпоротної діяльності підприємство ТОВ «Епіцентр К» забезпечує підвищення ефективності своєї роботи, налагодження зовнішньоекономічних зв'язків і подальше просування на міжнародний ринок.

Діяльність групи компаній «Епіцентр К» підтримується розгалуженою системою логістики. Логістичний центр «Калинівка» площею 100 тис. кв. м, централізовано забезпечує 75% постачання товарів до торгових центрів мережі. На території логістичного центру розташований митний термінал, що надає повний комплекс послуг з митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються автомобільним та залізничним транспортом через митний кордон України.

У 2019 році компанія збільшила власні потужності, відкривши логістичний центр на вул. Полярному в Києві (14 тис. кв. м) і високопродуктивний логістичний центр «Віскозна» загальною площею 30 тис. кв. м, які з високою точністю та швидкістю обробляють онлайн-замовлення клієнтів. Завдяки впровадженню на підприємстві сучасної автоматизованої системи управління та навантажувально-розвантажувального обладнання, замовлення на один маршрут обробляються та відправляються менш ніж за 30 хвилин. Подібна технологія обробки вантажів використовується на складах Amazon. Власний автопарк Групи налічує майже 1000 одиниць, із яких 250 комерційних автомобілів міжнародної реєстрації, які використовуються для перевезення імпортованих товарів [21].

Потенційні партнери компанії «Епіцентр К» - відомі польські виробники меблів: Sama, BRW, Halmar, Szynaka, Taranko, Helvetia. Постійні та надійні постачальники – Signal, Forte Meble, MEBLE WOJCIK.

Окрім ТОВ «Епіцентр К» в числі фірм-імпортерів меблів із Польщі, які виступають прямими конкурентами досліджуваної нами компанії є мережа «JUSK», «7 континент», «Mebelok». Проте, найбільший асортимент імпортованих із Польщі меблів представлений у мережі гіпермаркетів «Епіцентр К», що дозволяє підприємству посідати конкурентну позицію серед інших імпортерів, пропонуючи окрім широкого спектру меблів із Польщі продукцію високої якості та за доступними цінами від топового виробника меблів у Польщі – Forte Meble.

Маркетинг-кит – це рекламний інструмент, метою якого є показати переваги компанії та донести до споживача, чому їм потрібно працювати з цією компанією. Це не звичайна рекламна брошура, буклет чи каталог. Це «менеджер» з продажу в паперовому та електронному вигляді.

Пропонована модель маркетинг-кит для підприємства «Епіцентр-К» дозволить:

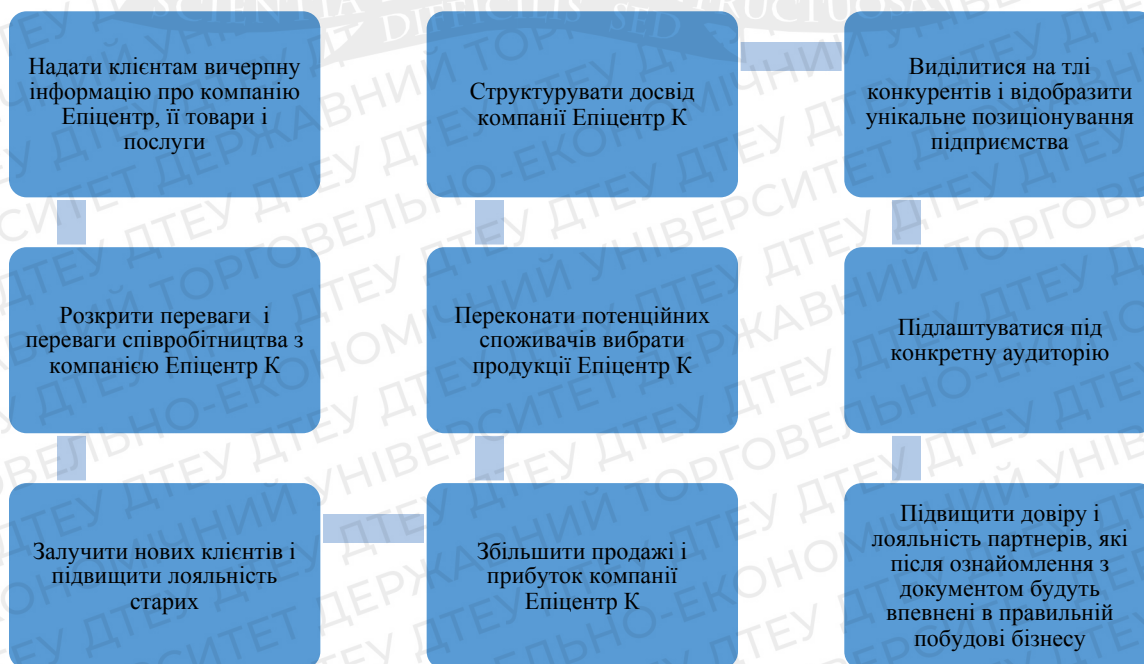


Рис. 3.1 Функції маркетинг-кит для «Епіцентр К»

Із виокремлених функцій, ми бачимо, що ефективний рекламний і піар-інструмент для привернення уваги потенційних клієнтів. Надалі маркетинговий набір стане основою для створення всіх необхідних документів, включаючи посадкові сторінки, сайти, рекламні буклети та флаєри. Основне завдання – створити маркетинговий набір, який допоможе компанії «Епіцентр К» залучити нових клієнтів до покупки меблів. Ніша продажів меблів є, мабуть, найбільш багатолюдною на сучасному ринку. Виділитися на тлі конкурентів дуже складно, але безперечно можливо, якщо вибрати правильні маркетингові інструменти.

У проєкті маркетингового комплексу важливо використовувати інформацію якомога більше, щоб створити атмосферу легкості на сторінках маркетингового комплексу, що асоціюється зі світлом і комфортом якісних меблів.

Важливо вивчити потреби цільової аудиторії замовника, щоб орієнтуватися на відмінні відгуки покупців про імпортні меблі з Польщі. Ця інформація стає основою для тригерів довіри.

Макет маркетинг-кита має містити інформацію за розділами, включаючи титульний аркуш, інформацію про підприємство, інформацію про Епіцентр у цифрах, представлення пропонованої продукції та контакти (рис. 3.2).

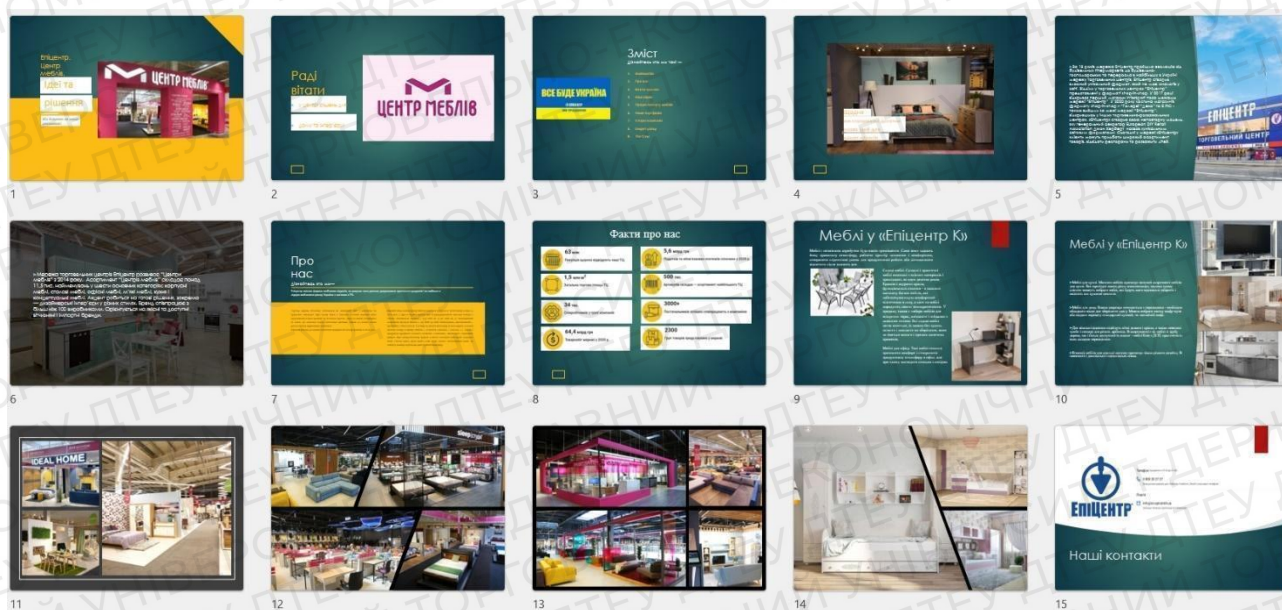


Рис. 3.2 Макет маркетинг-кит для компанії «Епіцентр К»

Відобразимо динаміку зростання імпорту та обсяги імпорту за 2018-2022 роки, відобразивши планові показники здійснення імпортової діяльності підприємством ТОВ «Епіцентр К» у 2023 році (рис. 3.3).

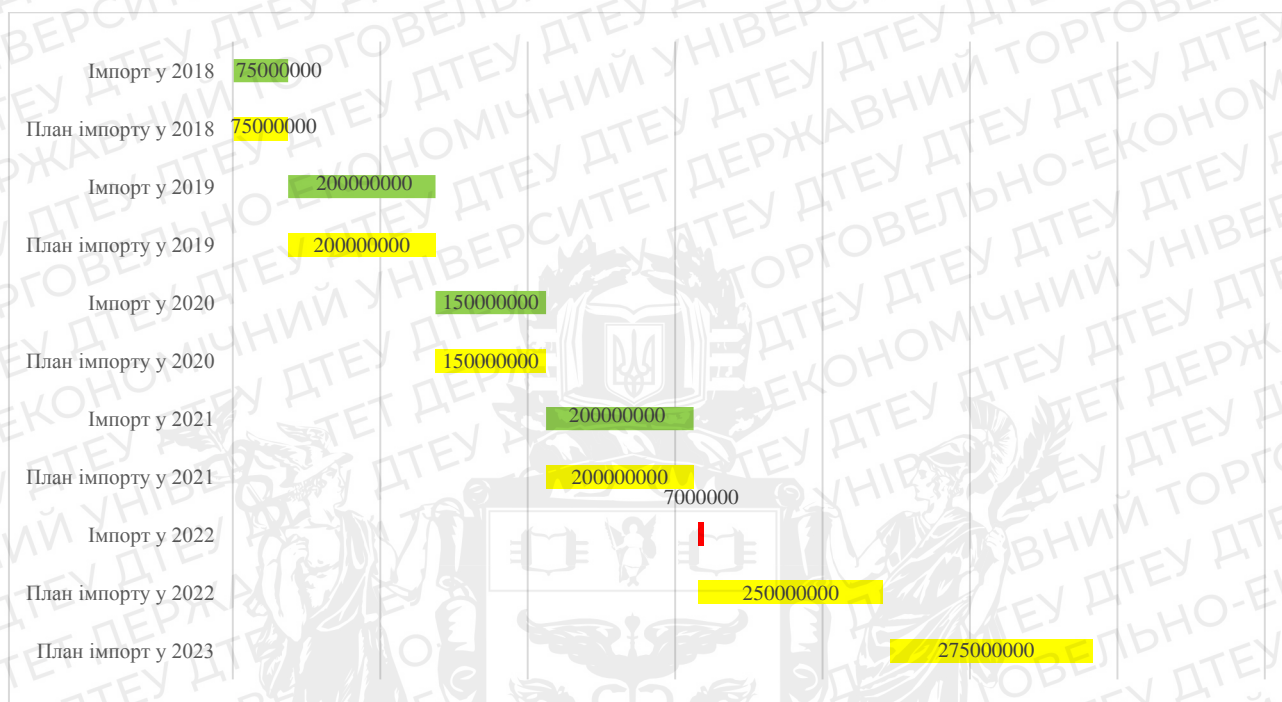


Рис. 2.3. Виконання плану імпорту меблів із Польщі у 2018-2022 роках та прогноз на 2023 рік, грн.

Побудовано на основі даних ТОВ «Епіцентр К» [14]

Як бачимо із наведеного зображення, в усі роки із 2018 по 2021 рік за даними підприємства план імпорту було виконано. У 2022 році, плануючи імпортувати меблів на суму 250000000 грн., підприємство імпортувало меблів лише на 7000000 грн., що складає лише 2,8% від запланованого. Це пов'язано із введенням воєнного стану в Україні. План імпорту у 2023 році складає 275000000 грн., що свідчить про те, що підприємство планує не просто досягнути запланованого обсягу імпорту за минулий рік, але й перевершити його.

Зазначимо, що у попередні роки, починаючи із 2018 року обсяг імпорту переважав значення, яке було зафіксоване на початку досліджуваного періоду. Проте, імпорт меблів із Польщі є динамічним явищем, який залежить від багатьох чинників, як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Відтак,

карантинні заходи, які були запроваджені у зв'язку із пандемією коронавірусу, у 2020 сприяли негативному явищу – зниженню обсягів імпорту меблів до України, проте послаблення карантину у 2021 дозволило підприємству наростити обсяги імпорту, повернувшись до рівня, який був зафіксований до початку карантину. Надзвичайно мала сума імпорту меблів спостерігається у 2022 році, що пов'язано із повномасштабним вторгненням росії та введенням воєнного стану у нашій державі. Тим не менш, у 2023 році ТОВ «Епіцентр К» планує наростити обсягу імпорту та перевершити показники 2021 року.

Отже, у результаті проведеного дослідження визначено основні організаційно-економічні аспекти здійснення ЗЕД ТОВ «Епіцентр К». Проведене дослідження дозволяє встановити, що сьогодні імпортна діяльність ТОВ «Епіцентр К» є невід'ємною частиною зовнішньоекономічної діяльності компанії. Імпорт покриває потреби покупців у товарах, брендів польського виробництва за запитами споживачів.

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі

Проаналізуємо основні розділи зовнішньоекономічного контракту купівлі-продажу меблів (Додаток В).

Назва контракту відображає операцію, що здійснюється «купівля-продаж» меблів. Договір (контракт) – має номер 87/2022, який складається із двох частин: перша – порядок операції, друга – рік укладання контракту. Контракт укладено у м. Київ 27.06.2022 року.

Преамбула до контракту відповідає вимозі та містить інформацію про сторін-учасників зовнішньоекономічної операції: покупець – українське підприємством ТОВ «Епіцентр К», продавець – польське підприємство «Salon Meblowy FORTE VIP». Договір укладається від імені Tomaszów Mazowiecki з боку продавця та із Михайлишином Петром Йосиповичем з боку покупця.

Контрагенти при укладанні договору керуються Свідоцтвом про Державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності зі сторони продавця та уставу підприємства зі сторони покупця.

Предметом договору є меблі, а саме двоспальні ліжка дерев'яні із прикроватьними тумбами (додаткові модулі), виготовлені із ДСП білого кольору з додаванням чорного кольору у вигляді підголівника і ручок; модель: 1 x Каркас ліжка Aristide + тумбочки ATDL1182-M239. Вказана вартість одиниці меблів – 1899,00 zł.

Відповідно до розділу 3 контракту, терміни та умови поставки обговорюються та здійснюються відповідно до визначених у контракті умов. Товар доставляється покупцеві автомобільним транспортом на умовах FCA Гожув Великопольськи (Польща) зі складу продавця та були здійснені автомобілем DAF XF 97 2003 держ. номер VX9968IE (напівпричіп VX4795IE), до пункту терміналу «Калинівка». Якщо товар доставлений продавцем, продавець несе відповідальність за зберігання товару до моменту його передачі покупцеві. Продавець зобов'язується доставити товар покупцеві протягом 5 (п'яти) робочих днів з моменту отримання замовлення за умови наявності товару у продавця. Продавець зобов'язується доставити товар покупцеві протягом 45 (сорока п'яти) робочих днів з моменту отримання передоплати за товар у порядку, визначеному публічним договором, якщо товар відсутній на складі продавця. У разі затримки доставки товару не з вини продавця, термін доставки може бути продовжено на 15 (п'ятнадцять) календарних днів за умови, що продавець заздалегідь повідомить покупця про затримку, відправивши повідомлення на вказану покупцем електронну адресу або за телефоном, вказаним покупцем. Таке продовження строків не є порушенням зобов'язань за договором. Право власності на товар переходить до покупця з моменту оплати 100 (сто) % ціни товару. Покупцю може бути відмовлено в оформленні купівлі товару, якщо товар відсутній (на складі).

Розділ 4 контракту містить інформацію про ціну вибору – 1899,00 zł., а також витрати з транспортування товару до місцезнаходження перевізника – до

пункту терміналу «Калинівка», які складають 27820,00 грн.

Розділ 5 контракту передбачає деталізацію умов здійснення платежу. Тут вказується умова за якої замовник може отримати знижку на закуплену продукцію.

Згідно з розділом 6 визначається характеристика умов приймання імпортованого товару підприємством-замовником – ТОВ «Епіцентр К».

Розділ 7 визначає дотримання вимог до пакування та маркування товару, що доставляється замовнику, вимог відповідності.

Також у контракті заключеному між ТОВ «Епіцентр К» та «Salon Meblowy FORTE VIP» прописуються форс-мажорні обставини, санкції та рекламачії, які передбачають умови дій чи відповідальність за недотримання своєчасності поставки товару, цілісності упаковки тощо.

Наступні два розділи містять інформацію щодо урегулювання спорів між ТОВ «Епіцентр» та підприємством, яке виступає продавцем, у разі їх виникнення та додаткові умови, які визначають термін дії контракту в тому числі. Відтак, між продавцем – «Salon Meblowy FORTE VIP» та покупцем – ТОВ «Епіцентр К» укладено контракт на поставку меблів торгової марки Forte Meble: двоспальні ліжка дерев'яні із прикраватними тумбами (додаткові модулі) на 3 роки (до 31.12.2025 року).

Для оцінювання результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» на підприємстві здійснюється моніторинг витрат на імпорتنу діяльність. Динаміка витрат на імпорتنу діяльність досліджується на основі показників звітності підприємства та даних, необхідних для горизонтального аналізу імпортних операцій. З документації підприємства використовуються дані, які дозволяють визначити індекс росту витрат на імпорتنу діяльність, витрат на імпортні операції тощо.

Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі може бути здійснена на основі отриманих показників та обраховуватись як результат розрахунку імпорту за методом ланцюгового індексу. Для цього є необхідність у визначенні загальної суми імпорту, яка отримується шляхом

додавання вартості імпортованих меблів за категоріями. Цю ж суму називають контрактною вартістю товару.

Імпорт продукції з-за кордону – відповідальна справа, тому вона добре вивчена відповідальними працівниками «Епіцентр К» з метою мінімізації екзогенних, ендогенних та контрактних ризиків, які можуть супроводжувати імпорт меблів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Ризики зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ «Епіцентр К»

Група ризиків	Вид ризику	Імовірність настання	Наслідки
1	2	3	4
Екзогенні	Курсовий ризик	0,5	Підвищення ціни на імпортовану продукцію
	Інфляційний ризик		
Ендогенні	Ризик підвищення конкуренції	0,35	Зниження попиту на продукцію
	Логістичні ризики		Затримка постачання продукції, виникнення дефіциту
Контрактні ризики	Вибір змісту угоди та правильне її формулювання	0,15	Неправильне укладання угоди про купівлю-продаж, що створить проблеми на митниці при ввезенні товару на митну територію України
	Маловідомий контрагент угоди		
	Неправильно вказана к-сть товару		
	Вимоги до упаковки продукту		
	Наявність або відсутність необхідного маркування на внутрішній упаковці товару		
	Невизначеність одиниці ціни товару		
Ризики договірних умов платежу			

Джерело: складено автором

Розглянемо екзогенні ризики, найбільш небезпечними та впливовими з яких є курсові ризики, які виникають у підприємств під впливом нестабільності курсу національної валюти, а також інфляційні ризики, які майже завжди реалізуються в Україні з високим ступенем взаємної кореляції із курсовими.

Розглядаючи ендогенні ризики відзначимо, що вони є галузевими та до їх числа відносимо: ризик підвищення конкуренції, який стає більш вагомим з

початку пандемії коронавірусу, оскільки все більше підприємств та магазинів переходять в онлайн; логістичні ризики, які можуть включати: збої, аварії в роботі транспорту, зміни постачальників чи споживачів, затримки комплектуючих чи готової продукції в дорозі чи на митницях, додаткові витрати на митницях, ризики несвочасної доставки, ризики втрати, пошкодження чи крадіжок при транспортуванні.

Розглянемо контрактні ризики. Перший ризик при укладанні зовнішньоекономічної угоди – це вибір її змісту. Наступний ризик – це маловідомий контрагент угоди. Нечіткість або «нечіткість» опису товару не дозволяє визначити цінову політику угоди та вартісні показники товару, вказати показники його якості, викласти вимоги до упаковки та маркування тощо, що створює додатковий ризик. Також досить високий ризик вказати в договорі неправильну кількість товару. Вимоги до упаковки продукту також є потенційним джерелом контрактного ризику. Наявність або відсутність необхідного маркування на внутрішній упаковці товару, яка відповідає вимогам національних стандартів країни-імпортера, також є джерелом підвищеного ризику зовнішньоекономічного контракту. Значними та впливовими контрактними ризиками є невизначеність одиниці ціни товару та відсутність захисних пунктів у тексті контракту щодо обраного типу ціни. Ризики договірних умов платежу походять від контрагентів, якщо валюта платежу та умови платежу не вказані.

Отже, як бачимо, за здійсненими обрахунками ефективність імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К» характеризується достатніми показниками. Тим не менш на її стан та динаміку впливають різні фактори, які існують в умовах внутрішнього та зовнішнього середовища компанії. Мають місце і ризики ендогенного, екзогенного характеру, а також контрактні ризики, серед яких найбільше значення надаємо екзогенним курсовим та інфляційним ризикам, які сьогодні чинять найбільший вплив на функціонування ЗЕД ТОВ «Епіцентр К».

Обов'язки обох сторін прописані в контракті № 87 від 27.06.2022 (дод. В), де зазначено наступне:

- «Salon Meblowy FORTE VIP» (Польща) повинен надати товар, рахунок-фактуру або будь-яке інше відповідне підтвердження покупцеві ТОВ «Епіцентр К», який в свою чергу зобов'язується провести повну оплату;

- в зобов'язання «Salon Meblowy FORTE VIP» (Польща) не входить укладення договорів на перевезення. ТОВ «Епіцентр К» оплачує витрати на перевезення меблів торгової марки Forte Meble від міста Гожув Великопольськи (Польща).

Із врахуванням умов договору поставки, товар маркується та упаковується у відповідності до вимог транспортування, які визначаються в залежності від обраного типу транспорту, всі ці витрати покладаються на продавця.

Відповідно до довідки про транспортні витрати №29 від 27.06.2022 (дод. Д) транспортні витрати на перевезення партії меблів торгової марки Forte Meble від м. Гожув Великопольськи (Польща) та були здійснені автомобілем DAF XF 97 2003 держ. номер VX9968IE (напівпричіп VX4795IE), до пункту терміналу «Калинівка» склали 27820,00 грн.

Враховуючи теоретичні відомості щодо оформлення імпортової продукції, визначення ставки мита та обрахунків митної вартості імпортованих меблів, здійснимо обчислення митних платежів, які сплачуються при ввезенні на територію України меблів із ЄС.

Таблиця 3.2

Умови здійснення операції постачання меблів Forte Meble з Польщі

Характеристика	Вартість, обсяг
Транспортні витрати з кордону країни імпорту на склад підприємства-імпортера	27820,00 грн.
Завантажувальні роботи товару на складі підприємства-імпортера	5500 грн.
Ставка мита	0%
ПДВ	20%
Курс zł станом на 27.06.2022 року	8,77 грн.
Вартість однієї одиниці товару	1899,00 zł (16654,23 грн.)
Кількість придбаного товару	490 од.

Джерело: складено автором

Під час ввезення на територію України меблів торгової марки Forte Meble, сплачуються такі митні платежі: ввізне мито за спрощеною ставкою мита у 2022 році – 0%, ПДВ – 20% від суми митної вартості і ввізного мита.

Визначимо митну вартість відповідно до формули та враховуючи витрати покупця (транспортні витрати – 27820,00 грн., завантажувальні – 5500 грн.).

Вартість покупки за контрактом складає 490 ліжок по 1899,00 zł (16654,23 грн.).

На момент перетину кордону курс злого складає 8,77 грн.

Знайдемо вартість контракту, враховуючи, що ціна за одиницю товару складала 16654,23 грн./ 8,77 zł, а кількість товару – 490 шт. (комплектів меблів)

Визначимо фактурну та митну вартість, враховуючи курс злого станом на 27.06.2022 року:

$$ФВ = 1899,00 \text{ zł} * 490 \text{ шт.} = 930 510,00 \text{ zł} * 8,77 = 8 160 572,7 \text{ грн.}$$

Розрахуємо митну вартість для імпортованих ліжок із прикватними тумбами Forte Meble:

$$МВ = 8160572,70 + 27820,00 + 5500,00 = 8193892,7 \text{ грн.} / 934309,31 \text{ zł}$$

Ввізне мито для меблів імпортованих з ЄС у 2022 році складає 0,00%, тобто дорівнює 0,00 грн./ zł.

Визначимо суму платежів до державного бюджету.

Мито за спрощеною ставкою у 2023 році при ввезенні меблів із Польщі до України не сплачується, тому сума мита рівна 0.

$$ПДВ = (8193892,7 + 0) * 0,2 = 1638778,54 \text{ грн.}$$

Сума платежів включає в себе суму всіх нарахованих стягнень і в даному випадку, отже: $1638778,54 + 0,00 = 1638778,54 \text{ грн.}$

Витрати на території України: $27820,00 \text{ грн.} + 5500 \text{ грн.} = 33320 \text{ грн.}$

Імпортна вартість контракту в національній валюті (собівартість імпортової операції) = $8205892,7 + 1638778,54 + 33320 \text{ грн.} = 9877991,24 \text{ грн.}$

Обрахуємо ефективність здійснюваної імпортової операції.

Дохід від реалізації на внутрішньому ринку = 21299,00 (вартість одиниці

товару на внутрішньому ринку)* 490 = 10436510,00 грн.

Ефективність = Дохід/Витрати

Ефективність імпоротної операції = Дохід від реалізації на внутрішньому ринку / ЩК = 10436510,00 / 9877991,24 грн = 1,06

Можемо зробити висновок, що дана імпортна операція є ефективною.

Отже, на підставі здійсненого аналізу встановлено, що контракт, який укладено між підприємствами покупцем та продавцем підписано на 3 роки. Вартість покупки за контрактом складає 490 ліжок по 1899,00 зл за одиницю товару. Враховуючи фактурну вартість та вартість додаткових витрат, яка включає транспортування, навантажувальні роботи, відзначаємо, що митна вартість операції дорівнює 8193892,7 грн. або 934309,31zł. В результаті обрахунку імпоротної вартості контракту та визначення її коефіцієнту на рівні 1,06 встановлено, що дана імпортна операція є ефективною.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Відповідно до визначеної мети та завдань дослідження встановлено:

1. ТОВ «Епіцентр К» - мережа будівельно-господарських гіпермаркетів, яка стрімко розвивається. Гіпермаркети «Епіцентр К» пропонують продукцію як вітчизняного, так і іноземного виробництва. Свою діяльність ТОВ «Епіцентр К» здійснює за напрямком діяльності «Роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах» (КВЕД 47.78). Підприємство характеризується високою конкурентоспроможністю в динамічному середовищі, а добробут власників компанії зростає, причому швидше, ніж у середньому на фінансовому ринку, проте, з врахуванням зміни показників рентабельності для підприємства постає необхідність продовження пошуку шляхів збільшення обсягів реалізації товарів і послуг з метою максимізації фінансового результату. Такого висновку досягнуто у результаті аналізу динаміки активів та пасивів ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» у 2019-2020 рр., за рентабельністю активів, аналізом показників стійкості та платоспроможності підприємства.

2. Асортимент меблевої продукції у торговій структурі гіпермаркетів «Епіцентр К» є досить широким та представляє продукцію вітчизняного та зарубіжного виробництва. Основними торговельними партнерами – імпортерами меблів у гіпермаркети Епіцентр К є Польща, Італія, Китай, Угорщина, проте переважна частка продукції гіпермаркетів – меблі українського виробництва. Із імпортних меблів польського виробництва у структурі продукції Епіцентр К присутня продукція таких виробників як Forte Meble, Signal, MEBLE WOJCIK. Основу товарних пропозицій від цих виробників складають меблі спальні, вітальні, кухні, передпокою. За проаналізованими моделями та видами меблевої продукції встановлено факт росту цін на меблі в діапазоні 25-30% в порівнянні із попереднім аналізованим роком. Щодо динаміки обсягів імпорту відзначаємо, що в 2019 році зріс вдвічі, а у 2020 році залишився на рівні попереднього року. Географія імпорту

характеризується тим, що у 2020 році ТОВ «Епіцентр К» починає активно працювати із Китаєм, Польщею, на новий рівень у імпорتنій діяльності ТОВ виходить Гонконг. У 2020 році ТОВ «Епіцентр К» заключив угоди на імпорт із 25 польськими підприємствами-контрагентами було проведено 850 операцій на загальну суму імпортованих товарів у 9500000000 грн. При цьому частка імпортованої меблевої продукції складає 4,2% у 2020 році, майже 12% у 2019, та 10% у 2018 році від загального обсягу імпортованих товарів – це 150000000 грн. у 2020 році, 200000000 грн. – у 2019, 75000000 грн. – у 2018 році.

3. Частка імпорту меблів до України у період 2020-2021 років є стабільною та не зазнає істотних коливань. Прогнозуємо, що у 2022 році частка імпорту меблів до України досягне значення попередніх років, а можливо й перевищить його. Динаміка імпорту у структурі торгівлі меблями у 2020-2022 роках в цілому є позитивною, проте враховуючи той факт, що для аналізу у 2022 році ми обрали звітний період у 9 місяців, прогнозуємо, що до кінця звітного 2022 року частка імпорту меблів до України досягне значення попередніх років, а можливо й перевищить його. Загалом географічна структура імпорту в Україну інших меблів та їх частин у поточному році порівняно з відповідним минулим роком залишається незмінною. Основними країнами експортерами серед Європейських країн є Німеччина, Італія, Польща, азійських – Китай, Туреччина. У загальному обсязі імпортованих товарів, який у 2021 році складає 147758,2 тис. дол. США (27673665,2 кг меблів) складає меблева продукція із Польщі. Досліджуючи частку Польщі, у структурі європейських країн-лідерів за імпортом меблів встановлено, що Польща має досить вагоме значення у імпорті меблів до гіпермаркетів України, складаючи 15,6% серед ТОП-10 країн за імпортом меблів у Європі (друге місце після Італії).

4. Меблевий ринок України переживає складний період відновлення та становлення. Виробництвом меблів в Україні займається понад 5000 меблевих підприємств. Проте відсутність значних капіталовкладень, висока вартість обладнання та висококласних спеціалістів не дозволяє задовольнити потребу в

меблях преміум-сегменту за рахунок власного виробництва. Тому імпорт меблевої продукції буде актуальним ще довго. Виробництвом меблів в Україні займається понад 5000 меблевих підприємств. Значну частку ринку займають такі компанії, як Енран, MERX, Стерх, ЛІВС, Гербор, Кухні України, Екмі-мебель та інші. За даними Асоціації меблевиків України (УАМУ), на яку припадає 60% меблевої промисловості України, експорт меблів у 2021 році досяг \$1,05 млрд, що на 40% більше, ніж у 2020 році. За останні 6 років меблева промисловість в Україні показали тенденцію до зростання. ТОВ «Епіцентр К» має добре налагоджені партнерські відносини з найбільшими і успішними виробниками меблів в Польщі. Одними з найвідоміших є фабрики MebleWojcik, Forte Meble і Signal.

5. Основними чинниками, важелями, складовими організаційно-господарської діяльності є організаційно-економічні аспекти забезпечення імпортової діяльності підприємства. ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» також займається імпортовою діяльністю та імпортує різні товари, в тому числі меблі. Власний імпортний апарат ТОВ «Епіцентр К» реалізований у вигляді вбудованих імпортних відділів, створених у складі відділів закупівель або постачання. Здійснювані імпортні операції, які проводяться між Україною та Польщею відбуваються у відповідності із чинними нормативними актами. Здійснення імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» меблів з Польщі проводиться на основі сертифікату про походження товару; засвідченої декларації про походження товару; угоди купівлі-продажу товару; сертифікату про регіональне найменування товару. Під час ввезення на територію України меблів із Польщі процес імпорту повністю відповідає регуляторній політиці держави-експортера меблів в Україну – Польщі та виконується відповідно до чинного законодавства. Підприємство ТОВ «Епіцентр К» використовує спеціальні вантажні автомобілі для перевезення міжнародних вантажів. Мережа гіпермаркетів працює із постійними виробниками – контрагентами, а також розглядає можливості співпраці із потенційними контрагентами.

6. Для прогнозової оцінки результативності імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

меблів з Польщі було здійснено розрахунок ефективності імпорту за методом ланцюгового індексу. В результаті визначення митної та фактурної вартості, обрахунку суми платежів до державного бюджету було встановлено імпорتنу вартість контракту в національній валюті та обраховано ефективність імпоротної операції. На підставі проведеного дослідження здійснено висновок, що проведена імпортна операція є ефективною. Встановлено, що на стан та динаміку імпортних операцій, які здійснюються підприємством впливають різні фактори, які існують в умовах внутрішнього та зовнішнього середовища компанії. Мають місце і ризики ендогенного, екзогенного характеру, а також контрактні ризики, серед яких найбільше значення надаємо екзогенним курсовим та інфляційним ризикам, які сьогодні чинять найбільший вплив на функціонування ЗЕД ТОВ «Епіцентр К». Аналіз дозволив встановити, що контракт, який укладено між продавцем Forte Meble та покупцем – ТОВ «Епіцентр К» відповідає структурі та укладено вірно. Встановлено, що в результаті обрахунку імпоротної вартості контракту та визначення її ефективності встановлено, що дана імпортна операція є ефективною (коэф. 1,06).

Для удосконалення організації здійснення експортно-імпортних операцій компанії запропоновано розглянути варіант пошуку нових постачальників польських меблів до України. Дана пропозиція щодо підвищення ефективності імпорту призведе до розширення асортиментного товару за доступними цінами, дозволить збільшити коло польських підприємств-партнерів ТОВ «Епіцентр К», збільшення прибутку, посилення конкурентних позицій на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анісімова О. М. Методологічний підхід до оцінки конкурентоспроможності економічного потенціалу підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2015. Т. 2. № 2 (12). С. 15-23.
2. Бодак М.П. Формування ринку меблів в Україні та митні формальності під час їх імпорту. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки*. No 31, 2022. С. 19-25.
3. Бодак Ю.Р. Організаційне забезпечення імпортних операцій підприємства. URL: http://www.vtei.edu.ua/doc/2020/23042020konf/9_89.pdf#page=68
4. Бондар В. Сценарій розвитку лісового господарства України має визначати держава. *Дзеркало тижня*. 2019. № 34. URL: https://dt.ua/interview/volodimir-bondar-scenarij-rozvitku-lisovogo-gospodarstvaukrayini-maye-viznachati-derzhava-323487_.html
5. Бондаренко Н., Удалих Д. Дослідження стану розвитку меблевої промисловості України в сучасних умовах господарювання. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2021. Том 68. No 1. С. 174-184.
6. Буйністрович З.В. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств меблевої промисловості. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789.pdf>
7. Вартість меблів зросла на 28% у 2021. Що очікувати цього року? URL: <https://ain.business/2022/02/17/vartist-mebliv-zrosla-na-28-u-2021-shho-ochikuvaty-czogo-roku/>
8. Введення в експлуатацію житла в Україні за 6 міс. збільшилося на 29,5% - Держстат. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/764502.html#:~:text=%D>
9. Вінокуров Я. Як коронавірус вплинув на українську торгівлю, та чим він був корисним для економіки? URL: <https://hromadske.ua/posts/yak->

koronavirus-vplivuv-na-ukrayinsku-torgivlyu-ta-chim-vinbuv-korisnim-dlya-ekonomiki.

10. Гулакова В. Л., Козак Ю. Г. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Проблеми розвитку малих відкритих економік*. 2018: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/255.pdf>

11. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/arh_tsztt2022_u.html

12. Довідка по товару УКТЗЕД. URL: <https://qdpro.com.ua/uk/goodinfo/9401100010>

13. Досьє компанії Епіцентр К на порталі YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/32490244/

14. Епіцентр. URL: <https://epicentrk.ua/>

15. Загороднюк Р.Р. Перспективи та проблеми організації міжнародної економічної діяльності підприємства. URL: http://vtei.edu.ua/doc/2019/22_10_2.pdf#page=37

16. Зовнішня торгівля України товарами у 2021 році. URL: <https://ukrstat.gov.ua/express/expr2022/02/14.pdf>

17. Керімова Л.Р. Аналіз ринку меблів України та виявлення основних тенденцій його розвитку. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis02-22.html>

18. Ковтун Е.О., Романчук Р.А. Управління експортно-імпортними операціями підприємства. *Електронний науково-практичний журнал «Східна Європа: економіка, бізнес та управління»*. 2018. №6 (17). С. 205-209.

19. Котуранова, Т. В., Лантух, О. В., & Височенко, О. Е. Проблеми розвитку та перспективи меблевого бізнесу в Україні. *Економічний простір*, 2021. №175. С. 73-77.

20. Лесик А.О. Методи оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій. URL: http://www.vtei.com.ua/konfa/23_05_19/9_70.pdf#page=151

21. Логістичне забезпечення Епіцентр К. URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/vyrobnytstvo-i-logistyka/#logistychni-potuzhnosti>
22. Мандра Г.А. Оперативне тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_20086
23. Машталер І.В. Стан ринку меблів України. URL: http://vtei.com.ua/doc/2020/23042020konf/14_94.pdf#page=132
24. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України : підручник. Київ : , 2017. 948 с.
25. Нові можливості для меблевої промисловості України. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/news/%>
26. Огляд ринку меблів в Україні: тенденції розвитку. URL: <https://rubarbs.com/ua/article/oglyad-rinku-mebliv-v-ukraini-tendantsii-rozvitku>
27. Особливості конкурентоспроможних компаній на світовому ринку. *Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2021 рік.* Полтава : ПУЕТ, 2022. Ч. 1. С. 251–254.
28. Податковий кодекс України. URL: <https://qdpro.com.ua/uk/document/51299>
29. Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/332-14#Text>
30. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14#Text>
31. Про захист національних товаровиробників від субсидованого імпорту. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-14#Text>
32. Про Митний тариф України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-20#Text>
33. Про окремі питання щодо забезпечення здійснення імпорту. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/153-2022-п#Text>

34. Саймуков В. Ю., Карпенко В. Л. Основні тенденції розвитку українського ринку меблів. URL: http://lib.khmnu.edu.ua/konfer_HNU/2019/mark_teh.pdf#page=148
35. Сайт державної служби статистики. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
36. Серединський В.В., Новицька І.М. Особливості товарознавчого дослідження м'яких та корпусних меблів. 2021. С. 336-347.
37. Соломянюк Н. М., Федотова Н. М., Кривенко О. Інтернет-торгівля як елемент ринкової інфраструктури на ринку офісних меблів. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2020. Вип. 4 (227).
38. Тренди світового ринку меблів. URL: <https://export.gov.ua/industry/review/30>
39. Український ринок меблів. Огляд. URL: http://kotly_opalennya.tilda.ws/page5143130.html
40. Шовкун І.А. Особливості товарознавчого дослідження м'яких та корпусних меблів. *Економіка промисловості*. №3(91). С. 5-27.
41. British Furniture Manufacturers (BDM). URL: <https://www.bfm.org.uk/home/>
42. Furniture market - growth, trends, covid-19 impact, and forecasts (2023 - 2028). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/furniture-market>
43. Global Furniture Market is Pegged to Reach \$950.93 by 2028. URL: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/06/22/2467306/0/en/Global-Furniture-Market-is-Pegged-to-Rreach-950-93-by-2028-Rising-Concerns-About-Inflation-to-have-Temporary-Impact-on-Market-Growth.html>
44. Harmonized Index of Consumer Prices. URL: <https://fred.stlouisfed.org/series/CP0500EZ19M086NEST>
45. Price level index. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Price_level_index_for_energy,_furniture,_household_appliances_and_consumer_electronics,_2021,_EU%3D100_V3.png

46. Statista.

URL:

<https://www.statista.com/search/?q=furniture+market&qKat=search&newSearch=true&p=1>

47. Założenie firmy i prowadzenie biznesu na Ukrainie. URL:

<https://jakzalozycfirmenaukrainie.com/procedury-celne-na-graniczy-ukrainskiej/>



ДОДАТКИ

Додаток А

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

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

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	12 543	32 720
первісна вартість	1001	44 846	73 004
накопичена амортизація	1002	32 303	40 284
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 869 460	3 692 156
Основні засоби	1010	12 304 648	15 231 712
первісна вартість	1011	17 210 534	21 335 058
знос	1012	4 905 886	6 103 346
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	1 755 267	3 129 633
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	68 629	23 116
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	16 010 547	22 109 337
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 885 925	15 389 033
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 467 824	2 182 479
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	0	1
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 381 455	3 859 491
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	921 054	642 802
Витрати майбутніх періодів	1170	7 322	5 399
Інші оборотні активи	1190	217 473	336 837
Усього за розділом II	1195	20 881 053	22 416 054
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	21	0
Баланс	1300	36 891 621	44 525 391
Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14 542 267	17 688 086
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			

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

ТОВ «ЕПЦЕНТР К»

Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	0	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
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	0
з бюджетом	1135	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473

Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621

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

Додаток Б

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

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	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

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

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

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2019 рік Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43 979 194	41 400 220
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30 814 751	30 400 580
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	13 164 443	10 999 640
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	530 835	260 235
Адміністративні витрати	2130	751 814	540 040
Витрати на збут	2150	7 985 945	6 623 200
Інші операційні витрати	2180	254 271	396 373
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	4 703 248	3 700 262
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3 851	180 000
Інші доходи	2240	354 733	52 000
Фінансові витрати	2250	250 094	91 550
Втрати від участі в капіталі	2255	24 516	0
Інші витрати	2270	363 438	210 000
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 423 784	3 630 712
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-670 000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	2 960 712
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0

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

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Додаток В**ДОГОВІР КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ТОВАРУ № 87/2022**

м. Київ

27.06.2022

«Salon Meblowy FORTE VIP» (Польща), (в подальшому Продавець), в особі відповідальної особи Tomaszów Mazowiecki, дійсне на основі Свідоцтва про Державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності, з однієї сторони, і ТОВ «Епіцентр К» (Україна) (в подальшому Покупець) в особі Директора Михайлишина Петра Йосиповича, дійсного на основі уставу підприємства з іншої сторони заключили договір про нижческазане:

1. Предмет контракту

1.1. Предметом цього Контракту є продаж продавцем і закупівля Покупцем меблів торгової марки Forte Meble: двоспальні ліжка дерев'яні із прикроватними тумбами (додаткові модулі), виготовлені із ДСП білого кольору з додаванням чорного кольору у вигляді підголівника і ручок; модель: 1 x Каркас ліжка Aristide + тумбочки ATDL1182-M239, далі Товар.

1.2. Асортимент та вартість Товару визначається на підставі Прайс-листа Постачальника та зазначається у інвойсі.

1.3. Кількість, асортимент і строк доставки кожної окремої партії замовленого Товару може узгоджуватися Сторонами за допомогою телефонного, факсимільного або електронного зв'язку. Якщо протягом 24 годин з моменту отримання Заявки Постачальником Покупець не відкликав Заявку або не вніс до неї зміни, дана Заявка вважається прийнятою до виконання Постачальником, при цьому Покупець не має права відмовитися від отримання та оплати зазначеного в Заявці Товару.

1.4. Постачальник безумовно гарантує, що поставляється Товар вільний від будь-яких прав і домагань третіх осіб.

2. Якість та кількість товару

2.1. Якість Товару повинна відповідати встановленим для даного виду Товару стандартам, технічним умовам та підтверджуватися доданими Постачальником до накладних на поставку Товару завіреними копіями сертифікатів, якщо даний Товар підлягає обов'язковій сертифікації.

2.2. Загальна кількість і ціна Товару вказуються в інвойсі, що супроводжує поставку Товару.

3. Терміни і умови поставки

3.1. Товар поставляється Покупцю на умовах FCA Гожув-Велькопольськи автомобільним видом транспорту.

3.2. Доставка Товару здійснюється Покупцем зі складу Продавця;

3.3. У разі доставки Товару Продавцем відповідальність за збереження Товару до моменту його передачі Покупцеві несе Продавець.

3.4. Продавець зобов'язується доставити Товар Покупцеві протягом 5 (п'яти) робочих днів з моменту отримання Замовлення в разі наявності Товару на складі у Продавця.

3.5. Продавець зобов'язується доставити Товар Покупцю протягом 45 (сорока п'яти) робочих днів з моменту отримання попередньої оплати Товару в порядку, передбаченому Публічним договором, в разі відсутності Товару на складі у Продавця.

3.6. У разі затримки доставки Товару не з вини Продавця, термін доставки може бути продовжений на 15 (п'ятнадцять) календарних днів, за умови завчасного повідомлення продавцем покупця про затримку шляхом подання відповідного повідомлення на електронну пошту Покупця або за телефоном, вказаним Покупцем. Таке подовження термінів не є порушенням зобов'язання за Договором.

3.7. Право власності на Товар переходить до Покупця з моменту 100 (сто) % оплати вартості Товару.

3.8. Покупцеві може бути відмовлено в оформленні покупки Товару в разі відсутності Товару в наявності (на складі).

4. Ціна товару

4.1. Ціна одного виробу: ліжка двоспального з прикватними тумбами включає вартість товару, упаковки – 1899,00 zł., а також витрати з транспортування товару до місцезнаходження перевізника.

4.2. Збільшення Продавцем ціни виробу в односторонньому порядку протягом терміну дії Договору не допускається.

5. Умови платежу

5.1. Розрахунок за проданий товар з першої поставки проводиться протягом 14 днів з моменту відвантаження товару Продавцем. Якщо оплата буде здійснена протягом 7 днів, витрати за такою доставкою товару несе Продавець. Розрахунок за наступними поставками здійснюється в момент відвантаження товару.

5.2. У випадку якщо ціна поставки, зазначена у Додатку, перевищує 100000,00 zł, Покупець отримує знижку 3% на цю поставку.

5.3. У випадку невиконання або неналежного виконання однією із сторін зобов'язань за цим Договором, вона зобов'язана відшкодувати другій стороні завдані таким невиконанням збитки.

6. Умови приймання

6.1. Меблі приймаються на адресу Покупця (вантажодержувача) автомобільним транспортом.

6.2. Меблі приймаються при місцевому постачанні не пізніше від 7 днів після надходження на склад одержувача, а при іногородніх поставках: Відповідно 24 години та 20 днів після віддачі товарів органом транспорту або надходження їх на склад одержувача при доставці постачальником чи при вивезенні одержувача.

6.3. Приймання вважається вчасним, якщо перевірка якості та комплектності товару закінчена в установлені терміни.

6.4. Приймання товарів за якістю на складах оптового торговельного підприємства є обов'язковим у разі отримання товарів у пошкодженій, відкритій або немаркованій тарі.

6.5. Приймання товарів за якістю та комплектністю має проводитись у точній відповідності з вимоги стандартів, технічних умов, інших нормативних документів та умов договору.

6.6. Через перевізника Продавець передає Покупцеві наступні документи: товарні накладні; договір, у випадку, якщо це перша поставка; додаток до договору.

6.7. Зобов'язання Продавця по термінах передачі меблів, номенклатурі, кількості і якості товару вважаються виконання з моменту підписання доповнення до цього договору.

7. Упаковка та маркування

7.1. Товар має бути упакований звичайним для нього способом в упаковку (коробку), а у разі її відсутності - способом, який забезпечує збереження товару під час звичайних умов зберігання і транспортування, якщо Покупцем не встановлені додаткові вимоги до упаковки партії товару.

7.2. Маркування товару повинне відповідати стандартному маркуванню виробника.

7.3. Упаковка меблів повинна забезпечувати його збереження при транспортуванні за умови дбайливого з ними поводження.

8. Форс-мажорні обставини

8.1. Жодна зі сторін не несе відповідальності перед іншою стороною за невиконання зобов'язань, обумовлене обставинами, що виникли мимо волі і бажання сторін і які не можна передбачити або уникнути, включаючи оголошену або фактичну війну, громадські хвилювання, епідемії, блокаду, ембарго, землетруси, повені, пожежі та інші стихійні лиха.

8.2. Документ, виданий відповідним компетентним органом, є достатнім підтвердженням наявності і тривалості дії непереборної сили.

8.3. Сторона, яка не виконує свого зобов'язання внаслідок дії непереборної сили, повинна негайно сповістити іншу сторону про перешкоду і її вплив на виконання зобов'язань за Договором.

9. Санкції та рекламації

9.1. У разі прострочення поставки товарів проти термінів, встановлених цим контрактом, Продавець сплачує Покупцю штраф у розмірі 1,0% вартості не поставленого у термін товару за кожний прострочений тиждень протягом перших чотирьох тижнів прострочення і 2% за кожну розпочату на наступний тиждень.

9.2. Загальна сума штрафу не повинна перевищувати 10% вартості не поставленого у термін товару. Якщо прострочення в поставці товару перевищить три місяці, Покупець має право без звернення до арбітражу анулювати контракт повністю або частково без відшкодування Продавцеві будь-яких витрат або збитків, викликаних анулюванням контракту. В цьому випадку Продавець зобов'язаний сплатити Покупцю штраф в розмірі 10% вартості не поставленого у термін товару і негайно повернути Покупцю всі суми, сплачені ним за цим контрактом, включаючи 12% річних.

9.3. У разі часткового анулювання підлягають поверненню суми, сплачені Покупцем за товар, поставка якого підпадає під таке анулювання.

10. Урегулювання спорів

10.1. Усі суперечки за цим Договором вирішуються шляхом переговорів.

10.2. При не досягненні згоди спори вирішуються в установленому законодавством порядку.

11. Додаткові умови

11.1. Цей Контракт складений в двох екземплярах українською мовою, що мають рівну юридичну силу, по одному екземпляру для кожної із сторін.

11.2. Цей Контракт набуває чинності з моменту його підписання уповноваженими представниками обох сторін.

11.3. Сторони зобов'язуються зберігати конфіденційність стосунків по цьому Контракту і не передавати своїх прав і обов'язків третім особам без письмової згоди на це іншої сторони.

11.4. Термін дії цього Контракту – до 31.12.2025 р.

12. Юридичні адреса і реквізити сторін

ПРОДАВЕЦЬ

Постачальник	Покупець
Salon Meblowy FORTE VIP ul. Przemysłowa 10 66-400 Gorzów Wlkp. NIP: 5992323682 Regon: 210459842 Volkswagen Bank Polska S.A. 38 2130 0004 2001 0161 1102 0001	ТОВ «Епіцентр К» 04128, м. Київ, вул. Берковецька, 6-К Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ 32490244 IBAN UA383808050000000026005646984 АТ "РАЙФФАЙЗЕН БАНК" у м. Києві, код банку 380805 (інтернет-магазин) ПІН 324902426531
Upoważnioną osobę z przedsiębiorstwa	Уповноважена особа від підприємства
_____/Tomaszów Mazowiecki/	_____/Петро Михайлишин/

Інвойс

РАХУНОК-ПРОФОРМА/PROFORMA INVOICE

Номер рахунку (якщо необхідно)/Invoice number (if applicable) № 87 від 27.06.2022

ВІД КОГО /SENT BY					
Компанія/Company Name: Salon Meblowy FORTE VIP ПІБ/Відділ/Name/Department: Tomaszów Mazowiecki Адреса/Address / ul. Przemysłowa 10 Місто/Індекс City/Postal Code: 66-400 Gorzów Wlkp. Країна/Country: Poland Тел./Факс/Tel./Fax No.: +48 22 362 87 12					
КОМУ/SENT TO			НАКЛАДНА №/WAYBILL No.		
Компанія /Company Name: ТОВ «Епіцентр К» ПІБ/Відділ /Name/Department: Петро Михайлишин АдресА/Address: м. Київ, вул. Берковецька, 6-К Місто /Індекс City/Postal Code: 04128, м. Київ Країна /Country: Україна Тел./Phone No.: +380505748743			К-сть місць/Number of pieces: 175 Вага Брутто/Total Gross Weight: 70 000 г. Умови поставки: FCA Gozów Wielkopolska		
Повний опис товару Full description of goods	Код ТНЗЕД Customs Commodity Code	Країна виробництв а Country of origin	К-сть Quantity	Ціна за од., валюта Unit Value, Currency	Загальна вартість, валюта Subtotal value, Currency
Ліжко двоспальне дерев'яне з прикроватьними тумбами, 286,4 x 98,2 x 206,8 см; матеріал - ДСП білого кольору з додаванням чорного кольору у вигляді підголівника і ручок; модель: 1 x Каркас ліжка Aristide + тумбочки ATDL1182- M239		Poland	490	1899,00 zł	930510,00 zł
Загальна вартість, валюта/Total value, currency			930510,00 zł		

Умови транспортування (ІНКОТЕРМС-2020)/Term of transportation (INCOTERMS-2020) - FCA, м. Гожув Великопольськи (Польща) та були здійснені автомобілем DAF XF 97 2003 держ. номер ВХ9968ІЕ (напівпричіп ВХ4795ІЕ), до пункту терміналу «Калинівка» / FCA, Gozów Wielkopolska (Poland) and were carried out by a DAF XF 97 2003 state-owned car. number ВХ9968ІЕ (semi-trailer ВХ4795ІЕ), to the point of the terminal "Kalynivka"

Мета експорту / Reason for export: Вільна реалізація на території України у гіпермаркетах торговельної мережі «Епіцентр» / Free sale on the territory of Ukraine in supermarkets of the "Epicentr" retail network

Підтверджую, що вищезазначене вірно /I declare that the information mentioned above is true and correct to the best of my knowledge

Підпис/Signature: _____

ПІБ/Name: _____

Дата/Date: 27.06.2022

Місце для печатки/

Stamp place

Вих. №29 від 27.06.2022 р.

**У «Епіцентр Калинівка»
митний центр та термінал**

ДОВІДКА ТРАНСПОРТНИХ ВИТРАТ

Цим підтверджуємо, що транспортні витрати на перевезення партії меблів торгової марки Forte Meble: двоспальні ліжка дерев'яні із прикроватьними тумбами (додаткові модулі), виготовлені із ДСП білого кольору з додаванням чорного кольору у вигляді підголівника і ручок; модель: 1 x Каркас ліжка Aristide + тумбочки ATDL1182-M239, фірми-виробника «Forte Meble», що були здійснені автомобілем DAF XF 97 2003 держ. номер ВХ9968ІЕ (напівпричіп ВХ4795ІЕ) склали **27820,00 грн.**

Довідка видана для митного оформлення зазначеної партії меблів у Київській митниці Держмитслужби України.

Додаткові документи: Інвойс № 87 від 27.06.2022 року.

З повагою,

Директор ТОВ «Епіцентр К»

Петро МИХАЙЛИШИН