

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

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ КВІТІВ З ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН»**  
**(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)**  
*(назва теми)*

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

*(підпис студента)*

Сергієнко  
Дарина  
Андріївна

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

*(підпис наукового  
керівника)*

Будзак  
Василь  
Миронович

Гарант освітньої  
програми «Менеджмент»  
зовнішньоекономічної діяльності»  
к.е.н., доцент кафедри міжнародного  
менеджменту

*(підпис гаранта)*

П'янкова  
Оксана  
Василівна

**Київ 2023**

**Державний торговельно-економічний університет**

**Факультет міжнародної торгівлі та права**

**Кафедра міжнародного менеджменту**

**Спеціальність 073 «Менеджмент»**

**Освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»**

**Затверджую**

**Зав. кафедри \_\_\_\_\_**

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Завдання**

на випускню кваліфікаційну роботу студентові

Сергієнко Дарини Андріївни

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи «Організація імпорту квітів з європейських країн (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Затверджена наказом ДТЕУ від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. № \_\_\_\_\_

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

*Мета роботи* Аналіз імпорту квітів в Україну та обґрунтування шляхів підвищення ефективності імпорتنних операцій квіткової продукції.

*Об'єкт дослідження* Процес організації імпорту квіткової продукції з європейських країн

*Предмет дослідження* Механізм реалізації імпортової діяльності підприємства ТОВ «Епіцентр К»

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

Розділ 1. Дослідження діяльності суб'єкта ЗЕД ТОВ «Епіцентр К». 1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К». 1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К». Розділ 2. Обґрунтування вибору країн-контрагентів для організації імпорту квітів. 2.1. 2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку квітів. 2.2. Оцінка перспектив імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» з Європи. Розділ 3. Реалізація управлінського рішення щодо імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн. 3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн. 3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн

#### 5. Календарний план виконання роботи

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

6. Дата видачі завдання « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Будзяк Василь Миронович

*(прізвище, ініціали, підпис)*

8. Гарант освітньої програми:

П'янкова Оксана Василівна

*(прізвище, ініціали, підпис)*

9. Завдання прийняв до виконання студент

Сергієнко Дарина Андріївна

*(прізвище, ініціали, підпис)*

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота студентки Сергієнко Дарини Андріївни на тему: «Організація імпорту квітів з європейських країн (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К») присвячена обґрунтуванню перспектив ефективного імпорту квітів в Україну. В першому розділі роботи здійснено оцінку виробничо-господарської діяльності досліджуваного підприємства. При цьому проаналізовано його фінансовий стан та динаміку зміни сукупного доходу. Другий розділ роботи покликаний обґрунтувати вибір країни-контрагента з метою організації максимально ефективного імпорту квітів. Власне дипломниця і здійснила достатньо повне дослідження основних тенденцій розвитку світового та вітчизняного ринку квітів, а також оцінила перспективи імпорту квітів власне з європейських країн. У заключному третьому розділі запропоновано шляхи щодо удосконалення організації імпорту ТОВ «Епіцентр К» та здійснено прогнозну оцінку результативності власне імпорту досліджуваним підприємством. В цілому робота відповідає встановленим вимогам, а її авторка заслуговує на одержання позитивної оцінки.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

---

*(підпис, дата)*

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

---

*(прізвище, ініціали)*

може бути допущена до захисту екзаменаційної комісії.

Гарант освітньої програми

---

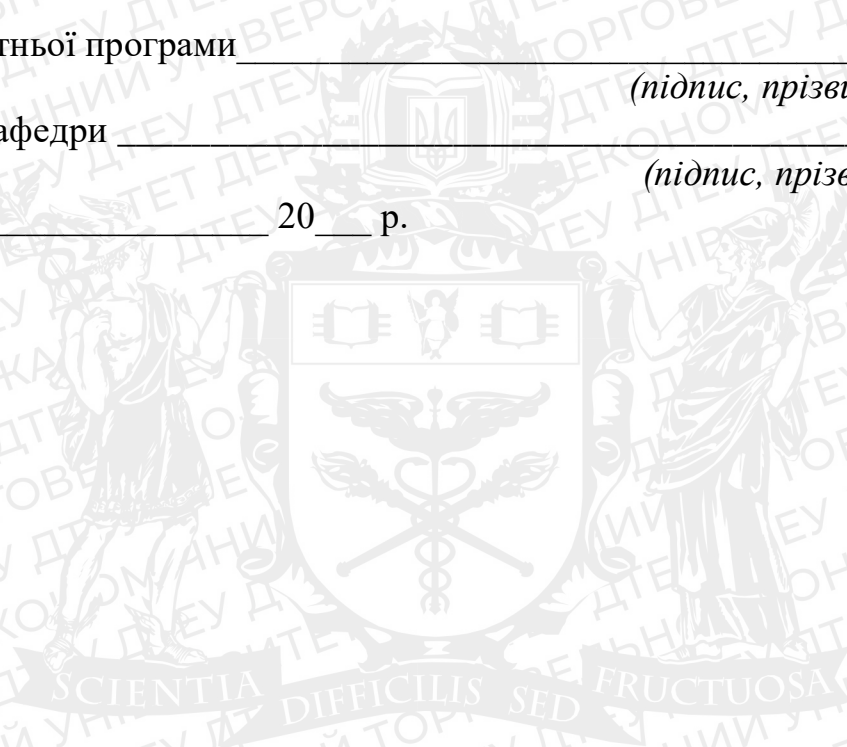
*(підпис, прізвище, ініціали)*

Завідувач кафедри

---

*(підпис, прізвище, ініціали)*

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.



## АНОТАЦІЯ

**Сергієнко Д.А. «Організація імпорту квітів з європейських країн (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)». Рукопис.**

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

Випускна кваліфікаційна робота присвячена практичній розробці організації імпорту квітів з європейських країн та складаються з наступних частин: оцінки виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»; аналізу імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»; визначення основних тенденції розвитку світового ринку квітів; оцінки перспектив імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» з Європи; опису організаційного забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн; розробки прогнозу оцінки результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн.

**Ключові слова:** імпорт, Епіцентр-К, європейські країни, зовнішньоекономічна діяльність, квіти, організаційне забезпечення.

## ANNOTATION

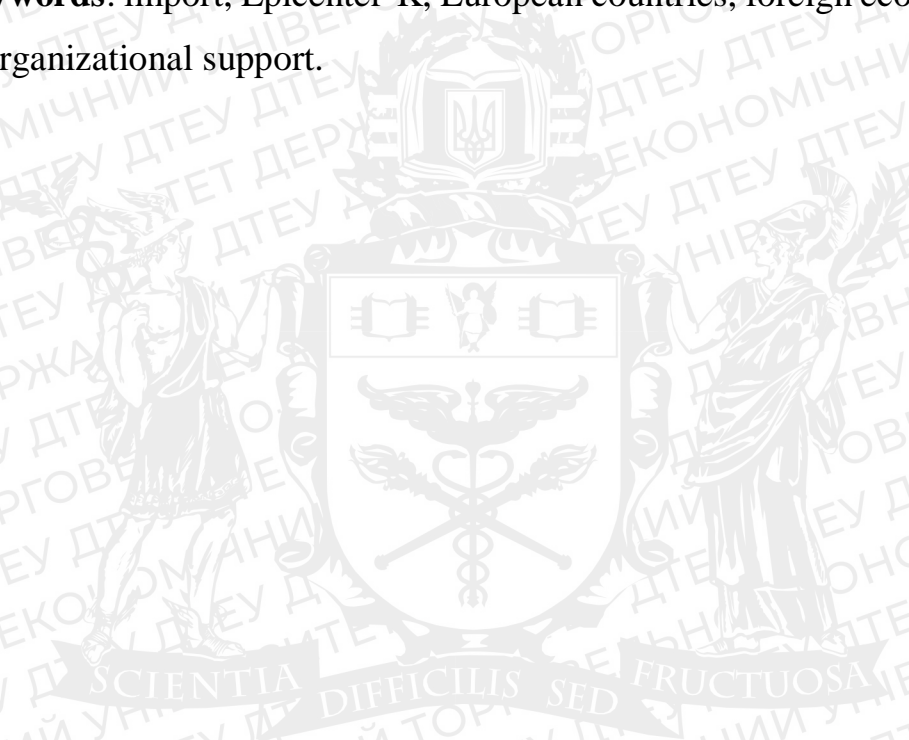
**Sergienko D. A. «Organization of the import of flowers from European countries (based on the materials of Epicenter K LLC)». Manuscript.**

Graduation qualification work in the specialty «Management» with syllabus «Management of foreign economic activity». Kyiv National University of Trade and Economics. Kyiv, 2023.

Graduation qualification work is devoted to the practical development of the organization of import of flowers from European countries and consists of the following parts: assessment of production and economic activity, financial condition and total income of "Epicenter K" LLC; analysis of the import activity of «Epicenter

K» LLC; determination of the main trends in the development of the world market of flowers; estimates of the prospects for the import of flowers by «Epicenter K» LLC from Europe; description of the organizational support for the import of flowers from European countries by «Epicenter K» LLC; development of a forecast assessment of the effectiveness of the import of flowers from European countries by «Epicenter K» LLC.

**Keywords:** import, Epicenter-K, European countries, foreign economic activity, flowers, organizational support.



## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	9
<b>РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»</b> .....	12
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К».....	12
1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К».....	20
Висновок до розділу 1.....	24
<b>РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇН-КОНТРАГЕНТІВ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ КВІТІВ</b> .....	25
2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку квітів.....	25
2.2. Оцінка перспектив імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» з Європи.....	33
Висновок до розділу 2.....	38
<b>РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» КВІТІВ З ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН</b> .....	40
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн.....	40
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн.....	49
Висновок до розділу 3.....	53
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	54
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	56
<b>ДОДАТКИ</b> .....	60



## ВСТУП

**Актуальність теми.** За сучасних умов жодна країна у світі не може існувати незалежно від інших країн, а також не може бути відірвана від процесів, що відбуваються в її регіоні чи частинах світу. Країни та їхні національні економіки взаємодіють один з одним у промисловій, військовій, економічній, політичній, гуманітарній, культурній, екологічній, та інших сферах. Щоб цінувати ці відносини, дві країни встановили дипломатичні відносини, уклали договори та угоди в різних сферах співробітництва.

Багато міжнародних відносин об'єднують країни світу в одну систему – міжнародне співтовариство та його національні економіки – щоб стати глобальною економікою. Глобальна економіка — це економіка, в якій країни всього світу співпрацюють і діють на основі міжнародного поділу праці. Міжнародні економічні відносини відіграють ключову роль в інтеграції країн у світову економічну систему. Вони вбудовуються в потік товарів, послуг, капіталу, робочої сили та інформації між країнами, регіонами та частинами світу.

Євроінтеграційні процеси в Україні обумовлені прагненням вийти на нові європейські ринки, а саме, на ринок рослин. Сучасний європейський ринок пропонує широкий асортимент квітів від різних країн. Квітникарство – це перспективний сегмент ринку, який динамічно розвивається. Активний зріст попиту на квітково-декоративну продукцію зумовлено економічним і культурним розвитком країн та, безпосередньо, зростанням естетичних потреб населення.

Квіткова продукція – це особлива група товарів, оскільки функціональну вартість здебільшого перевищує емоційна вартість. Тому важливим фактором квіткового ринку є емоційний потенціал, через його здатність викликати радість та інші позитивні емоції.

Виробництво квітів та квіткової продукції є прогресивним напрямком діяльності для України, проте вони ще не мають достатнього рівня для забезпечення ринкових потреб у квітковій продукції.

У зв'язку з недостатнім забезпеченням з боку держави зрізаних квітів, горщикової продукції та посадкового матеріалу вищезазначений товар заміщується імпортом з різних країн світу. В міжнародній торгівлі квітами домінують країни Європи і Північної Америки, а головними світовими виробниками квітів є: Нідерланди, Колумбія, Кенія, Еквадор та Ефіопія. Проте, у зв'язку з тим, що квіти це недовговічний товар, що має властивість швидко псуватися і втрачати свій зовнішній вигляд, транспортувати даний товар з віддалених країн до України стає складніше. Тому Нідерланди стали основним експортером продукції квітництва і декоративного рослинництва до України, а співпраця з ними надалі поглиблюється.

Вивчення міжнародних економічних відносин у світі дає можливість об'єктивно проаналізувати економічний розвиток різних країн та їх перспективи співпраці з Україною, тому обрана тема є актуальна.

Наведене зумовило вибір теми дослідження та встановлення його мети.

**Метою випускної кваліфікаційної роботи** є аналіз імпорту квітів в Україну та обґрунтування шляхів підвищення ефективності імпортних операцій квіткової продукції.

Для досягнення поставленої мети даної роботи необхідно було виконати такі завдання:

- надати оцінку виробничо-господарській діяльності, фінансовому стану та сукупному доходу ТОВ «Епіцентр К»;
- проаналізувати імпорту діяльність ТОВ «Епіцентр К»;
- визначити основні тенденції розвитку світового ринку квітів;
- дослідити перспективи імпорту квіткової продукції з європейських країн до України, а саме ТОВ «Епіцентр К»;
- розглянути організаційне забезпечення перспективного імпорту з європейських країн;
- запропонувати прогнозну оцінку результативності імпортової поставки з ЄС.

**Об'єктом дослідження** є процес організації імпорту квіткової продукції з європейських країн.

**Предметом дослідження** є механізм реалізації імпортової діяльності підприємства ТОВ «Епіцентр К».

**Методи дослідження.** Методи, які були досліджені в роботі: фінансово-економічний аналіз (визначення поточного стану фінансових результатів підприємства), імпортна оцінка (визначення конкурентоспроможності підприємства серед інших українських імпортерів), аналіз прямих і непрямих факторів, методів ефективною конкуренції (шляхом аналізу його основних фінансових показників щодо оцінки конкурентної позиції та сильних сторін бізнесу), SWOT-аналізу (виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, а також визначення потенціалів підприємства), порівняльних методів (порівняння: ТОВ «Епіцентр К» з іншою імпортовою компанією та визначення імпортних переваг).

**Базу даних дослідження** склали: економічна література та журнали, державна статистика України, програми розвитку підприємств, результати досліджень, проведених автором.

**Практична значущість одержаних результатів.** Висновки та рекомендації роботи можна знайти в діяльності ТОВ «Епіцентр К» в частині пропозицій щодо реалізації управлінських рішень щодо імпорту квітів з європейських країн.

Випускна кваліфікаційна робота має наступну структуру: вступ, три розділи, висновки та пропозиції, список використаних джерел, який містить 32 найменування та додатки. Обсяг роботи складає 70 сторінок.

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

## 1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»

Об'єкт дослідження у даній кваліфікаційній роботі є товариство з обмеженою відповідальністю «Епіцентр К». Діяльність підприємства регулюється трудовим законодавством України, статутом, статутними договорами, договором ТОВ «Епіцентр К» та іншим чинним законодавством.

ТОВ «Епіцентр К» здійснює діяльність за кодом ЄДРПОУ 32490244. Офіційне місцезнаходження підприємства у статутних документах організації визначається як 04128, місто Київ, вул. Берковецька, буд. 6-К. Дата державної реєстрації 27.08.2003 [8].

Основний види діяльності:

47.78 Роздріна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах.

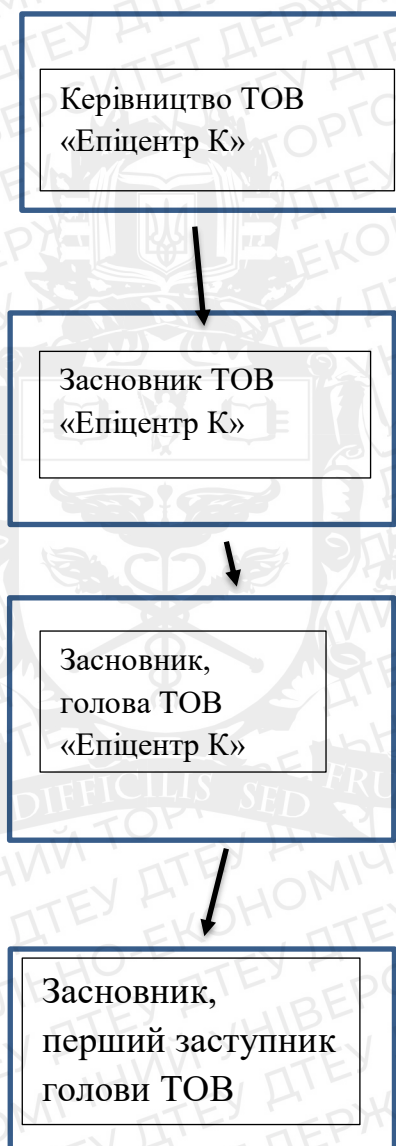
Інших видів діяльності налічується близько 170 видів [9].

Основним видом діяльності ТОВ «Епіцентр К» є роздрібна торгівля. Компанія була зареєстрована 27 серпня у 2003 році і 6 грудня 2003 року було відкрито перший в Україні будівельний гіпермаркет на вул. Братиславській, 11. Наразі мережа налічує майже 80 торговельних центрів. Зокрема, це 68 торгових центрів «Епіцентр» та будівельно-господарські гіпермаркети «Нова лінія» (належать до ТОВ «Епіцентр К» з 2013 р.). Загальна площа усіх торгових приміщень становить майже 2 млн. м. кв. При цьому найбільший торговий центр мережі розташований у м. Київ та має площу 100 000 метрів квадратних, а найменший у Хмельницькій області (Шепетівка) та має площу 3 500 метрів квадратних [8].

Компанія працює за власною стратегією, згідної якої, вигідним є розташування торгових центрів будівельного напрямку біля великих продуктових гіпермаркетів. Це обумовлено тим, що відвідуючи магазин за продуктами харчування, покупець напевно захоче зайти у торговий центр поруч, щоб подивитися товари для дому, побуту, затишку. Так само і навпаки, людина,

що хоче купити будівельні матеріали, захоче зайти ще у магазин за продуктами. Дана концепція дозволяє утримувати постійний потік покупців [9].

Управління компанією можна представити наступним чином. Це рисунок 1.1 Керівництво ТОВ «Епіцентр К».



**Рис. 1.1 Керівництво ТОВ «Епіцентр К»**

Наявність вертикального управління дозволяє говорити про те, що обов'язки адміністрації розподілено рівномірно, тож всі завдання виконуються своєчасно. Водночас розподіл завдань між засновниками дозволяє кожному

директору управляти саме своєю лінією та виконувати виокремлені функціональні завдання, що впливає на успіх компанії.

При цьому нерідко торгові центри мережі розташовуються біля продуктових гіпермаркетів, що знаходяться поруч із новобудовами. Це зручно, адже ймовірно, що покупець, який лише переїхав до нової квартири, планує у ній ремонт чи прагне купити товари для затишку. Як наслідок, це дозволяє залучати все більшу кількість покупців до співпраці. Зокрема, «Епіцентр» як будівельний гіпермаркет часто межує із такими продуктовими гіпермаркетами як «Метро» чи «Ашан» [8].

У процесі діяльності, постійно змінювався формат магазину. На початку це були гіпермаркети, де покупець міг купити лише окремі будівельні матеріали та скласти із них готові вироби. На сьогодні ж багато товарів мережі є цілісними та завершеними, тобто покупець бере вже готову продукцію. Це дозволяє відвідувачу обрати самому: він хоче купити лише матеріал чи вже готовий виріб. Тож нині магазини функціонують в оптимальному форматі щодо асортименту.

Оптимальний формат було обрано і відносно розмірів торгових площ. Якщо раніше перевага віддавалася великим торговим центрам, то зараз «Епіцентр» здебільшого представлений торговими точками площею від 4 до 6 000 метрів квадратних. Це дозволяє представити покупцям основний асортимент та сприяє зручному пошуку місії для будівництва торгової площі [9].

Група компаній Епіцентр об'єднана в унікальну екосистему – торгівельні центри, аграрний напрям, деревообробка, виробництво керамічної плитки, потужна логістика, спортивні та соціальні інфраструктурні об'єкти по всій Україні. Так, у склад компанії входять будівельно-господарські гіпермаркети та торгові центри «Епіцентр» та «Нова лінія», спортивний бренд «Інтерспорт-Україна», агрохолдинг «Епіцентр Агро», деревообробне підприємство «ЦБМ Осмолода» (м. Калуш), заводи з виготовлення керамічної плитки «Epicenter Ceramic Corporation» (Київська та Івано-Франківська область), логістичні центри та складські приміщення [11].

Організація постійно працює з метою покращення своїх фінансових показників. Так, компанія працює над постійним зростанням свого сукупного доходу. Це відображено у таблиці 1.1 Сукупний дохід «Епіцентр К» за 2018-2020 роки.

Таблиця 1.1

### Сукупний дохід «Епіцентр К» за 2018-2020 роки

Рік	Розмір сукупного доходу (загалом)
2018	2 960 712
2019	3 602 109
2020	3 171 204

Джерело: побудовано автором на основі даних [28; 29; 30]

Тобто з даної таблиці можна побачити, що сукупний дохід компанії кожного року лише зростає. Це свідчить про правильно підібрану торговельну політику та позитивний вплив розширення асортименту на фінансові показники компанії. Оскільки збільшення сукупного доходу дозволяє використати більше ресурсів на збільшення точок у торговельній мережі.

Також було проаналізовано фінансові результати компанії за 2018-2020 роки. Це відображено у таблиці 1.2 Фінансові результати «Епіцентр К» за 2018-2020 роки (див. Дод. А).

Таблиця 1.2

## Фінансові результати «Епіцентр К» за 2018-2020 роки

Назва рядка	2018 р. (грн)	2019 р. (грн)	2020 р. (грн)
Чистий дохід від реалізації продукції	41 400 220	43 979 194	50 382 485
Собівартість реалізованої продукції	30 400 580	30 814 751	35 593 670
Валовий прибуток	10 999 640	13 164 443	14 788 755
Інші операційні доходи	260 235	530 835	737 243
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток)	3 630 712	4 423 784	4 166 186
Чистий фінансовий результат (прибуток)	2 960 172	3 602 109	3 171 204
Матеріальні затрати	750 000	887 499	1 234 955
Витрати на оплату праці	3 950 230	4 711 766	5 208 532
Амортизація	602 365	1 096 995	1 667 988
Разом операційних витрат	10 230 264	7 913 955	12 653 267

Джерело: побудовано автором на основі даних [28; 29; 30]

Тож, згідно таблиці, можна простежити, що за 3 проаналізовані роки фінансові результати компанії покращилися. Так, збільшилися такі показники як чистий дохід, чистий фінансовий результат, фінансовий результат до оподаткування. При цьому аналогічно зробили і витрати на оплату праці, матеріальні затрати, амортизація. Це говорить про те, що організація дбає про власний персонал та працює над поновленням зношеності матеріальної бази. Одночасно з цим, це дозволяє компанії підвищувати її прибуток [29].



Водночас варто додатково звернути увагу на активи та пасиви підприємства. Це відображено у таблиці 1.3. Активи та пасиви ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 роки (див. Дод. Б).

Таблиця 1.3

### Активи та пасиви ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 роки

Назва рядка	Станом на початок 2018 р. (у грн.)	Станом на кінець 2019 р. (у грн.)	Станом на початок 2020 р. (у грн.)	Станом на кінець 2020 р. (у грн.)
Усього за розділом «Необоротні активи»	16 10 547	11 823 622	16 010 547	22 109 337
Усього за розділом «Оборотні активи»	20 881 550	18 302 900	20 833 053	22 416 054
Власний капітал усього за розділом	12 458 610	14 700 877	14 700 877	17 846 796
Усього за розділом довгострокові зобов'язання і забезпечення	910 000	2 265 466	2 265 466	4 445 080
Короткострокі кредити банків	0	0	0	0

Джерело: побудоване автором на основі даних [28; 29; 30]

Згідно даної таблиці, активи та пасиви підприємства постійно зростають. Це свідчить про те, що матеріальна база постійно розширюється, збільшується кількість виробничих та господарських об'єктів підприємства, підвищується зацікавленість організації в інвестування у різні об'єкти. Водночас підприємство активно взаємодіє із банками та фінансовими установами, надаючи перевагу довгостроковим зобов'язанням перед короткостроковими, що свідчить про стабільність діяльності та зростання фінансового становища.

Крім того, торгові центри мережі нині працюють як саме торгові центри, а не просто будівельно-господарські гіпермаркети. Тож покупець може не лише купити все необхідне для дому та будівництва, але й випити кави та перекусити, купити одяг, купити ліки. Як наслідок, мережа перетворилася у зручний клієнтський сервіс [18].

На сучасному етапі організація активно розвиває онлайн-напрямок. Зокрема, «Епіцентр» має власний офіційний сайт, де споживач може переглянути основну інформацію про організацію; сторінки у соціальних мережах, де опубліковані новини та акційні пропозиції, а також за їх допомогою відбувається комунікація із користувачами; інтернет-магазин, де наявні більше 1,5 млн одиниць товарів. При цьому спочатку компанія починала із виставлення товару на партнерських платформах, лише у 2019 р. запуславши власний сервіс.

Підприємство значну увагу приділяє логістичному забезпеченню. Так, 70% всіх товарів розподіляється та зберігається на базі логістичного центру «Калинівка» (близько 100 000 м. кв.). Даний центр виконує також роль митного терміналу, оскільки у ньому здійснюється оформлення вантажів та транспорту компанії, що перетинатимуть український кордон. Крім цього, важливими є логістичні центри «Полярний» та «Віскозна», що спрямовані на зберігання та видачу замовлень клієнтів онлайн-сервісу [19].

Компанія приділяє велику увагу розвитку власного агрохолдингу. Так, аграрне підприємство «Епіцентру» розпочало свою діяльність у 2015 р. Протягом наступного року представники компанії займалися покупкою існуючих аграрних підприємств. Тож вже у 2019 р. у розвиток агробізнесу компанією було проінвестовано більше ніж 6 млрд грн. У 2020 р. компанія купила 40 000 гектарів землі у Хмельницькій області [18].

Як наслідок, станом на кінець 2022 р., компанія володіла 160 000 гектарами землі, на яких відбувалося вирощування зернових та олійних культур, а також розташовувалися 20 фермерських господарств тваринницького комплексу. На сьогодні земельний банк компанії є одним із найбільших в Україні. Так,

підприємство здійснює обробку земельних угідь у Київській, Черкаській, Хмельницькій, Тернопільській, Вінницькій областях [19].

При цьому компанія велику увагу приділяє турботі за добробутом працівників. Зокрема, на сьогодні, ТОВ «Епіцентр К» є одним із найбільших роботодавців в Україні, оскільки на підприємстві працює 34 000 працівників. Організація забезпечує працівників необхідними товарами та обладнанням, надає можливість тренуватися в одному з п'яти сучасних спортивних комплексів організації, проводить корпоративні футбольні чемпіонати. При цьому вся навчальна та професійна література надаються безкоштовно.

Компанія також приділяє увагу благодійності. Зокрема, у 2020 р. «Епіцентр» передав 22 апарати штучної вентиляції легень лікарням у різних регіонах України. Крім того, організація започаткувала проєкт, який займається відкриттям соціально-спортивних шкіл. На сьогодні такі школи вже працюють у 4 містах України, їхньою метою є надання якісного позакласного виховання дітей переважно з соціально незахищених родин [19].

На сучасному етапі період реновації переживає найбільший продавець непродуктових товарів України. Наразі відділи замінені «магазинами в магазині», які оновлені цікавим дизайном і завершеними інтер'єрними рішеннями. Ритейлер відкрив нові відділи та студії світла, сну, інтер'єрів, тощо. «Епіцентр К» розвиває такі нові напрямки, як аптеки, продуктові відділи, де можна знайти делікатеси та свіжу випічку.

Отже, ТОВ «Епіцентр К» є великою торгівельною мережею, що здійснює розповсюдження господарських та будівельних товарів. На сьогодні мережа включає як торгові центри, так і точки видачі замовлень, власні виробничі потужності, логістичні центри.

## 1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Діяльність ТОВ «Епіцентр К» неможливо уявити без імпортової діяльності. Так, організація має близько 3 500 постійних постачальників, з них 500 – іноземні партнери [18]. Водночас у зв'язку з війною Росії проти України багато магазинів довелося закрити, також це призвело до порушення логістичних шляхів та зменшення імпорту товарів до України. У сфері імпорту з'явилося ряд труднощів, зокрема, це вагоме зменшення кількості логістичних ланцюгів, через нездатність провести поставки повітряним та водним транспортом, девальвація національної валюти та коливання курсу, також зменшення попиту на товари у зв'язку з скороченням доходів та міграції населення.

Також на роботу ринку імпорту і дефіцит деяких товарів вплинуло те, що частина виробників та постачальників втратили частину свого бізнесу, або й навіть повністю, внаслідок обстрілів або окупації, або вирішили призупинити роботу до закінчення воєнного стану. Представництва, які існують та продовжують свою роботу на ринку, змінюють способи оплати та умови поставки, за для зменшення власних ризиків в умовах війни.

Звісно ми бачимо як змінився асортимент в магазинах «Епіцентр К» внаслідок впливу змін пріоритетів покупців, постачання товарів та втратою частини товарів у зв'язку з воєнними діями. Через це ми не завжди можемо задовільнити свої потреби і купити потрібний товар. Деколи потрібно чекати, щоб потрібних нам товар надіслали з іншого складу, магазину, або й навіть іншого міста, якщо мова йде про товар завезений з-за кордону.

На сучасному етапі значно збільшився імпорт електротоварів мережею. Це обумовлено тим, що з початком воєнного стану цінова політика на електротовари збільшилась з 12 до 20 відсотків. Якщо б уряд не втрутився і не прийняв рішення про критичних імпорт – ціни були б значно вищі. Бо через скасування мита на імпорт від початку війни, частково компенсувало вартість перевезення та валютні ризики. Проте попит на такі товари є, що зумовлює зростання імпорту таких товарів [19].

На початку лютого виторгнення 2022 р., у ТОВ «Епіцентр К» були великі проблеми з наявністю імпортного товару (ціни, курс валют, логістика), оскільки певні товари не входили до переліку критичного імпорту. На щастя, у компанії були створені запаси перед 8 березня, бо всі ритейлери готувалися до «високого сезону» святкових продажів. Але по певних позиціях був дефіцит, оскільки споживачі звикли користуватися якісним імпортним товаром, а залишків було не так багато [18].

Під час організації імпорту компанія має значні вимоги до нових закордонних постачальників. Перш за все вони повинні мати бажання розвиватись. Іноземних брендів, які готові просто надати товар і далі не цікавитися, і так досить. Але компанія має не тільки інвестувати в завантаження полиці товаром, але й організовувати промо-підтримку, оскільки покупець вже звик до різного роду акцій та інших видів промоції товару. Без цього продукцію не продати. Тому представники компанії залучаються до нових пропозицій і цікавих товарів.

Наприклад, у компанії вже представлені нові іноземні бренди косметики із Mr. Scrubber та Mermade. У них в портфелі дуже багато категорій товарів, і сам постачальник вже входить до перших 15 компаній цього сегменту. Крім того, українському ринку часто можна побачити таку механіку, що спершу косметичний бренд знаходить своїх клієнтів онлайн, завойовує їх довіру, і тільки після цього намагається потрапити на полиці звичайних магазинів. Для мережі це додатковий плюс: аби споживач міг купити продукцію, де йому зручно [19].

Компанія нині стверджує, що через пошкодження або повне знищення частини українських виробництв є певні проблеми з постачанням стратегічних товарів, внаслідок чого довелося відшукувати нових постачальників та виробників і орієнтуватись а імпорт з Нідерландів, Польщі, Туреччини та інших країн. Такий імпорт переважно надходить до торгових точок, що знаходяться у Львові, Ужгороді, Чернівцях, Івано-Франківську. Але і в центрі та півдні країни торговельні центри працюють й постачають покупців необхідними товарами закордонного походження.

В «Епіцентрі» зазначили, що, щоб уникнути можливого дефіциту, група компаній шукає нові можливості для диверсифікацій поставок потрібних товарів із Європи, здебільшого Угорщини, Нідерландів, Польщі та інших країн. Проте організація враховуючи проблеми із імпортом, активно переходить до співпраці із українськими виробниками. Крім того, рівень імпорту постійно зменшуються. Зокрема, якщо у 2014 році частка імпорту становила 24-25% обороту мережі, то у 2015-16 роках — 11% [26].

Велика частка імпорту товару мережі належить до меблевого напрямку. За останні п'ять років торгове направлення «Вироби з дерева», яке пропонує покупцям понад 10 000 найменувань товарів, збільшило частку продажу товарів іноземного виробництва більше як на 20%. Переважаючим є асортимент китайського, азіатського та європейського імпорту в Україну. Він є дешевим та якісним.

Сантехніка, посуд, інструменти, товари для саду та городу, керамічна плитка, іграшки, шпалери, освітлення, спортивні товари – Епіцентр пропонує тисячі товарів іноземного виробництва. Великі промислові підприємства та середній і дрібний бізнес – в торгових центрах мережі представлено лінійки товарів від підприємств різних за потужностями, але однаково – відмінної якості та кращої ціни імпортного походження.

Також значна частина імпорту мережі належить до побутової та електротехніки. Падіння імпорту техніки можна побачити тільки в окремих категоріях товару. Але, маючи деякі запаси, певний час можна задовольнити попит. Крім того, активним попитом користується техніка «першої необхідності», зазвичай у населених пунктах, де пройшло велике перенаселення людей. Це такі товари, як електроплити, пральні машинки, чайники, холодильники, портативні зарядні пристрої, обігрівачі і так далі.

ні батареї та електротранспорт. Попит на них зростає, тож збільшуються імпорт цих товарів.

До того ж в містах, де поступово повертається населення, попит стає схожий як до війни. Частіше починають купуватись телефони, комп'ютери,

телевізори, кавомашини, розважальна техніка та інше. Тож сюди завозиться більше іноземних товарів.

Вагомим кроком для України стало те, що ми отримали статус кандидата на вступ в Євросоюз. Це може призвести до того, що для населення України відкриється новий європейський ринок електронних товарів. Наприклад, для того, щоб заповучити новинки, наприклад новий електронний гаджет, людям не потрібно їхати за кордон, аби придбати цей товар кращої якості або по доступній ціні. Кордони між нашою країною та Європою не будуть такі жорсткі та спростять доступ до ринку іноземних виробників та постачальників електронних товарів. Відповідно, для імпорту буде більш доступний ринок європейських країн, що позитивно вплине на асортимент мережі [26].

Економічну ефективність імпорту можна подати наступним чином:

$E_i = B - Ц_c$ , де

$E_i$  – ефективність імпорту,  $B$  – повні витрати на придбання,  $Ц_c$  – витрати за весь період імпортного споживання товару.

Якщо взяти Польщу як провідного експортера товарів для ТОВ «Епіцентр К», то можна визначити така ефективність експорту:  $2\ 000\ 000 - (900\ 000 + 100\ 000 + 220\ 000) = 780\ 000$  грн, що свідчить про ефективність даного напрямку.

Щодо напрямку побутової техніки, який теж є одним із ключових для ТОВ «Епіцентр К», то можна отримати такі показники:

$4\ 000\ 000 - (2\ 500\ 000 + 130\ 000 + 110\ 000) = 1\ 260\ 000$  грн.

Тобто ринок побутової техніки є привабливим для імпорту у ТОВ «Епіцентр-К».

Отже, імпорт є важливим напрямком діяльності ТОВ «Епіцентр К». Зокрема, популярними серед іноземних товарів є товари з деревини, меблі, побутова техніка, електротехніка, гаджети. Проте компанія все ж зменшує рівень імпорту намагаючись розширити асортимент для вітчизняних виробників.

## Висновок до розділу 1

Таким чином, ТОВ «Епіцентр К» є мережею будівельно-господарських гіпермаркетів, що має торгівельні центри, власні виробничі потужності, логістичні центри. Підприємство постійно підвищує рівень сукупного доходу, фінансові показники, збільшує активи та пасиви. При цьому паралельно із розширенням торгових площ, організація збільшує площі земельних угідь для власного агрохолдингу, здійснює покупки інших торгових марок, розширює деревообробне та керамічне виробництво. Одночасно з цим можна зазначити, що організація активно працює над розширенням імпорту у військовий час. Так, значна частина товарів іноземного походження відносяться до категорій виробів з деревини, меблів, побутової техніки, електротехніки. Тож як тільки з'являється попит на певний товар, то підприємство починає діяльність у напрямку збільшення його імпорту. При цьому пріоритетними напрямками для імпорту на сучасному етапі є Польща, Угорщина, Нідерланди, Туреччина, Європа загалом.



## **РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇН-КОНТРАГЕНТІВ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ КВІТІВ**

### **2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку квітів**

Нині світовий ринок квітів належать до такої сфери, що розвивається однією із найшвидших та постійно поглиблюється. Це обумовлено тим, що кількість імпортерів та експортерів поступово збільшується. Тож для багатьох країн імпорт та експорт квітів є одним із основних рушіїв економіки.

На сучасному етапі основними експортерами квітів на світовий ринок є Нідерланди, Колумбія, Ефіопія, Кенія, Еквадор. Також серед експортерів збільшується кількість країн, що розвиваються. Як наслідок, конкуренція між виробниками квітів поступово посилюється [25, с. 252].

На географію світового ринку квітів впливає декілька факторів. По-перше, кліматичні умови. Квіти дуже чутливі до зміни клімату, тож під час їхнього виробництва важливим є правильний догляд та зрізання. При цьому виробники досить ретельно контролюють вологість та температурний режим. Саме тому практично неможливим є вирощування квітів у північних регіонах. Водночас доставки квітів туди теж є складною через труднощі у дотриманні умов перевезення.

По-друге, розташування країни з якої здійснюється імпорт. Так, більшість постачальників знаходяться не на території Європи, а в країнах Латинської Америки. Це ускладнює імпорт квітів з цього регіону до Північної Америки та Європи, Азії, Африки. Відповідно, одним із ключових шляхів доставки є море та океан, проте квіти належать до тієї категорії, що однієї з найшвидших піддається псуванню. При цьому морські перевезення є довготривалими [31].

По-третє, організація логістики. Організувати імпорт квітів з певної країни є складним завданням, так як необхідна значна кількість зовнішньо економічних документів, договорів, ліцензій. При цьому це необхідно забезпечити наступним

чином, щоб квіти у процесі доставки зберегли товарний вигляд, а потім були у достатній кількості реалізовані.

По-четверте, посилення європейських виробників. Нині збільшується вага саме постачальників з Європи, що орієнтовані переважно на локальний ринок. Це дозволяє швидко реалізувати та збути квіткову продукцію, побудувати зручну та швидку логістику, встановити низьку закупівельну ціну. Крім того, європейські постачальники розташовані відносно недалеко до основних квіткових центрів, що сприяє посиленню впливу на дану індустрію.

Одним із основних експортерів квіткової продукції є Нідерланди. Це обумовлено як кліматичними умовами, так і географічним розташуванням. Тож виробники квітів із Нідерландів активно експортують свою продукцію у всі країни світу, проте найбільш привабливим для них є Європейський регіон, що обумовлено широкими можливостями. Також активно поставляються квіти до США, переважно за допомогою авіатранспорту [1, с. 5].

При цьому лідируючі позиції на ринку Нідерландів пов'язані не тільки з географічними та кліматичними передумовами, а й з тим, що дана країна однією з перших почала опановувати ринок квітів. Так, Нідерланди почали експортувати свою продукцію ще у 60-тих роках 20 ст. При цьому країна активно рекламувала свої квіти, наводила їх конкурентні переваги, розширювала територію постачання. Крім того, саме постачальники з цієї держави одними з перших зрозуміли, що квіти можуть бути прибутковим бізнесом, тож заклали основи вирощування та доставляння квітів, а також започаткували квітковий аукціон та Квіткове бюро.

Нині Нідерланди збувають на квіткових аукціонах близько 60% від усієї продукції. При цьому за останні роки відбувається переважно розширення кількості насаджень у теплицях, а саме на 1200 гектарів, а насадження на відкритих площах за останні 10 років збільшилися лише на 400 гектарів. Водночас країна використовує науковий підхід до вирощування та розповсюдження квітів, а збут забезпечується за рахунок пропрацьованої

маркетингової політики. Проте проблемою є зростання витрат на парникове виробництво. Однією з переваг Нідерландів є широкий асортимент [22, с. 72].

Значно посилив на ринку квітів свої позиції також Ізраїль. Країна почала розширювати світовий ринок квітів ще з 70-тих років 20 ст. Зокрема, дана країна має перевагу у сприятливих кліматичних умовах для вирощування квітів, наприклад, за рахунок південного розташування. При цьому квіти можуть вирощуватись як на полях, так і у пластикових тунелях, які придатні для виробництва квітів цілий рік. При цьому клімат дозволяє не використовувати теплиці та опалювальні системи, що сприяє економії у витратах на собівартість вирощування квітів. Однак Ізраїль активно будує іригаційні системи, щоб забезпечувати квіткові виробництва достатнім рівнем води.

Основним напрямком експорту ізраїльських квітів є Європа. Це дозволяє використовувати зручні логістичні маршрути та доставляти квіти швидко. Водночас Ізраїль в особі уряду надав вітчизняним виробникам квітів транспортні субсидії, що дозволяє експортувати продукцію при менших транспортних витратах, отже, мати конкурентну ціну за квіти. При цьому Ізраїль на вдаються до «агресивного» маркетингу як Нідерланди, а розширює попит на власні квіти за рахунок низької ціни [4, с. 162].

Експорт із Латинської Америки переважно здійснюють такі країни як Колумбія, Еквадор, Чилі, Мексика, Болівія, Коста-Ріка, Перу. Проте попри сприятливий клімат, дані країни не мають достатньої кількості необхідного обладнання для вирощування квітів, тож закупають їх у Нідерландах та Ізраїлі. Тож фактично імпорт з Латинської Америки неможливий без поставок технологічних продуктів із Європи. При цьому основним імпортером з Латинської Америки є Колумбія, а Еквадор займає друге місце [3, с. 7].

Еквадор має сприятливі умови для вирощування квітів, зокрема необхідна температура та клімат коливаються у межах норми. При цьому еквадорські квіти вирізняються за рахунок довгого стебла та тривалого стояння після зрізання, яскравих кольорів, великих бутонів. Нині країна поставляє квіти більше ніж у 100 центрів по всьому світу.

Експорт в Азії переважно здійснює В'єтнам. Це зумовлено низькою ціною поставок та близьким географічним розташуванням до центрів постачання. До того ж у даній країні робоча сила є дешевою, що дозволяє за низькою ціною обслуговувати квіткові виробництва.

В африканському регіоні основним експортером є Ефіопія. Попри те, що більшість земель країни належать селянам, у користуванні квітників знаходиться 160 гектарів земель. Крім того, значно посилилася роль Кенії. Основними напрямками постачання обох країн є Європа та Азія. Також обидві країни мають дешеву робочу силу, що дозволяє поставляти квіти за низькою ціною.

Одним із основних імпортерів квітів на сьогодні є США. Америка переважно за допомогою авіатранспорту отримує квіти з Нідерландів, а також користується послугами інших європейських постачальників. Проте імпорт залежить від розташування певних точок США до ключових експортерів. Так, Північна, Західна та Східна частина США користуються імпортом з країн Європи, тоді як Південна частина США, зокрема Маямі, імпортує квіти переважно з Колумбії. Як наслідок, США імпортує квіти як з Європи, так і з Латинської Америки. При цьому основними імпортерами для США є Нідерланди та Ізраїль.

Водночас США інвестує багато коштів у розвиток квітництва саме у Європі. Це дозволяє отримувати квіти за нижчою ціною, ніж під час замовлень із Латинської Америки. Водночас США у такому разі активно просуває продажі саме європейських квітів на своїй території. Станом на початок 2023 р. 87% квітів на ринку США є імпортними. При цьому порівняно із 2021 р., у 2022 р. імпорт квітів до США зріс на 13% [10].

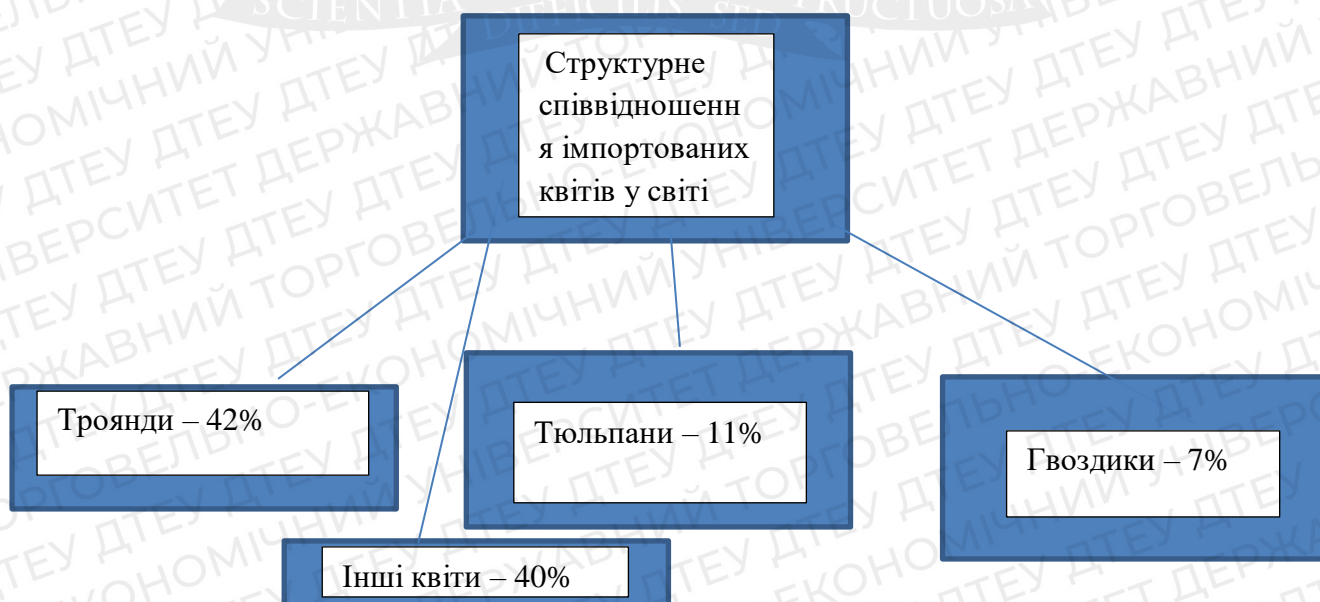
В азійському регіоні квіти імпортуються переважно у такі країни як Китай, Японія, Тайвань, Південна Корея. Квіти переважно до них доставляються із Європи. Проте всередині регіону основним постачальником є В'єтнам. При цьому розвиток квіткового ринку імпортери з даного регіону розпочали лише наприкінці минулого століття, почавши робити поставки із Нідерландів

здебільшого. Зацікавлення у цьому ринку пов'язано із розвиток економіки даного регіону [32].

Досить помітною тенденцією зменшення частки ринку Нідерландів. Нині дана країна забезпечує лише 52% світових поставок квітів замість 58% ще 10 років тому. При цьому поступово розширюється вплив африканських країн, як наприклад, Ефіопії та Кенії. Нині частка колумбійського експорту досягла 15%.

Наразі простежується тенденція щодо зростання обсягів експорту квітів морем. Це вигідно, адже дозволяє завантажити великі обсяги квітів одночасно. Так, один контейнер може вміщувати до 150 000 квітів. Попри цьому одне судно може вміщати як десяток, так і сотню таких контейнерів. При цьому перевезення судном не потребує розробки складних логістичних маршрутів та дозволяє зменшити вартість квітів за рахунок дешевого транспортування. Так, перевезення морським судном коштує вдвічі дешевше ніж повітряним, хоч і забирає більше часу [15, с. 10].

Серед квітів, які імпортуються з інших країн, простежується наступна тенденція. Це відображено на Рис. 2.1.1. Структурне співвідношення імпортованих квітів у світі.



**Рис. 2.1 Структура імпортованих квітів у світі**

Джерело: побудовано автором на основі даних [15, с. 11]

Як можна побачити з даного рисунку, найбільше квітів імпортується у структурному розрізі саме троянд. Інші види менш замовляються. Це спричинено як умовами вирощування, так і популярністю певних видів квітів, їхньої стійкістю, здатністю витримувати температурні коливання.

Станом на початок 2023 р. світовий ринок квітів оцінювався у 22 млрд. дол. При цьому на ринку задіяно 180 країн світу. Загальною тенденцією є розширення ринку щорічно на 5-7% [22, с. 73].

Загалом структуру світового експорту можна продемонструвати наступним чином. Це відображено на Рис. 2.2. Структура світового експорту квітів у 2022 р.



**Рис. 2.2 Структура світового експорту квітів у 2022 р.**

Джерело: побудовано автором на основі даних [15, с. 5]

Як можна побачити з рисунку, частка ринку Нідерландів становить 49%, Колумбії 7%, Німеччина та Італія по 5%, Еквадор – 4%. [25, с. 256] Саме ці країни експортують до 70% від усього обсягу виробництва квітів. Відповідно, наявність

потужних гравців на європейському ринку свідчить про привабливість цього напрямку.

Щодо імпорту, то результати можна представити на Рис. 2.3. Структура світового імпорту квітів у 2022 р.



**Рис. 2.3 Структура світового імпорту квітів у 2022 р.**

Джерело: побудовано автором на основі даних [1, с. 14]

Відповідно до рисунку, позиції розподілилися так, що Німеччина імпортує 17% квітів, Нідерланди 12%, США 11%, Франція 9%, Велика Британія 8%. Ці країни імпортують 57% від усього квіткового ринку [22, с. 74]. При цьому Україна як імпортер займає лише 3% у всьому світовому імпорті.

Загалом динаміку структури світового імпорту квітів за кілька років можна представити наступним чином:

2018 р. – Німеччина (13%), США (9%), Франція (7%), Нідерланди (6%), Велика Британія (4%).

2019 р. – Німеччина (14%), США (10%), Франція (8%), Нідерланди (8%), Велика Британія (7%).

2020 р. – Німеччина (16%), Нідерланди (11%), США (10%), Франція (9%), Велика Британія (9%).

2021 р. – Німеччина (17%), Нідерланди (11%), США (11%), Франція (10%), Велика Британія (9%).

З цього слідує, що показники світового імпорту практично не змінювалися за останні роки. Тобто світові лідери з імпорту суттєво не мінялися своїми позиціями. Це означає, що імпорт квітів спрямований здебільшого у напрямку Західної Європи, Північної Європи, Америки. При цьому найбільші імпортери є одночасно і найбільшими експортерами, що свідчить про те, що споживання квітів тісно пов'язане із їх виробництвом.

Загалом у світі зареєстровано 227 виробників квітів, а також 500 дрібних постачальників [1, с. 22]. При цьому проблемами даного ринку є підвищення ціни на землі та обслуговування вирощування квітів, наявність тіньового бізнесу, відсутність кваліфікованих кадрів, необхідність виготовлення великої кількості документів для імпорту та експорту.

Імпорт квітів виявляється у таких аспектах. Нетарифне регулювання. Нетарифне регулювання являється групою заходів заборонено-обмежувального характеру, що можуть певним чином обмежити імпорт товарів чи послуг на внутрішній ринок країни або взагалі заборонити його. Сюди відноситься заборона на імпорт квітів без необхідних фіто-санітарних документів та із зон екологічного лиха.

Тарифне регулювання передбачає виставлення митного тарифу на певні категорії імпорту квітів. Тарифне регулювання передбачає наявність певної відсоткової ставки, яка залежить від вартості товару та його обсягу, специфіки. Така система дозволяє встановлювати чіткі мита на кожну партію квітів.

Отже, можна зробити висновок, що світовий ринок квітів є досить динамічним. Лідруючі позиції у ньому займають Нідерланди, проте Кенія та Ефіопія, Еквадор та Колумбія, поступово посилюють свій вплив. При цьому найбільшим імпортером квітів у світі є США.



## 2.2. Оцінка перспектив імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» з Європи

Український квітковий ринок є досить залежним від імпорту. Так, 90% квітів в Україні є імпортними. Крім уже зазначених Нідерландів, багато квітів імпортуються з Туреччини (гвоздики). Водночас основними імпортерами для України вже тривалий час виступають Польща, Бельгія, Еквадор, Іспанія, Італія, Ізраїль, Німеччина. Проте саме Нідерланди забезпечують 90% українського ринку імпортованих квітів продукцією [7, с. 12].

Також для України важливим партнером є Польща. Це обумовлено як територіальною близькістю, так і умовами для постачання, низькими закупівельними цінами. Крім того, Польща пропонує широкий асортимент квітів та активно сприяє у їх реалізації. Також взаємодія з даною країною можлива за рахунок спільного українсько-польського підприємства «Укрфлора». Переважно підприємство імпортує троянди, яких пропонує більше 80 видів.

Загалом Україна імпортує квіти з 20 країн світу. Серед яких також можна виокремити Ізраїль, ПАР, Колумбію, Марокко. Крім того, Україна є активним учасником світового квітового ринку. Зокрема, у 2022 р. експорт приніс Україні 4 мільйони доларів (75 місце у світі), а імпорт коштував 27 мільйони доларів (57 місце у світі). Тож імпорт суттєво перевищує експорт, що дозволяє говорити про залежність українського ринку від міжнародного.

Український ринок при цьому постійно зростає. Якщо у 2017 р. було імпортовано квітів на 190 мільйонів доларів, то вже через рік на 205 мільйонів доларів. Крім того, у 2022 р. основними країни з яких було здійснено імпорт стали Нідерланди, Колумбія, Ефіопія, Еквадор, Кенія, Малайзія [21, с. 22].

Якщо говорити про реалізацію квітів, то близько 60% від усього імпорту реалізовується у великих торгівельних мережах. Зокрема, у мережі «Епіцентр К». Гіпермаркети активно розпродають імпортовані квіти демонструючи кожного року позитивну динаміку. Зокрема, можна навести наступні таблиці. Таблиця 2.1. Структура імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» у сегменті зрізаних квітів за 2018-2020 роки.

Таблиця 2.1

### Структура імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» у сегменті зрізаних квітів за 2018-2020 роки

Рік	Лілії	Тюльпани	Хризантеми	Гвоздики	Інші квіти
2018	87%	7%	2%	2%	2%
2019	83%	10%	3%	2%	1%
2020	70%	15%	5%	5%	5%

Джерело: побудовано автором на основі даних [1, с. 13]

Тобто, з даного переліку видно, що зростає асортимент квітів. Попри популярність саме лілій стрімко зростає, також зростає імпорт інших квітів, що дозволяє запропонувати покупцям широкий вибір товару різної цінової категорії. Це дозволяє підвищувати відсоток реалізації на 5% щорічно. Одночасно з тим, основними країнами з яких мережа імпортує зрізані квіти є Нідерланди, Еквадор, Італія, Ізраїль, Німеччина. Під час імпорту мережа користується послугами таких постачальників як «Укрфлора», «Екзотік Флора», «Камелія». Тобто імпорт напряму не відбувається. Загалом імпорт зрізаних квітів сягає 30% у сегменті «Квіти та рослинництво». Мережа пропонує споживачам квіти низької, середньої, високої цінових категорій [3, с. 9].

Найбільшим за часткою імпорту є сегмент «Квіти у горщику». Торгівельна мережа у розрізі «Квіти та рослинництво» імпортує для реалізації у власних гіпермаркетах 60% цього сегменту. Мережа імпортує квіти у горщиках середньої цінової категорії. Країнами з яких імпортуються ці квіти є Данія, Угорщина, Польща, Нідерланди. Під час здійснення операцій імпорту мережа користується послугами компанії «Камелія».

У наступній таблиці можна представити такі дані. Таблиця 2.2. Структура імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» у сегменті горщиків квітів за 2018-2020 роки.

Таблиця 2.2

### Структура імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» у сегменті горщикові квіти 2018-2020 роки

Рік	Фаленопсис	Нарцис	Гіацинт	Кактус	Інші квіти
2018	65%	24%	6%	4%	1%
2019	68%	23%	5%	3%	1%
2020	69%	22%	6%	2%	1%

Джерело: побудовано автором на основі даних [1, с. 14]

Тобто можна бачити, що імпорт квітів мережі здебільшого спрямований на Фаленопсис. Це спричинено тим, що імпортери пропонують широкий асортимент цих квітів, вони непримхливі, їх можна розміщувати у горщиках у приміщенні та на вулиці, мають невисоку закупівельну ціну.

Водночас в Україні активно зростає рівень імпорту сукулентів. Ці рослини є непримхливими та мають широкий асортимент. «Епіцентр К» у структурі імпорту має частку сукулентів у 0,3-0,5% [15, с. 25].

Наступною категорією є «Посадковий матеріал». Тут частка серед сегменту «Квіти та рослинництво» у мережі складає 5%. Основними країнами з яких імпортується посадковий матеріал є Нідерланди, Німеччина, Велика Британія, Японія, Данія. Імпорт здійснюється за допомогою постачальників «Камелія» та «Гарди» [11].

Загалом в Україні імпорт посадкового матеріалу складає 99%. Це обумовлено як технологічною складністю вирощування цибулин та насіння, так і несприятливими кліматичними умовами. Окрім «Епіцентру К», посадковий матеріал реалізовується у інших великих гіпермаркетах, садових магазинах, квіткових кіосках.

У наступній таблиці можна представити такі дані. Таблиця 2.3. Структура імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» у сегменті посадковий матеріал за 2018-2020 роки.

Таблиця 2.3

**Структура імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» у сегменті посадковий матеріал 2018-2020 роки**

Рік	Тюльпани	Гіацинти	Лілії	Гладіолуси	Інші квіти
2018	70%	11%	8%	8%	3%
2019	76%	13%	7%	3%	1%
2020	80%	9%	6%	4%	1%

Джерело: побудовано автором на основі даних [1, с. 14]

Тобто можна простежити, що імпорт тюльпанів лише зростає, що свідчить про попит на цю позицію. Проте на інші квіти імпорт зменшується, особливо якщо говорити про гладіолуси. Імпорт посадкового матеріалу інших квітів є низьким. При цьому потужно зростає ринок розсади.

Наступною категорією є «Декоративні квіти». У структурі імпорту категорія складає 5%. Основними країнами з яких здійснюється імпорт є Нідерланди, Данія, Польща, Німеччина, Франція, Італія. Мережа імпортує декоративні рослини через постачальника «Деко» [11].

Серед основних різновидів категорії у покупців користуються популярністю квіти для дорошування. Загалом в Україні 40% декоративних квітів є імпортованими. Це обумовлено складною технологією вирощування, відсутністю в Україні великих розсадників, відсутністю необхідних спеціалістів.

Особливою популярністю користується еustoma. Еustoma має міцні та витончені стебла. Листя овальне сірого або сизого відтінку. Еustoma – дуже красива рослина, вважається багаторічною, але в наших краях це в основному однорічні або дворічні рослини. Еustomu можна вирощувати і з насіння, краще її купити в вазоні. Можна вирощувати як садову, так і як кімнатну рослину, але для цього необхідно забезпечити еustomi потрібні умови.

У наступній таблиці можна представити такі дані. Таблиця 2.4. Структура імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» у сегменті декоративні квіти за 2018-2020 роки.

Таблиця 2.4

**Структура імпорту квітів ТОВ «Епіцентр К» у сегменті декоративні квіти за 2018-2020 роки**

Рік	Еustoma	Хамедорея	Кортадера	Гіпсофіла	Інші рослини
2018	40%	34%	21%	4%	1%
2019	43%	31%	18%	4%	4%
2020	44%	28%	16%	8%	4%

Джерело: побудовано автором на основі даних [1, с. 15]

Тобто популярністю переважно користуються для імпорту еustoma та хамедорея, що пов'язано із зовнішнім виглядом та неприхитливістю. При цьому імпорт таких рослин є важливим, оскільки в Україні вирощування декоративних рослин є складним процесом.

На сьогодні можна визначити такі можливості для імпорту квітів з Європи ТОВ «Епіцентр К». По-перше, збільшення частки імпорту у категоріях «Декоративні квіти» та «Посадковий матеріал». Нині попит на дані категорії невпинно зростає. До того ж існує лише кілька країн постачальників, що дозволить залучити європейських виробників та розширити вітчизняний ринок. При цьому основними постачальниками тут є Німеччина та Данія, які пропонують продукцію за низькою ціною. Також можна запропонувати нарощувати співпрацю із Польщею та Грузією, які мають широкий асортимент та низькі закупівельні ціни [11].

По-друге, орієнтація на власний імпорт. Нині «Епіцентр К», як і великі мережі, орієнтуються на роботу із постачальниками чи спільними українськими та закордонними компаніями. Проте це збільшує вартість товарів при продажах. Було б доцільно збільшувати рівень закупівель саме за допомогою власного імпорту, застосовуючи наявні логістичні можливості. Крім того, при організації імпорту з Європи, можливо розробити оптимальні логістичні маршрути та використати власний автопарк [13, с. 8].

По-третє, розширення асортименту горщиків квітів. Мережа пропонує широкий вибір горщиків квітів, що відповідає концепції гіпермаркету, так як він позиціонує себе як мережа торгівельних центрів для дому та затишку. При цьому саме 60% імпорту мережі є горшковими квітами. Одночасно з тим, найбільше імпортується Фаленопсис. Тож доцільним є значне розширення асортименту [14, с. 52].

По-четверте, розширення співпраці із сусідніми країнами. Зокрема, Україна може імпортувати квіти із Польщі, Угорщини, Молдови. Дані країни пропонують низькі закупівельні ціни та широкий асортимент квітів [21, с. 18]. При цьому «Епіцентр К» вже має налагоджену співпрацю із Польщею щодо імпорту з неї квітів. Крім того, Україна імпортує гвоздики із Туреччини, тож може налагодити співпрацю із цією країною також.

Отже, Україна має розвинений ринок імпортованих квітів. Саме 90% асортименту українського ринку є завезеним. Водночас спостерігається активна співпраця із такими країнами як Польща, Бельгія, Еквадор, Іспанія, Італія, Ізраїль, Німеччина, Нідерланди, Туреччина. Дана тенденція дотримується і мережею «Епіцентр К».

## **Висновок до розділу 2**

Таким чином, ринок квітів є досить насиченим. На сьогодні на ньому присутніми є 180 країн. Основними експортерами квітів на світовий ринок є Нідерланди, Колумбія, Ефіопія, Кенія, Еквадор. До імпортерів можна віднести США, Нідерланди, Німеччину, Францію, Велику Британію. Щодо тенденцій, то можна відзначити зменшення частки Нідерландів та зростання обсягу транспортування квітів морем.

Україна не відстає від світових тенденцій. 90% українського ринку є імпортованим та на 90% забезпечується імпортом з Нідерландів. Основними країнами з яких імпортуються квіти є Нідерланди, Колумбія, Ефіопія, Кенія, Еквадор. Переважно імпортовані квіти реалізуються у великих торгівельних

мережах. Зокрема, «Епіцентр К» імпортує через посередників квіти зрізані, у горщиках, декоративні квіти, посадковий матеріал. При цьому мережа імпортує квіти з таких країн як Нідерланди, Данія, Польща, Німеччина, Франція, Італія, Велика Британія, Еквадор, Японія, Ізраїль, Угорщина. Проте основні обсяги імпортуються із Європи. Все це створює позитивні передумови для налагодження імпорту квітів зі європейського регіону.



### **РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» КВІТІВ З ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН**

#### **3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн**

Враховуючи вищевикладене у другому розділі, можна визначити, що перспективним регіоном для імпорту квітів є Європа. Зокрема, доцільно визначити як основну країну з якої можна здійснювати імпорт - Польщу. Вибір зумовлений наступними чинниками.

По-перше, територіальна близькість. Польща є однією з найближчих країн Європи до України, а також з даною державою є найдовший європейський кордон, що дозволяє здійснювати імпорт через декілька пунктів пропуску. До того ж від Києва до польсько-українського кордону відстань складає у межах 800 км, що дозволяє говорити про близькість. Отже, організація імпорту з даної країни квітів може реалізовуватися швидко та за своєчасний період, що дозволяє доставити квіти із збереженням товарного вигляду [5, с. 40].

По-друге, широкі логістичні можливості. Україна має із Польщею різні шляхи сполучення. Зокрема, це автомобільні та залізничні дороги. Відповідно, імпорт можливо забезпечувати різним сполученням. При цьому як на і в Польщі, так і на Західній Україні біля польських кордонів, знаходиться ряд логістичних та складських приміщень. Саме тому як наявні різні шляхи доставки, так і достатньо хабів для зберігання продукції [6, с. 6].

По-третє, широкий вибір продукції. Польща не тільки є виробником квітів, але й імпортером квітів. Саме тому, зв'язки з Польщею як з країною-імпортером, є для України перспективними. Крім того, Польща виготовляє як зрізані квіти, так і в горщиках, декоративних квітів, посадкового матеріалу. Водночас саме з Польщі Україна поставляє найбільше горщиківих квітів та декоративних квітів, що говорить про розширення даного ринку, а також можливості для імпорту [23, с. 11].



По-четверте, низька купівельна ціна. Польща пропонує квіткову продукцію за однією з найнижчих цін порівняно з іншими країнами. Зокрема, середня закупівельна ціна однією штуки квіткової продукції рівна 1 євро, при тому така ж штука коштує при імпорті з інших країн 1,50-2,0 євро. Тож Польща є вигідною у плані постачання [24, с. 16].

По-п'яте, напрацювання зв'язків із Польщею. Польща вже давно співпрацює із «Епіцентром К» в аспекті імпорту. Торгова мережа має ряд партнерів із польської сторони, а також працює із постачальниками, що тісно пов'язані із Польщею. При цьому варто відмітити, що «Епіцентр К» також працює із українсько-польськими квітковими компаніями, тож розширення співпраці буде лише перевагою.

Варто відмітити, що з початком вторгнення росії від 24 лютого 2022 р., митні правила в Україні змінилися. Також було знято вимоги про сплату мита щодо ввезення товарів із-за кордону, що обумовлено намаганням влади стимулювати розвиток економіки країни. При цьому квіти належать до тієї категорії, при ввезенні яких, не потрібно сплачувати мито. Крім того, щодо постачання квітів, то відсутні обмеження у кількості ввезеного товару, адже він не шкодить вітчизняним виробникам та не є стратегічним. Тобто з української сторони жорстких правил немає.

При цьому обов'язковою умовою перетину кордону з Україною є наявність документів, що підтверджують країну походження; фіто-санітарні документи; наявність попередньої митної декларації [20]. У разі відсутності даних документів, українська сторона звертається до польської сторони щодо підтвердження реєстрації даного постачальника та законності його діяльності, сама ж компанія отримує штраф за відсутність документального підтвердження документів [16].

Польща не має обмежень щодо обсягу імпорту з неї. Відповідно, вимог щодо квіткової продукції теж немає. Це дозволяє імпортувати з Польщу достатню кількість квітів.

Митна політика країни є фіксованою. Митний податок на імпортовану продукцію будь-якої категорії у розмірі 23% сплачується до продажу товарів, у момент їх ввезення до України. Платниками ПДВ стають усі імпортери товарів з країни. Для перевірки реєстрації платника, в Польщі є спеціальний сервіс, щоб контрагенти могли оцінити безпеку співпраці з компанією українського походження. При цьому у Польщі дозволено сплачувати митний податок ще до перетину кордону, для цього діють спеціальні онлайн-сервіси.

Крім того, Польща при перетині кордону вимагає як і українська сторона, наявність документів, що підтверджують країну походження; фіто-санітарні документи; наявність попередньої митної декларації. Особливо вимогливо Польща ставиться до фіто-санітарних документів, оскільки певні категорії рослин у країні заборонені до вивезення [17].

Можна зазначити, що для здійснення імпорту з Польщі «Епіцентр К» володіє достатніми ресурсами. Так, компанія має відділ менеджменту, де за імпорт продукції відповідають імпортні менеджери. Для організації імпорту достатня робота двох менеджерів. Вони зможуть налагодити постачання квітів за допомогою українсько-польських квіткових компаній, розробити оптимальні шляхи постачання продукції, організувати імпортні поставки. Крім того, компанія володіє потужною базою експортерів та імпортерів, що дозволяє швидко організувати імпорт. До того ж має напрацювання у імпорті квітів із Польщі.

Варто відзначити, що компанія володіє достатніми фінансовими ресурсами для здійснення імпорту. Так, можна організувати пробний імпорт 500 штук квітів, що дозволяє визначити потребу у даному ринку. Доцільно здійснити імпорт квітів із категорії «Горщиківі квіти» та «Декоративні квіти», оскільки попит на дані категорії широко зростає у вітчизняному ринку. Можна замовити партію із 350 горщиківих квітів та 150 декоративних квітів. Вартість закупівельна квітів у горщиках, а саме Фаленопсису складає 1.50 євро за штуку, тоді як декоративних квітів, а саме Еустома, 2.50 євро за штуку.

Тож компанії для реалізації імпорту потрібно фінансових ресурсів у розмірі 525,0 євро та 375,0 євро. Загалом партія квітів коштуватиме компанії 900 євро за закупівельними цінами або ж 36 000 грн за теперішнім курсом. Дана вартість є достатньою для компанії без залучення додаткових фінансових ресурсів.

Логістичне забезпечення доцільно здійснювати за допомогою автомобільного перевезення. Це швидкий спосіб доставки продукції за мінімальний час. При цьому як і в Польщі, так і на території Західної України є велика кількість логістичних хабів. Всі необхідні документи можна оформити через підприємство постачальника.

Серед виробників квітів, з якими можна почати співпрацю є наступні:

JMP Flowers GP sp. z o.o являється найсучаснішим та найбільшим виробником горшкових та зрізаних рослин (квітів) в Польщі. Це підприємство у виробництві використовує нові технології вирощування квітів, у висновку чого являються лідерами ринку серед виробників Європи та Польщі впродовж багатьох років.

*Flagma* є одним із найбільших виробників декоративних та горшкових квітів у Польщі. Одним із лідерів на ринку серед виробників квітів в Польщі та Європи (Люблін) [2].

Тобто можна визначити шляхи постачання із Любліна, де знаходяться головні офіси та теплиці даних виробників, до Києва, де знаходиться головний офіс «Епіцентр К». Загальний шлях від одного до іншого міста складає 640 км. Якщо перевести це у годинах, то отримуємо 9 годин. Проте враховуючи черги на кордонах, оформлення необхідних митних документів, необхідність відпочинку водії та розміщення квітів у логістичних хабах, то доцільно розраховувати на 2-3 дні доставки.

Наступним кроком в організації імпорту є пошук потенційних партнерів. Станом на сьогодні можна визначити наступних бажаних партнерів компанії щодо постачання. Це організації, що є україно-польськими партнерами, мають

спільну організаційну структуру, спеціалізуються на імпорті та експорті квітів з Польщі та України.

Шорт-лист даних компаній наступний.

1. FlowersUa. Компанія є однією з найбільших в Україні, що спеціалізується на організації логістики квітів. Працює як з мережевими компаніями, так і із спеціалізованими квітковими точками. Організація здійснює експортні та імпортні операції, повністю займається оформленням митних та дозвільних документів на ввезення квітів в Україні, забезпечує організацію логістики поставки квітів.

2. Flora. Компанія здійснює доставку квітів із Польщі у різні регіони України. Перевагою організації є детальне пропрацювання маршруту та визначення найдешевшого способу доставки квітів за мінімальний час. Підприємство забезпечує дешевий збут квітів та пропонує мінімальні ціни за свої послуги, як наслідок, замовник має можливість реалізувати збут за максимально вигідною ціною.

3. Оптова гуртівня квітів. Компанія займається доставкою квітів оптовими партіями у різні куточки України з Кенії, Нідерландів, Еквадору, Колумбії, Польщі. За рахунок пропрацьованої логістики, підприємство здійснює поставки квітів за мінімальний час та доступною ціною. Швидкість організації імпорту залежить від обсягу партії та можливості своєчасно оформити необхідні торговельні документи.

4. КвітоСвіт. спеціалізується на доставці посадкового матеріалу, квітів у горщиках, декоративних квітів. Організація співпрацює з рядом іноземних компаній щодо поставки оптових партій за закупівельними цінами.

5. Укрфлора. Польсько-українська компанія, яка спеціалізується на імпорті квітів з більше ніж 20 країн світу. Організація має широкий вибір кімнатних квітів, а саме горщиківих та декоративних. При цьому компанія має базу імпортерів та експортерів квітів, а також співпрацює з «Епіцентром К» [2].

В аспекті співпраці найкращим варіантом є вибір постачальника «КвітоСвіт». Це обумовлено тим, що «Епіцентр К» вже співпрацює з даною

компанією щодо доставки зрізаних квітів. Проте розширення імпорту до горщикових та декоративних квітів дозволить лише розширити співпрацю між компаніями та дозволить створювати нові можливості роботи.

Так, КвітоСвіт активно налагоджує імпорт квітів з європейських країн. Зокрема, імпортує квіти з Нідерландів, Німеччини, Ізраїлю. При цьому розвиток доставки з Польщі в Україну квітів є для підприємства пріоритетним. Це пов'язано з тим, що організація є спільною польсько-українською компанією, Польща має широкий ряд виробників декоративних та горщикових квітів, польська сторона пропонує великий асортимент квітів за низькими цінами. До того ж Польщі зручно організувати поставки квіткової продукції.

Також варто акцентувати увагу на співпраці із «Укрфлора». Це організація, що пропонує широкий асортимент квітів за низькими закупівельними цінами, при цьому має налагоджені шляхи доставки. До того ж «Укрфлора» є постійним партнером «Епіцентр К» та має як власні мережеві точки збуту, так і активно представлена у соціальних мережах [2].

Тож визначившись із партнерами та виробниками, доцільно розробити графік імпорту, що можна продемонструвати на Рис. 3.1. Графік імпорту горщикових та декоративних квітів з Польщі.



**Рис. 3.1. Графік імпорту горщикових та декоративних квітів з Польщі**

Джерело: побудоване автором на основі власного дослідження

З цього слідує, що передбачена 1 поставка квітів з Польщі до України. Доставка пробної партії дозволить виявити чи є достатній попит на дану продукцію, чи можливо своєчасно реалізувати квіти у горщиках та декоративні, які проблеми наявні у логістиці саме цих товарів.

Проте важливо не тільки швидко доставити товар та реалізувати його, але й створити маркетинг-кит для подальшого просування продукції та позиціонуванні його на ринку. Можна запропонувати наступний варіант маркетинг-кита.

Дуже часто при облаштуванні будинку ми думаємо про те як створити затишок у ньому. Тому купуємо різноманітні меблі, предмети декору, статуєтки. Проте часто бажаного ефекту не отримуємо, адже лише згодом розуміємо, що справжній затишок у домі можуть створити лише квіти.

Нині турбота про природу та бажання зробити вклад у розвиток екології стимулює людей все більше людей купляти квіти у горщиках. І все більшої популярності набуває Фаленопсис. Це багаторічна трав'яна рослина, що є різновидом орхідей.

Переваги цих квітів помітні відразу: вони мають яскравий зовнішній вигляд, невибагливі до умов, здатні витримувати перепади температури та довгу відсутність води. Тому залишивши такі квіти на підвіконні без довгого поливу, господар може не хвилюватися – вони не зів'януть. Крім того, за ними непотрібний ретельний догляд та підбирання відповідного ґрунту.

Фаленопсис добре росте в приміщеннях із достатньою вологістю повітря та нерідко страждає, коли в кімнаті переважають сухі повітряні потоки. Створити сприятливі умови допоможе використання зволожувача, що особливо актуально в опалювальний сезон із гарячими батареями.

Це тропічна рослина, тому погано переносить зниження температури нижче 15–17°C у приміщенні, де росте. Контролювати температурний режим вам допоможе звичайний побутовий термометр.

Також нині популярними є декоративні квіти. Їх можна вирощувати як у горщиках, так і у садах. Вони мають яскравий вигляд та є досить витонченими, що надає квітам екзотичного вигляду. Особливо в Україні господиням та господарям полюбилися Еустоми, що мають білі, рожеві, пурпурові кольори бутонів.

Еустоми є як однорічними, так і багаторічними трав'яними рослинами. Вони мають міцні стебла та широкі листки, при цьому виглядають децю екзотично.

Кімнатні сорти є досить примхливими квітами, яким потрібне постійне освітлення і доступ кисню. У приміщенні необхідно підтримувати температуру

повітря 19-22 градусів, а також не забувати її регулярно провітрювати. Полив проводиться не надто часто. Вода повинна бути відстояною. Листя не потрібно обприскувати, щоб не спровокувати будь-які захворювання. Підживлення рослини починають здійснювати при формуванні бутонів і швидкому зростанні стебел. Можна використовувати рідкі комплексні добрива. Дотримання всіх умов забезпечить Еустомі здоровий розвиток і повторне цвітіння через кілька місяців.

**Примітка.** Постачальниками квітів у горщиках та декоративних є польські виробники *JMP Flowers GP sp. z o.o.* та *Flagma*.

*JMP Flowers GP sp. z o.o.* є найбільшим і найсучаснішим виробником зрізаних та горшкових квітів у Польщі. Дане підприємство у своїй діяльності використовує новітні технології вирощування завдяки цьому протягом багатьох років є лідерами ринку серед виробників квітів в Польщі та Європи (Люблін).

*Flagma* є одним із найбільших виробників декоративних та горшкових квітів у Польщі. Підприємство є одним із лідерів на ринку серед виробників квітів в Польщі та Європи (Люблін).

Просування квітів можна забезпечити за рахунок розміщення інформації про квіти на офіційному сайті «Епіцентр К» та у соціальних мережах компанії, інтернет-видань, друкованих та онлайн видань садівничого та квітникарського напрямку. Гіпермаркетам доцільно позиціонувати дані квіти як непримхливі, доступні за вартістю, багаторічні, яскраво за зовнішнім виглядом, бажані у кожному інтер'єрі. Також варто зробити наголос на тому, що виробники квітів є лідерами у Польщі, тож мають усі необхідні сертифікати та документи фітосанітарного контролю. Крім того, такі квіти є хорошим подарунком найріднішим людям.

Отже, було виявлено, що імпорт квітів з Польщі дозволить розширити асортимент «Епіцентр К» в аспекті горшкових та декоративних квітів, на які нині зростає попит. Було визначено постачальників та виробників з якими буде



здійснюватися співпраця, розроблено медіа-кит, сформовано графік імпорту продукції.

### **3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів з європейських країн**

Важливо зазначити, що основну роль в організації імпорту квітів займає контракт. Він включає наступні положення: дата та місце підписання договору, предмет договору, конкретна інформація про товар, умови постачання та спосіб розрахунку, вартість товару, права та обов'язки сторін, відповідальність сторін, строк дії договору, інші умови.

До розділу «Предмет договору» відносяться обов'язки щодо постачання та отримання вантажу, а також обов'язки та права обох сторін відносно товару. Розділ «Відомості про товар» містить конкретну інформацію про товар, його модельний ряд, кількість товару, умови поставки. У розділі «Умови постачання» вказана дата постачання, а також адреса постачання, особливості набуття права власності на товар. «Ціна та порядок розрахунків» визначає особливості оплати за товар, його загальну вартість, порядок оплати. «Права та обов'язки сторін» являється одними із найважливіших пунктів договору та визначає права та обов'язки сторін.

Відповідальність сторін» визначає наслідки за невиконання сторонами домовленостей та межі компетентностей сторін. У розділі «Зміна умов договору та інші положення», де прописані умови зміни договору, його розірвання, форс-мажорні обставини.

В кінці вказують реквізити сторін, де уточнюють адреси Покупця та Продавця, контакти та пізписи з ПІБ відповідальних осіб.

Цей договір складений з врахуванням специфіки товару та зовнішньоекономічної діяльності двох сторін. Форс-мажорні обставини при цьому враховуються.

Визначення екзогенних, ендегенних ризиків, контрактних ризиків, є одним із найважливіших аспектів, який необхідно врахувати при розробці контракту та організації імпорту. Адже будь-який неправильно врахований чинник, може згодом вплинути на всю логістику, організацію імпорту, збут, реалізацію продукції [12, с. 80].

Для організації імпорту було створено необхідні документи (див. Дод. В, Д, Е, К). Їхнє використання дозволить ефективно організувати імпорт квітів із Польщі.

Зокрема, до екзогенних чинників можна віднести такі, які мають зовнішню форму походження. При імпорті це такі фактори як зміна регуляторної та митної політики країни-імпортера, зміна на світовому ринку квітів основних імпортерів та експортерів, несприятливі кліматичні умови, затримка на кордоні. Власне несприятливі кліматичні умови є тим фактором, який не підлягає регулюванню. Адже через даний чинник може бути обмежений обсяг імпорту, а імпортні операції можуть бути скасовані.

Проте екзогенні фактори мають низький рівень ризику. Польща перебуваючи відносно нещодавно на світовому ринку квітів встигла зарекомендувати себе як надійний постачальник квіткової продукції. Крім того, митна та регуляторна політика даної країни є практично незмінною та орієнтується на європейські практики.

До ендегенних факторів можна віднести такі, які мають внутрішнє походження. Це зміна митної та регуляторної політики України, погіршення економічної ситуації в Україні, закриття доріг та маршрутів доставки через військові дії, девальвація. На жаль, дані фактори мають високий рівень ризику. Так, через стан війни, пошкодження шляхів доставки продукції та логістичних хабів, валютні зміни, підлаштування економіки та імпоротної політики під «військовий час» є цілком реальними. При цьому одним із найбільших ризиків є перекриття та знищення доріг, а також обстріли, що впливає на швидкість доставки продукції та логістику.

Контрактні ризики є досить малоімовірними. Це фактори, пов'язані із зміною умов контракту, форс-мажорними обставинами, зміною прав та відповідальності сторін. При детально розписаному контракті, такі ризики є мінімальними. Проте важливо враховувати війну в Україні, як той фактор, що здатний вплинути на дотримання обома сторонами своїх домовленостей у договорі. При цьому розірвання контракту теж має відбуватися згідно установлених правил у визначеному договорі [12, с. 80].

Здійснимо обчислення ефекту та ефективності імпорту квітів з Польщі в Україну ТОВ «Епіцентром К». Імпорт товару буде здійснено на умовах EXW. В таблиці 3.1 зазначено умови імпорту товару ТОВ «Епіцентр К».

Таблиця 3.1

### Умови угоди імпорту товару ТОВ «Епіцентром К»

Найменування товару	Свіжі гвоздики
Код УКТЗЕД	0603 12 00 90
Країна-експортер	Польща
Ціна за одиницю, EXW	1 €
Загальна кількість	50000 одиниць
Умови постачання	EXW
Ставка митного тарифу: ЄС	0%
Курс НБУ на час здійснення платежів	36,57

Джерело: побудовано автором

При цьому умовами контракту є:

1. Товар за контрактом: гвоздики свіжі (зрізані)
2. Умови поставки: EXW.
3. Страхування товару здійснюється Покупцем відповідно до умов перевезення.
4. Місцем передання товару Продавцем відповідному перевізнику є: м. Люблін, Польща
5. Вид транспорту, що застосовується для перевезення товарів від Продавця Покупцеві: автомобільний.

6. Загальна вартість контракту визначена 50,000 тис євро.

7. Оплата за контрактом здійснюється у євро на умовах оплати в розмірі 100% вартості після отримання товару.

Даний типовий договір складений на умовах поставки Інкотермс 2020.

1. Фактурна вартість вантажу:

$$ФВ = 1(39,3405) * 50000 = 50000 \text{ євро} = 1967025 \text{ грн}$$

2. Митна вартість

$$МВ = ФВ + \text{витрати до кордону} + \text{страхування} + \text{завантаження}$$

$$МВ = 1967025 * (5\% + 2\% + 1\%) = 157362 \text{ грн.}$$

3. Митні платежі:

3.1. Мито

Польща член ЄС, ставка для ЄС - 0%

$$М = 0 \text{ грн}$$

3.2 ПДВ

$$ПДВ = (МВ + М) * 0,2$$

$$ПДВ = (157362 + 0) * 0,2 = 31472,4 \text{ грн.}$$

3.3. Сума митних платежів

$$М + ПДВ = 31472,4 \text{ грн}$$

4. ІЦК = МВ + Сума МП + транспортування по Україні + розвантаження

$$ІЦК = 1967025 + 31472,4 \text{ грн} + (1967025 * 0,05 * 0,01) = 2116518,9 \text{ грн.}$$

5. Дохід від реалізації на внутрішньому ринку

$$Д = 50000 * 45 = 2\,250\,000 \text{ грн}$$

6. Ефект від здійснення Імпортової операції

$$\text{Ефект} = 2\,250\,000 - 2\,116\,518,9 = 133\,481,1 \text{ грн}$$

7. Ефективність імпортової операції

$$\text{Ефективність} = 2\,250\,000 / 2\,116\,518,9 = 1,06$$

Отже, було розроблено організацію імпорту ТОВ «Епіцентр К» квітів (гвоздик) з Польщі та обчислено ефект і ефективність імпортової операції на прикладі свіжих зрізаних гвоздик.

### Висновок до розділу 3

Таким чином, Польща є перспективною країною для організації імпорту квітів з неї. Це обумовлено рядом факторів, зокрема, пропрацьованою логістикою, наявними шляхами сполучення, територіальною близькістю, наявними торгівельними зв'язками. Відповідно, було розроблено графік поставок квітів, а також розроблено медіа-кит. При цьому увага на імпорті була зосереджена саме на поставці квітів у горщиках та декоративних, що обумовлено зростанням попиту на дану продукцію. Водночас врахування витрат та прибутку дозволило визначити потенційний дохід та можливості розвитку у цьому напрямку. Зокрема, прорахування факторів ризику сприяло визначенню тому, що саме військовий час є основним ризиком для організації імпорту.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Тож, у кваліфікаційній роботі було проаналізовано імпорту квітів в Україну та обґрунтовано шляхи підвищення ефективності імпорту операцій квіткової продукції. Відповідно до поставленої мети були отримані наступні висновки.

Надано оцінку виробничо-господарській діяльності, фінансовому стану та сукупному доходу ТОВ «Епіцентр К». На сьогодні ТОВ «Епіцентр К» ТОВ є великою торгівельною мережею, що здійснює розповсюдження господарських та будівельних товарів. Нині мережа включає як торгові центри, так і точки видачі замовлень, власні виробничі потужності, логістичні центри. Компанія постійно розширює формати магазинів, поступово переходячи від гіпермаркетів до оптимального формату. Водночас все більше товарів пропонуються не тільки суто будівельного та господарського спрямування, але й для дому, спортивного напрямку, канцелярії, побутової техніки. При цьому аналіз фінансових показників демонструє стабільне економічне положення організації.

Проаналізовано імпорту діяльність ТОВ «Епіцентр К». ТОВ «Епіцентр К» здійснює активну імпорту діяльність. На сьогодні близько 80% товарів компанії мають закордонне походження. Зокрема, організація імпортує багато побутової техніки, число якої теж складає 80% і поступово зростає у співвідношенні із вітчизняними виробниками. При цьому надійними постачальниками продукції для підприємства є Польща, Німеччина, Італія. Орієнтація на європейський імпорту дозволяє розширювати асортимент за рахунок якісних та відносно недорогих товарів.

Визначено основні тенденції розвитку світового ринку квітів. Світовими лідерами із експорту квітів на сьогодні є Нідерланди, Кенія та Ефіопія, Еквадор та Колумбія. Також європейські країни, такі як Німеччина та Ізраїль поступово посилюють свій вплив. При цьому найбільшим імпортером квітів у світі є США. Однак також значна частка імпорту належить Італії та Німеччині. Водночас

ринок квітів є досить динамічним, тож поступово зростає увага до квітів у горщиках та декоративних квітів.

Досліджено перспективи імпорту квіткової продукції з європейських країн до України, а саме ТОВ «Епіцентр К». Україна має розвинений ринок імпортованих квітів. Саме 90% асортименту українського ринку є завезеним. Водночас спостерігається активна співпраця із такими країнами як Польща, Бельгія, Еквадор, Іспанія, Італія, Ізраїль, Німеччина, Нідерланди, Туреччина. Дана тенденція дотримується і мережею «Епіцентр К». При цьому підприємство активно розширює імпорт горщикових та декоративних квітів.

Розглянуто організаційне забезпечення перспективного імпорту з європейських країн. Країною-контрагентом було обрано Польщу. Польща є перспективною країною для організації імпорту квітів з неї. Це обумовлено рядом факторів, зокрема, пропрацьованою логістикою, наявними шляхами сполучення, територіальною близькістю, наявними торгівельними зв'язками. При цьому увага на імпорті була зосереджена саме на поставці квітів у горщиках та декоративних, що обумовлено зростанням попиту на дану продукцію.

Запропоновано прогнозну оцінку результативності імпортової поставки з ЄС. Визначено, що імпорт зможе принести значна економічну вигоду підприємству. При цьому увага була зосереджена на витратах, які при визначенні транспортному забезпеченні та організованому процесі є мінімальними. Також можна визначити, що даний імпорт є ефективним та рентабельним.

Таким чином, квітковий ринок швидко зазнає змін. Замість звичних зрізаних квітів, все більше уваги приділяється квітам у горщиках та декоративним. Це обумовлено тим, що такі квіти прості у догляді, їх можна довиросувати, вони довго зберігають свої властивості. Відповідно, для ТОВ «Епіцентр К» поставка таких квітів із Європи дозволить значно розширити наявний квітковий асортимент, отримати прибуток, запропонувати покупцям нову пропозицію. При цьому вигідним контрагентом є Польща, що обумовлено логістикою, розташуванням, низькими закупівельними цінами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова О. Можливості для бізнесу: результати дослідження ринку квітів та декоративних рослин. Київ, 2022. 38 с.
2. База імпортерів та експортерів ТОВ «Епіцентр К». URL: <http://eximbase.com/org/8890> (дата звернення: 18.01.2023).
3. Боліла С. Маркетингові дослідження флористичного ринку. *Ефективна економіка*. 2021. Вип. 4. С. 7-13.
4. Бутко М. П. Теоретичні засади становлення ринків флористичної продукції. *Регіональна економіка*. 2022. № 4(66). С. 161–169.
5. Власюк Т. Оптимізація імпоротної політики як чинник зовнішньоекономічної безпеки. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Вип. 1. С. 39-51.
6. Глебов І. А. Маркетингова інформаційна система ТОВ «Епіцентр К». Київ, 2021. 63 с.
7. Голодюк П. Аналіз квіткового ринку України. Київ, 2021. 56 с.
8. Епіцентр. URL: <https://epicentrk.ua/> (дата звернення: 18.01.2023).
9. Епіцентр К. URL: <https://uk-ua.facebook.com/epicentrkua/> (дата звернення: 18.01.2023).
10. З якої країни ваш букет? URL: <http://agroportal.ua/ua/views/blogs/izkakoi-strany-vash-buket/> (дата звернення: 01.01.2023).
11. Інформація про Епіцентр К. URL: <https://forbes.ua/profile/epitsentr-k-227> (дата звернення: 18.01.2023).



12. Квак М. Екзогенні та ендогенні чинники впливу на зміни в системі національного багатства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2021. Вип. 21. С. 78-92.

13. Кіжеватов В. Розробка стратегії підвищення фінансової стійкості підприємства. Тернопіль, 2019. 93 с.

14. Кулік Ю. Розробка плану маркетингу будівельного підприємства (на прикладі будівельного гіпермаркету «Епіцентр К»). *Збірник наукових праць ДонНАБА*. 2019. Вип. 3. С. 51-63.

15. Мельник Л. Функціонування бізнесу сфери послуг: «квітковий» ринок. Суми, 2020. 40 с.

16. Митна політика - Міністерство Фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/customs-policy#:~:text=%D0%94%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B0%20%D0%BC%D0%B8%D1%82%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%2D%20%D1%86%D0%B5%20%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0,%D1%97%D1%97%20%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%20%D0%B4%D0%BE%20%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B8> (дата звернення: 18.01.2023).

17. Митна політика Польщі. URL: <http://www.asmap.org.ua/index1.php?id=60034> (дата звернення: 30.01.2023).

18. Наш бізнес. URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/nash-biznes/> (дата звернення: 18.01.2023).

19. Наша історія. URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/nasha-istoriya/> (дата звернення: 18.01.2023).

20. Перелік документів, необхідних для здійснення митного контролю та митного оформлення товарів. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/28438605> (дата звернення: 18.01.2023).
21. Ринок квітів та декоративних рослин в Україні. Київ, 2019. 217 с.
22. Сачко О. Особливості сталого імпорту квітів із Голландських аукціонів. *Вісник міського господарства*. 2021. Вип. 4. С. 72-73.
23. Слюсар А. Ефективність діяльності підприємства та шляхи її підвищення. Київ, 2021. 110 с.
24. Солодаєв А. С. Розроблення імпортової системи підприємства. Київ, 2019. 95 с.
25. Соломаха І. В. Методологічні засади оцінювання ринкових потреб регіону в живих зрізаних квітах. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2019. № 4(70). С. 251–260.
26. Товарообіг мережі «Епіцентр» у квітні зріс на 18%. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/834305.html> (дата звернення: 18.01.2023).
27. У 2017 році імпорт квітів в Україну зріс на чверть. URL: <https://prm.ua/u-2017-rotsiimport-kvitiv-v-ukrayinu-zris-na-chvert> (дата звернення: 01.01.2023).
28. Фінансова звітність ТОВ «Епіцентр К» за 2019 р. URL: [https://clarity-project.info/edr/43457691/finances?current\\_year=2019](https://clarity-project.info/edr/43457691/finances?current_year=2019) (дата звернення: 18.01.2023).
29. Фінансова звітність ТОВ «Епіцентр К» за 2020 р. URL: [https://clarity-project.info/edr/43457691/finances?current\\_year=2020](https://clarity-project.info/edr/43457691/finances?current_year=2020) (дата звернення: 18.01.2023).
30. Фінансова звітність ТОВ «Епіцентр К» за 2021 р. URL: [https://clarity-project.info/edr/43457691/finances?current\\_year=2021](https://clarity-project.info/edr/43457691/finances?current_year=2021) (дата звернення: 18.01.2023).

31. Як влаштований квітковий бізнес. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/09/19/651632/> (дата звернення: 01.01.2023).

32. Як квіти потрапляють в Україну. URL: [https://biz-sensor.net.ua/resonance/3054437/yak\\_kviti\\_potraplya-yut\\_v\\_ukranu](https://biz-sensor.net.ua/resonance/3054437/yak_kviti_potraplya-yut_v_ukranu) (дата звернення: 01.01.2023)



## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Таблиця А.1

## Фінансова звітність ТОВ «Епіцентр-К» станом на 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.
<b>I. Необоротні активи</b>			
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
<b>II. Оборотні активи</b>			
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
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>20 881 053</b>	<b>22 416 054</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>21</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>36 891 621</b>	<b>44 525 391</b>

<b>Пасив</b>	<b>Код</b>	<b>На початок року, тис.грн.</b>	<b>На кінець року, тис.грн.</b>
<b>I. Власний капітал</b>			
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
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>14 700 877</b>	<b>17 846 696</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
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
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>2 265 426</b>	<b>4 455 080</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
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
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>19 925 318</b>	<b>22 223 615</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	0	0
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>36 891 621</b>	<b>44 525 391</b>

Таблиця А.2

## «Фінансова звітність ТОВ «Епіцентр-К» станом на 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

<b>Актив</b>	<b>Код</b>	<b>На початок року, тис.грн.</b>	<b>На кінець року, тис.грн.</b>
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
Знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0

Інші фінансові інвестиції	1035	1 750 200	1 755 267
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	68 629
Інші необоротні активи	1090	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>11 823 622</b>	<b>16 010 547</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	13 250 000	13 885 925
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	770 000	1 467 824
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130		0
з бюджетом	1135		0
у тому числі з податку на прибуток	1136		0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160		0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>18 302 900</b>	<b>20 881 053</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>			
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>30 126 522</b>	<b>36 891 621</b>

Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
<b>I. Власний капітал</b>			
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
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>12458 610</b>	<b>14 700 877</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
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
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>910 000</b>	<b>2 265 426</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
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
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>16 754 912</b>	<b>19 925 318</b>

<b>IV.Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>		<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>30 126 522</b>	<b>36 891 621</b>

## Додаток Б

## Таблиця Б.1

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

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	50 382 425	43 979 194
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	35 593 670	30 814 751
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
Прибуток	2090	14 788 755	13 164 443
Збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	737 243	530 835
Адміністративні витрати	2130	872 759	751 814
Витрати на збул	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
<b>II. СУКУПНИЙ ДОХІД</b>			
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
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>3 171 204</b>	<b>3 602 109</b>

### 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

Таблиця Б.2

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

Форма 2

### I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43 979 194	41 400 220
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30 814 751	30 400 580
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
Прибуток	2090	13 164 443	10 999 640
Збиток	2095	0	
Інші операційні доходи	2120	530 835	260 235
Адміністративні витрати	2130	751 814	540 040
Витрати на збут	2150	7 985 945	6 623 200
Інші операційні витрати	2180	254 271	396373



Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	4 703 248	3 700 262
Збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3 851	180 000
Інші доходи	2240	354 733	52 000
Фінансові витрати	2250	250 094	91 550
Втрати від участі в капіталі	2255	24 516	0
Інші витрати	2270	363 438	210 000
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	4 423 784	3630712
Збиток	2295	0	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
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>3 602 109</b>	<b>2 960 712</b>

## 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 ПОСТАВКИ № 1309****(Довгостроковий)**

м. Київ

“22” лютого 2023 року

ТОВ «Укрфлора» в особі директора Свідельського Романа Вікторовича, який діє на підставі статуту (надалі - Постачальник), з однієї сторони та ТОВ «Епіцентр-К» в особі директора Гереги Олександра Володимировича, який діє на підставі статуту (надалі - Покупець), з другої сторони,

уклали цей Договір про наступне:

**1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ**

1.1. Постачальник зобов'язується постачати (передавати у власність Покупця) Товар, визначений в п.2.1. цього Договору для використання його у підприємницькій діяльності, а Покупець зобов'язується прийняти та оплатити товар на умовах цього Договору.

1.2. Постачальник та Покупець мають діяти у межах визначеного Договору та дотримуватися умов поставки.

**2. ВІДОМОСТІ ПРО ТОВАР**

2.1. Предметом поставки є декоративні квіти «Еустоми» та квіти у горщиках «Фаленопсиси»

2.2. Товар постачається в такому обсязі та кількості: 350 горщиківих та 150 декоративних квітів.

2.2.1. Товар, вказаний в п. 2.1 цього Договору, поставляється Покупцю 1 партією.

2.2.2. Кожна партія товару визначається специфікацією, в якій зазначається: найменування товару, кількість товару, яка повинна постачатися в конкретній партії, асортимент та номенклатура за видами, типами, розмірами та інші додаткові характеристики.

2.3. Товар упаковується відповідно до вимог стандартів та технічних умов для забезпечення збереження товару при транспортуванні і зберіганні.

2.4. Постачальник зобов'язаний забезпечити Товар упаковкою, необхідною для перевезення товару.

### 3. УМОВИ ПОСТАЧАННЯ

3.1. Партія товару, що узгоджена відповідною специфікацією, повинна бути поставлена Покупцю не пізніше 10 числа першого місяця відповідного періоду постачання.

3.2. Право власності на Товар виникає у Покупця момент оплати відповідної партії Товару.

3.4. Товар постачається за адресою: м. Київ, вул. Берковецька 6-В.

### 4. ЦІНА ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

4.1. Вартість кожної партії товару, що поставляється згідно з цим Договором, визначається в специфікації.

4.2. Оплата за кожен поставлену партію товару здійснюється шляхом перерахунку коштів на розрахунковий рахунок Постачальника протягом 10 днів з моменту поставки відповідної партії товару.

### 5. ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТОРІН

5.1. Обов'язки Постачальника:

5.1.1. Постачати Покупцеві товар, згідно умов цього Договору.

5.1.2. Попереджувати Покупця про всі права третіх осіб на товар, що постачається.

5.1.3. У випадку, якщо Покупець відмовляється від прийняття товару, який не відповідає за якістю стандартам зазначеним в п. 2.3, розпорядитися товарами у десятиденний строк (для товарів, що швидко псуються протягом 24 годин з моменту одержання повідомлення від Покупця).

5.2. **Обов'язки Покупця:**

5.2.1. Прийняти товар, крім випадків, коли він має право вимагати заміни товару або право відмови від договору.

5.2.2. Оплатити товар згідно з умовами визначеними у цьому Договорі та в специфікації.

5.3. **Права Постачальника:**

5.3.1. Вимагати від Покупця прийняття товару, що відповідає умовам визначеним в цьому Договорі та в специфікації.

5.3.2. Припинити постачання відповідної партії товару, якщо Покупець не повністю сплатив вартість попередньої партії товару.

5.4. **Права Покупця:**

5.4.1. Вимагати від Постачальника постачання товару, відповідно до умов цього Договору.

5.4.2. У разі поставки товару більш низької якості, ніж вимагається стандартами, відмовитися від прийняття та оплати товару, а у випадку, коли товар уже оплачений, вимагати повернення сплаченої суми.

## 6. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

6.1. У випадку порушення своїх зобов'язань за цим Договором Сторони несуть відповідальність визначену цим Договором та чинним законодавством. Порушенням зобов'язання є його невиконання або неналежне виконання, тобто виконання з порушенням умов, визначених змістом зобов'язання.

6.2. Сторони не несуть відповідальність за порушення своїх зобов'язань за цим Договором, якщо воно відбулося не з їх вини. Сторона вважається не

винуватою, якщо вона доведе, що вжила всіх залежних від неї заходів для належного виконання відповідного зобов'язання.

6.3. Жодна із Сторін не несе відповідальності за невиконання чи неналежне виконання своїх зобов'язань за цим Договором, якщо це невиконання чи неналежне виконання зумовлені дією обставин непереборної сили (форс-мажорні обставини). Сторона, для якої склались форс-мажорні обставини, зобов'язана терміново, у 5-ти денний строк, повідомити у письмовій формі іншу Сторону.

6.4. Якщо якість товару не відповідає умовам зазначеним в п. 2.2.1 Постачальник сплачує Покупцю штраф у розмірі 25 % від вартості неякісного товару, а також безоплатно усуває недоліки в 5 денний строк з моменту отримання обґрунтованої претензії від Покупця.

6.5. За порушення строків поставки товару Постачальник сплачує штраф у розмірі 1500 грн. за кожен день прострочення поставки.

6.6. За необґрунтовану відмову оплатити товар Покупець виплачує пеню у розмірі 15 % від суми відповідної оплати (але не більше подвійної облікової ставки НБУ, що діяла на момент прострочення), за кожний день прострочення, до моменту повного виконання Покупцем свого зобов'язання по оплаті.

6.7. За односторонню необґрунтовану відмову від виконання своїх зобов'язань, що випливають з цього Договору винна Сторона несе відповідальність у вигляді штрафу в розмірі 25 відсотків від ціни товару зазначений в специфікації до цього Договору.

## 7. СТРОК ДІЇ ДОГОВОРУ

7.1. Даний Договір набирає чинності з моменту підписання його сторонами і діє до постачання всіх замовлених 5 партій товару .

7.2. У випадку, якщо жодна із сторін письмово не заявить про свій намір розірвати або змінити договір за 30 днів до його закінчення, Даний Договір вважається продовженим на строк до 31 грудня 2023 р.

## 8. ЗМІНА УМОВ ДОГОВОРУ ТА ІНШІ ПОЛОЖЕННЯ

8.1. Умови даного Договору можуть бути змінені за взаємною згодою Сторін. В такому випадку зміни до цього Договору оформляються Додатковою угодою.

8.2. Дострокове розірвання цього Договору можливе тільки за згодою Сторін, якщо інше не встановлено цим Договором або законодавством.

8.3. Усі спори, що пов'язані з цим Договором вирішуються шляхом переговорів між сторонами. Якщо спір не може бути вирішений шляхом переговорів, він вирішується в судовому порядку.

8.4. Даний Договір укладено у двох оригінальних примірниках, по одному для кожної із сторін.

8.5. У випадках, не передбачених даним Договором, сторони керуються нормами чинного законодавства.

8.6. Після підписання цього Договору усі попередні переговори за ним, листування, попередні угоди та протоколи про наміри з питань, що стосуються цього Договору, втрачають юридичну силу.

8.7. Додатки до Договору є його невід'ємною частиною.

### РЕКВІЗИТИ СТОРІН:

Продавець

Покупець

ТОВ «Укрфлора»,

ТОВ «Епіцентр-К»

030050, м. Київ, вул. Ділова, 3

030200, м. Київ, вул. Берковецька 6-В

0443045630.

0442060660

## Додаток Д

<b>CUSTOMS DECLARATION</b> <b>МИТНА ДЕКЛАРАЦІЯ CN 23</b>						
FROM (3)	<b>Name / Прізвище</b> Daskiy/ Горовий		Sender's customs referenc e (if any) / Митна довідка відправ ника (якщо є)	May be opened officially / Може бути відкрито в службовому порядку Yes/Так		
	<b>Business / Компанія</b> Proftehnika/Укрфлора			№ of parcel (barcode, if any) / № відправлення (штриховий код, якщо він є)  0308907		
	<b>Street / Вулиця</b> Blagovisna/Ділова <b>Tel. / Тел.</b> 0443045630					
	<b>Postcode / City /</b> Поштовий індекс 030050/030050 Місто Kiev/Київ			Importer / addressee reference (if any) (tax code / VAT No. / importer code) (optional) / Реквізити імпортера (якщо є) (ІНН / № ПДВ / індекс імпортера) (факультативно)  ТОВ «Укрфлора»,  030050, м. Київ, вул. Благовісна, 3  Importer / addressee tel. № / fax / email (if known) /№ телефону / факсу / email імпортера (якщо є) 0443045630		
	<b>Country / Країна</b> Ukraine/Україна					
TO ( D O )						
<b>Detailed description of contents /</b>		<b>Qu anti ty /</b>	<b>Net weight (in kg)</b>	<b>Valu e /</b>	For commercial items only / Тільки для комерційних відправлень Так	

Докладний опис вкладки	Кількість	/ Вага нетто (в кг)	Вартість	HS tariff number / Код ТНЗЕД	Country of origin of goods / Країна походження товарів Туреччина
				Квіти у горщику «Фалнопис» Декоративні квіти «Еустома»	350
	150				
		Total gross weight / Загальна маса брутто	Total value / Загальна вартість	Postal charges / Fees Поштові збори / Витрати 930 000 грн	
Category of item / Категорія <input type="checkbox"/> Commercial sample / Комерційний зразок <input type="checkbox"/> Other / Інше <input type="checkbox"/> Gift / Подарунок <input type="checkbox"/> Returned goods / Повернення товару <input type="checkbox"/> Explanation / Пояснення <input type="checkbox"/> Documents / Документ <input type="checkbox"/> Sales of goods / Продаж товарів				Office of origin / Date of posting Установа подання / Дата подання	
Comments: (e.g.: goods subject to quarantine, sanitary/phytosanitary inspection or other restrictions Товар, що підлягає фіто санітарному контролю				Пункт пропуску «Рава-Руська» 28.02.2023 р.	
Licence / Ліцензія Licence number (s) / № ліцензії(-ій) 89078	Certificate / Сертифікат Certificate number (s) / № сертифіката(-ів) 90780	Invoice / Рахунок Invoice number / № рахунку 090989	Я підтверджую, що вказані в цій митній декларації відомості є достовірними, і що в цьому відправленні не міститься ніяких небезпечних або заборонених законодавством або поштовою чи митною регламентацією предметів Date and sender's signature / Дата і підпис відправника Укрфлора		



## Додаток Е

ТОВ «Укрфлора»

**Постачальник** ідентифікаційний код юридичної особи 789078P/p UA2883092990000926007024926610  
в АТ КБ "ПРИВАТБАНК" (ЄДРПОУ банку 14360570, код банку  
305299)**Одержувач** ідентифікаційний код юридичної особи 44750732  
**Платник****Замовлення** Надання послуг згідно договору поставки № 1309 від 22 лютого  
2023 року**Рахунок-фактура №090989**  
**від «22» лютого 2023 року**

№	Найменування	Сума без ПДВ (грн)
1	Закупівля квітів «Еustoma» та «Фаленопсис»	46 0000

**Всього на суму**Сорок шість тисяч грн 00 коп  
**без ПДВ**ТОВ «Укрфлора»  
Керівнику відділу імпортої  
діяльності  
Виписав(ла) Дор О. С.

## Додаток К

## СПЕЦИФІКАЦІЯ № 01

до Договору № \_1309

від «22» лютого 2023 р.

м. Київ

«22» лютого 2023 року

Товариство з обмеженою відповідальністю «Укрфлора», надалі іменоване «Постачальник», в особі директора, що діє на підставі Статуту, з одного боку, Товариство з обмеженою відповідальністю «Епіцентр-К», іменоване надалі «Покупець», в особі директора, що діє на підставі Статуту, з іншого боку, уклали дану Специфікацію до договору поставки про нижченаведене:

1. Затвердити характеристики, кількість, номенклатуру й загальну вартість партії Товару, що поставляється, відповідно до Таблиці:

№ п/п	Характеристика та номенклатура Товару	Кіл-сть Товару	Ціна за одиницю без ПДВ (грн.)	Ціна за одиницю з ПДВ (грн.)	Загальна вартість без ПДВ (грн.)
	Квіти у горщиках «Фаленопсис»	350	60	73.80	21 000
	Квіти декоративні «Еустома»	150	100	123.20	15 000
<b>РАЗОМ без ПДВ: 36 0000</b>					
<b>ПДВ (20%) 7 200</b>					
<b>Разом із ПДВ: 43 200</b>					

Загальна вартість Товару складає 43 200 грн.

2. Всі інші умови залишаються незмінними і відповідають [договору поставки](#)

**ПОСТАЧАЛЬНИК:**

Товариство з обмеженою відповідальністю

«Укрфлора»

Директор \_\_\_\_\_

**ПОКУПЕЦЬ:**

Товариство з обмеженою відповідальністю

«Епіцентр-К»

Директор \_\_\_\_\_

