

Державний торговельно-економічний університет  
Кафедра міжнародного менеджменту

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТНИХ ПОСТАВОК АУДІО ТА ВІДЕОТЕХНІКИ  
З США»**

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

Студентки V курсу, 5-1 групи,  
спеціальності 07 «Менеджмент»  
освітньої програми «Менеджмент  
зовнішньоекономічної діяльності»

Козаченко  
Світлани  
Валеріївни

\_\_\_\_\_

*(підпис студента)*

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

Фокіна-  
Мезенцева  
Катерина  
Володимирівна

\_\_\_\_\_

*(підпис наукового  
керівника)*

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

П'янкova  
Оксана  
Василівна

\_\_\_\_\_

*(підпис гаранта)*

**Київ 2023**

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

**Затверджую**

Зав. кафедри Мельник Т.М.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

### **Завдання**

#### **на випускню кваліфікаційну роботу студентів**

Козаченко Світлані Валеріївні  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

«Організація імпорتنних поставок аудіо та відеотехніки з США» (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Затверджена наказом ДТЕУ від «06» грудня 2022 р. №3276

2. Строк здачі студентом закінченої роботи 12 січня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи – є аналіз особливостей та ключових аспектів організації імпорتنних поставок аудіо та відео техніки до України з США.

Об'єктом дослідження є процес організації імпорتنної діяльності ТОВ «Епіцентр К».

Предметом дослідження є сукупність практичних аспектів імпорتنних поставок аудіо та відеотехніки з США.

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

Вступ

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

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

1.2. Аналіз імпорتنної діяльності ТОВ «Епіцентр К»

## Розділ 2. Обґрунтування вибору потенційного ринку для організації імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К»

### 2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку аудіо та відеотехніки

### 2.2. Оцінка перспектив імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр-К» зі Сполучених Штатів Америки

## Розділ 3. Реалізація управлінського рішення щодо імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» з США

### 3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр-К» зі Сполучених Штатів Америки

### 3.2. Прогнозна оцінка результативності імпортової поставки аудіо та відеотехніки з США

#### Висновки та пропозиції

#### Список використаних джерел

#### Додатки

### 5. Календарний план виконання роботи:

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

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

## 7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Фокіна-Мезенцева К.В. \_\_\_\_\_

(прізвище, ініціали, підпис)

## 8. Гарант освітньої програми

П'янкова О.В. \_\_\_\_\_

(прізвище, ініціали, підпис)

## 9. Завдання прийняв до виконання студент

Козаченко С.В. \_\_\_\_\_

(прізвище, ініціали, підпис)

## 10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

*Актуальність обраної теми визначається тим що вітчизняний і світовий ринок побутової техніки та електроніки, зокрема аудіо- та відеотехніки, стрімко розвивається, про що свідчить зростання обсягів продажів. Однією з особливостей вітчизняного ринку цих товарів є те, що він майже цілком формується завдяки імпорту, тому пошук шляхів Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності з допомогою ефективних імпорتنних операцій одна із пріоритетних напрямів розвитку багатьох підприємств.*

*Перший розділ ВКР присвячено дослідженню діяльності суб'єкта ЗЕД та аналізу його імпоротної діяльності, здійснено аналіз динаміки зміни та структури доходів та витрат ТОВ, проаналізовано показники господарської діяльності та рентабельності ТОВ «Епіцентр К». У другому розділі вивчено сучасний стан розвитку світового ринку аудіо та відеотехніки, виявлення динаміки та проблем зміни його якісного стану, оцінені перспективи імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» зі Сполучених Штатів Америки. У рекомендаційному розділі запропоновано організаційне забезпечення здійснення імпорتنних операцій на момент вибору постачальника і групи товарів. Для оцінки ефективності та результативності імпорتنних операцій підприємства проведено аналіз динаміки доходів та затрат на імпорتنу діяльність.*

*В цілому надані рекомендації після ретельного аналізу та дослідження імпоротної діяльності товариства, дає змогу вважати про досягнення цілей і завдань ВКР студенткою Козаченко Світлани Валеріївни. Випускна кваліфікаційна робота рекомендована до захисту в АК з оцінкою «добре».*

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

\_\_\_\_\_ 6.01.2023р.

(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Гарант освітньої програми

\_\_\_\_\_ П'янкова О.В.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Мельник Т. М.

(підпис, прізвище, ініціали)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

## АНОТАЦІЯ

**Козаченко С.В. «Організація імпорту аудіо та відеотехніки з США (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)». Рукопис.**

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

Випускна кваліфікаційна робота присвячено практичним аспектам організації імпорту аудіо та відеотехніки з США, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку аудіо та відеотехніки, обґрунтування вибору США як країни-контрагента для реалізації імпортного потенціалу вітчизняного підприємства, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності поставок та продажу аудіо та відеотехніки з США.

Ключові слова: ТОВ «Епіцентр К», імпорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, аудіо та відеотехніка, США.

## SUMMARY

**Kozachenko S.V. "Organization of import deliveries of audio and video equipment from the USA (based on the materials of Epicenter K LLC, Kyiv)".**

*Manuscript.*

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

The graduation qualification work is devoted to the practical aspects of the organization of imported audio and video equipment from the USA, which includes: a study of the functioning of the enterprise subject to the FTA, an analysis of the world market of audio and video equipment, justification of the choice of the USA as a counterparty country for the realization of the import potential of a domestic enterprise, the implementation of a management decision on imports through organizational support and predictive assessment of the effectiveness of supplies and sales of audio and video equipment from the United States.

Key words: "Epicenter K" LLC, import, management solution, organizational support, audio and video equipment, USA.

**ЗМІСТ**

**ВСТУП**.....8

**РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ’ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»**.....10

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К».....10

1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К».....20

**РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ АУДІО ТА ВІДЕОТЕХНІКИ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»**.....27

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку аудіо та відеотехніки.....27

2.2. Оцінка перспектив імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» зі Сполучених Штатів Америки.....35

**РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ АУДІО ТА ВІДЕОТЕХНІКИ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» З США**.....43

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» зі Сполучених Штатів Америки.....43

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпортової поставки аудіо та відеотехніки з США.....48

**ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ**.....56

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**.....58

**ДОДАТКИ**.....62

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасних економічних умовах кількість компаній, які укладають контракти з іноземними підприємствами, невпинно зростає. Для ефективної роботи ці компанії постійно оптимізують витрати, використовуючи різні методи і перебувають у постійному пошуку більш вигідних пропозицій. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності з допомогою ефективних імпорتنих операцій одна із пріоритетних напрямів розвитку багатьох підприємств. Основним завданням імпорту є зниження собівартості продукції за рахунок закупівлі та використання більш дешевої імпоротної сировини і, як наслідок, збільшення прибутку та підвищення ефективності виробництва.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена питанням підвищення ефективності імпорту підприємства у сфері логістики, що дозволяє виявити потенційні можливості та шляхи покращення діяльності підприємства.

**Метою дослідження** є поглиблення практичних навиків організації імпорتنих поставок аудіо та відео техніки до України з США та розроблення практичних рекомендацій щодо їх вдосконалення для підприємств України.

**Основними завданнями** дослідження є:

1. здійснення оцінки господарської діяльності та економічного стану ТОВ «Епіцентр К»;
2. проаналізувати ключові аспекти імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»;
3. визначення основних тенденцій розвитку світового ринку аудіо та відеотехніки
4. надання оцінки перспектив імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» зі Сполучених Штатів Америки;
5. охарактеризувати особливості організаційного забезпечення здійснення імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» зі Сполучених Штатів Америки;
6. надання прогностичної оцінки результативності імпоротної поставки аудіо та відеотехніки з США.



**Об'єктом дослідження** є процес організації імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К».

**Предметом дослідження** є сукупність практичних аспектів імпорту поставок аудіо та відеотехніки з США мережею гіпермаркетів.

**Методи дослідження.** Для виконання зазначених завдань та досягнення мети роботи було використано наступні методи наукового дослідження: індукції та дедукції (визначено результати особливостей діяльності підприємства, організації імпорту поставок та економічного стану ТОВ «Епіцентр К»), методу порівняльного аналізу (здійснено моніторинг та оцінювання фінансово-економічного стану ТОВ «Епіцентр К»), методу синтезу (узагальнено основні результати реалізації імпорту операцій ТОВ «Епіцентр К» та надано пропозиції щодо удосконалення зовнішньоекономічної діяльності), табличного та графічного методів (презентовано результати дослідження, що проводилися в роботі під час аналізу особливостей імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К» та прогнозування імпортової діяльності на наступні роки).

**Інформаційне забезпечення.** Інформаційну базу становили нормативно-правові акти, що регулюють економічну діяльність підприємств та особливості здійснення зовнішньоекономічної діяльності, загальноекономічна і спеціальна література з питань аналізу, контролю і управління ЗЕД підприємства, а також фінансова звітність ТОВ «Епіцентр К».

**Практична значущість одержаних результатів** полягає у виробленні практичних рекомендацій з удосконалення особливостей здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами України в напрямку ефективності імпорту операцій та підвищення якісного рівня їх здійснення.

**Структура і обсяг дипломної роботи** – містить в собі вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки. Робота викладена на 58 сторінках без додатків, містить 11 таблиць, 8 рисунків, список використаних джерел із 42 найменувань та 4 додатки.

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

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

Товариство з обмеженою відповідальністю «Епіцентр К» (далі ТОВ «Епіцентр К») – національна мережа сучасного будівництва – це торговельні гіпермаркети, що відомі досить великою чисельністю товарів, що реалізуються в магазинах торгівельної мережі за інноваційними європейськими стандартами обслуговування. ТОВ «Епіцентр-К» почав свою діяльність з 27 серпня 2003 року за юридичною адресою: 02139, м. Київ, вул. Братиславська, 11. За майже 20 років діяльності та розвитку досліджуваного підприємства було відкрито 42 гіпермаркети по всій Україні, 36 у регіонах та 6 у столиці [33].

Компанія постійно вдосконалюється, покращує сервіс, розширює асортимент продукції та спектр послуг, щоб максимально задовольнити потреби споживачів та реалізувати головне гасло компанії «Покупець завжди правий!» на практиці.

У мережі гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр К» є можливість придбати велику множину товарів, що використовуються в сферах будівництва, обслуговування споруд, ремонту та оздоблення або додатково замовити поставку із закордону необхідних побутових товарів та техніки. Продукція, що представлена в гіпермаркеті розділена на десять основних розділів, від великомасштабних будівельних проектів до оздоблення з більш ніж 1 мільйоном штук товару в асортименті.

Мережа «Епіцентр К» пропонує продукцію вітчизняного та зарубіжного виробництва (Польща, Іспанія, Німеччина, США, Франція, Китай, Туреччина). Доставка товарів у великі мережі супермаркетів здійснюється власним транспортом та співпрацею з великою чисельністю постачальників товарів та продукції. На практиці, враховуючи специфіку діяльності ТОВ «Епіцентр К»,

передбачається задоволення потреб споживачів в напрямку придбання будівельних матеріалів, побутових товарів та техніки, а також іншого обладнання, для дому та здійснення професійної діяльності [33].

На сьогоднішній день на ринку передбачається, що за умов подальшого знищення інфраструктури України, зростання реалізації товарів на даному сегменті ринку продовжуватиметься досить довго. Передбачається, що зараз досить високий попит на будівельні товари та побутові прилади акумулювання енергії та забезпечення додаткового освітлення в періоди блекаутів. Зараз досліджуване підприємство ТОВ «Епіцентр К» в умовах жорсткої конкуренції на ринку України характеризується досить високим рівнем компетенції та розвитку, а рівень обслуговування споживачів є на найвищому рівні.

Прогресивне управління підприємством у сучасних умовах сприяє розвитку його економічного стану, кар'єрного росту співробітників та їх матеріального збагачення.

Відповідно до наступних положень визначаються особливості діяльності ТОВ «Епіцентр-К»:

1. Мета ТОВ «Епіцентр К» – створити найбільш комфортні та сучасні умови обслуговування споживачів, а також забезпечувати їх потреби досить якісними будівельними та побутовими товарами та технікою.

2. Місія ТОВ «Епіцентр К» – забезпечити наявність на ринку досить широкого, якісного, а також доступного асортименту товарів та побутової техніки, при цьому передбачається отримання максимального спектру послуг щодо обслуговування в одному місці.

3. Стратегія діяльності ТОВ «Епіцентр К» – зайняти лідерську позицію на ринку роздрібною торгівлі будівельними матеріалами та побутової техніки в Україні [33].

Управлінська структура підприємства є ієрархічною, що передбачає повне чи часткове підкорення генеральному директору підприємства, при цьому на місцях в кожному гіпермаркеті також передбачається наявність директора, якому підкоряються менеджери та працівники торгівельної мережі. На практиці

передбачається, що директор підписує всі договори, представляє інтереси досліджуваного ТОВ «Епіцентр К» його у всіх організаціях та установах, затверджує штатний розпис всіх працівників гіпермаркетів по всій мережі, складає плани продажів в кожному регіоні, приймає та звільняє працівників гіпермаркету в різних регіонах [4].

ТОВ «Епіцентр К» чітко зафіксувало виконання договору на постачання товару за кількістю та повнотою строків. Крім того, дотримання умов постачання та одноманітність постачання дуже важливе для торгових компаній, оскільки гарантує безперерйну реалізацію товару і не вимагає додаткових запасів у вигляді страхового запасу, щоб продаж відбувався без перерв. При в роботі гіпермаркету передбачена доставка, яка визначається за потреби покупця. Прописані правила роботи та діяльності гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр К» визначаються управлінським персоналом та розповсюджуються на працівників всієї мережі, відповідно до даних положень визначаються графіки роботи магазинів, цінова політика та особливості обслуговування споживачів [7].

Далі здійснимо оцінку фінансового та економічного стану ТОВ «Епіцентр К», при цьому в першу чергу передбачається здійснення аналізу активів підприємства, визначення їх склад і структуру, а також динаміки зміни активів за період 2018-2020 років (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

### Динаміка зміни структури активів ТОВ «Епіцентр К» (тис. грн.)

Фінансовий показник	Роки діяльності			Відхилення 2018/2020	
	2018	2019	2020	+/-	%
Усього активів	30126522	36891621	44525391	14398869	32,34
Необоротні активи	11823622	16010547	22109337	10285715	46,52
Оборотні активи	18302900	20881053	22416054	4113154	18,35
Запаси	13250000	13885925	15389033	2139033	13,90
Дебіторська заборгованість	770000	1467824	2182479	1412479	64,72
кошти та їх еквіваленти	690000	921054	642802	-47198	-7,34
інші оборотні активи	270000	217473	336837	66837	19,84
витрати майбутніх періодів	2800	7322	5399	2599	48,14

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Епіцентр К»

Отже, відповідно до даних таблиці 1.1 варто відмітити, що за досліджуваний період 2018-2020 років відбулося зростання обсягів активів підприємства з 30126522 тис. грн. в 2018 році до 44525391 тис. грн. в 2020 році, або на 32,34%. До складу активів ТОВ «Епіцентр К» за три досліджувані роки входять необоротні та оборотні активи, що визначаються найбільшою часткою в загальних активах підприємства. Аналізуючи необоротні активи, то тут можна відмітити зростання з 11823622 тис. грн. в 2018 році до 22109337 тис. грн. в 2020 році, таким чином таке зростання становить 10285715 тис. грн., або 46,52% в загальній сукупності активів ТОВ «Епіцентр К». Зростання необоротних активів відбувається в першу чергу завдяки процесу модернізації або повного оновлення виробничого обладнання. Тобто за умов модернізації чи капітального ремонту обладнання всі витрачені кошти додатково враховуються в сумі активу, а за умов оновлення старих фондів на нові, старі повністю ліквідуються, а на їх місце закуповуються більш сучасніші активи, при цьому в балансі їх вартість є вищою через те що вони будуть амортизуватися протягом періоду свого корисного використання, тобто основної діяльності.

Оборотні активи ТОВ «Епіцентр К» також зросли за три досліджувані роки з 18302900 тис. грн. в 2018 році до 22416054 тис. грн. в 2020 році, загалом зростання становить 4113154 тис. грн. або 18,35%, при цьому оборотні активи складаються із запасів та дебіторської заборгованості. Запаси за період 2018-2020 років зросли з 13250000 тис. грн. до 15389033 тис. грн. або на 13,90%, що вказує на зростання товарів ТОВ «Епіцентр К», що реалізуються в гіпермаркетах мережі. При цьому дебіторська заборгованість ТОВ «Епіцентр К» визначається зростанням з 770000 тис. грн. в 2018 році до 2182479 тис. грн. в 2020 році або на рівні 64,72%, ця стаття балансу вказує на зниження рівня платоспроможності ключових партнерів ТОВ «Епіцентр К» і вони не погашають свої зобов'язання у визначений найкоротший період.

Далі здійснимо розрахунок основних фінансових показників, що визначають рівень забезпеченості активами ТОВ «Епіцентр К» та їх динаміку за період 2018-2020 років (табл. 1.2).

**Динаміка показників стану активів ТОВ «Епіцентр К»  
за період 2018-2020 років**

Показник	Роки діяльності			Відхилення 2018/2020	
	2018	2019	2020	+/-	%
Коефіцієнт мобільності активів	1,55	1,30	1,01	-0,54	-53,47
Частка основних засобів в активах	0,28	0,33	0,68	0,40	58,82
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,25	0,29	0,29	0,04	13,79
Фондоозброєність	856,81	1230,46	1523,17	666,36	43,75
Фондомісткість	4,83	3,57	3,31	-1,52	-45,92
Фондовіддача	4,78	4,21	3,66	-1,12	-30,60
Коефіцієнт рентабельності виробничих фондів	1,89	1,83	2,06	0,17	8,25

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Епіцентр-К»

Отже, коефіцієнт мобільності активів за досліджуваний період скоротився на 53,47%, що вказує на скорочення відношення оборотних активів до необоротних, тобто таким чином на підприємстві немає товару, що залежується на складах, а з іншого боку за рахунок оновлення фонду основних засобів відношення оборотних активів до необоротних скорочується. Завдяки такій динаміці відбувається зростання частки основних засобів в активах досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» на 58,82% за період 2018-2020 років.

Завдяки нарощувані суми основних фондів, їх оновлення та модернізації на ТОВ «Епіцентр К» за період 2018-2020 років відбувається зростання фондоозброєності на 43,75%.

Загалом варто відмітити, що на практиці зростання основних фондів підприємства є досить позитивним показником, при цьому зростає рівень продуктивності діяльності працівників та покращення якості та швидкості їх роботи.

Наступним етапом аналізу передбачається аналіз структури та динаміки зміни пасивів досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» за період 2018-2020 років (табл. 1.3).

## Динаміка та структури пасивів ТОВ «Епіцентр К»

Показник	Роки діяльності			Відхилення 2018/2021	
	2018	2019	2020	+/-	%
	Пасиви разом	30126522	36891621	44525391	14398869
Власний капітал, у т.ч.	12458610	14700877	17846696	5388086	30,19
зареєстрований (пайовий) капітал	158610	158610	158610	0	0
нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	12300000	14542267	17688086	5388086	30,46
Позиковий капітал, у т. ч.	910000	2008688	4142910	3232910	78,03
довгострокові кредити банків	910000	2008688	4142910	3232910	78,03
короткострокові кредити банків	0	0	0	0	-
Поточні зобов'язання	16754912	19925318	22233615	5478703	24,64

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Епіцентр-К»

Отже, за даними таблиці 1.3 варто відмітити зростання загальної частки пасивів ТОВ «Епіцентр К» на 32,34%, або на 14398869 тис. грн. Пасиви підприємства складаються з власного капіталу, позичкового капіталу та поточних зобов'язань. Власний капітал складається із зареєстрованого капіталу (статутний капітал), де за досліджуваний період 2018-2020 років в ТОВ «Епіцентр К» даний показник не змінювався, при цьому нерозподілений прибуток підприємства зріс з 12300000 тис. грн. в 2018 році до 17688086 тис. грн. в 2020 році, таким чином зростання склало 5388086 тис. грн. або 30,46%. Таке зростання прибутку вказує на покращення діяльності досліджуваного підприємства та збільшення рівня реалізації товарів ТОВ «Епіцентр К», в 2020 році більшість магазинів та ринків були закритими або працювали в умовах карантинних обмежень, таким чином лише великим підприємствам вдалося отримати прибутки в умовах пандемії COVID-19.

Позиковий капітал ТОВ «Епіцентр К» складається лише з довгострокових кредитів банків, що з 2018 року з суми 910000 тис. грн. зросли до значення 4142910 тис. грн. в 2020 році, або дане зростання склало 78,03%. Нарощення обсягів довгострокових кредитів є позитивним показником, передбачається, що повернення даних коштів відбувається частково за певний довгостроковий період часів, таким чином підприємство немає значного фінансового навантаження через

залучення таких кредитних зобов'язань. Крім цього на практиці передбачається, що залучення таких кредитів відбувається задля оновлення основних фондів та покращення умов здійснення основної діяльності ТОВ «Епіцентр К».

Поточні зобов'язання зростали в 2018 році з 16754912 тис. грн. до 22233615 тис. грн. в 2020 році, або на 24,64%, дане зростання вказує на скорочення рівня платоспроможності ТОВ «Епіцентр К» або досліджуване підприємство в умовах COVID-19 отримало від своїх партнерів певну відстрочку за сплатою зобов'язань.

Далі варто проаналізувати основні показники фінансової стійкості діяльності ТОВ «Епіцентр К» за період 2018-2020 рр. (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

### Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Епіцентр К»

за період 2018-2020 рр.

Показник	Норматив. значення	Роки			Відхилення 2018/2020	
		2018	2019	2020	+/-	%
Коефіцієнт співвідношення позикового та власного капіталу	<0,6	1,34	1,51	1,49	0,15	10,07
Коефіцієнт фінансової незалежності(автономії)	>0,6	0,93	0,87	0,80	-0,13	-16,25
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,35	0,12	0,07	0,01	-0,11	-11,00
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	>0,1	2,24	1,04	0,30	-1,94	-646,67
Коефіцієнт фінансового левериджу	<0,25	0,07	0,15	0,25	0,18	72,00

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Епіцентр-К»

Отже, за даними таблиці 1.4 варто відмітити тенденцію до скорочення співвідношення позикового капіталу до власного, дана динаміка прослідковується через стабільну та не зміну суму власного капіталу, при цьому позиковий капітал за період 2018-2020 років зріс на 78,03%, за умов скорочення суми позичкового капіталу, тобто повернення кредиту, показник даного коефіцієнта буде скорочуватися та досягати нормативного значення.

Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) за період 2018-2020 років має тенденцію до скорочення, а все через залучення значної суми довгострокових зобов'язань, як і в попередньому коефіцієнті позитивна динаміка даного



коефіцієнта спостерігатиметься за умов поступового повернення довгострокових зобов'язань. З іншого боку дані зобов'язання підприємство залучало для оновлення та модернізації основних фондів, що є досить позитивним показником діяльності в довгостроковій перспективі.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу є показником, що визначає частину власного оборотного капіталу, який перебуває в обороті, тобто фінансує придбання оборотних активів. За три досліджувані роки спостерігається збільшення суми оборотних активів, за умов стабільності власного капіталу, тому даний коефіцієнт має тенденцію до скорочення та досягнення значення нижче нормативу, зростання коефіцієнту вірогідне за умов скорочення суми запасів на складах та максимальної їх реалізації протягом звітного періоду.

Коефіцієнт фінансового левериджу відповідно до отриманих даних за період 2018-2020 років вказує на зростання частки позикового капіталу у власному капіталі підприємства. Даний показник буде скорочуватися за умов погашення зобов'язань в довгостроковій перспективі. Варто зауважити, що дані зобов'язання залучалися в першу чергу не для погашення поточних видатків ТОВ «Епіцентр К», а задля оновлення основних фондів, що використовуються в основній діяльності підприємства протягом довгого періоду часу до повного зносу.

Далі здійснимо аналіз динаміки зміни та структури доходів та витрат ТОВ «Епіцентр К» за період трьох досліджуваних років у таблиці 1.5 та таблиці 1.6.

Таблиця 1.5

**Динаміка доходів ТОВ «Епіцентр К» за період 2018-2020 рр., (тис. грн.)**

Стаття доходів	Роки			Відхилення 2018/2021	
	2018	2019	2020	+/-	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	41400220	43979194	50382425	8982205	17,83
Інші операційні доходи	260235	530835	737243	477008	64,70
Інші фінансові доходи	180000	3851	211555	31555	14,92
Інші доходи	52000	354733	554085	502085	90,62
Всього доходів	41892455	44868613	51885308	9992853	19,26

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Епіцентр-К»

Отже, за досліджуваний період варто відмітити зростання суми чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) з 41400220 тис. грн. в 2018 році до 50382425 тис. грн. в 2020 році, або таке зростання становить 17,83% за досліджуваний період.

Крім цього варто відмітити зростання інших операційних доходів, інших фінансових доходів та інших доходів на 64,70%, 14,92% та 90,62% відповідно за період 2018-2020 років. Загалом доходи ТОВ «Епіцентр К» за період 2018-2020 років зросли з 41892455 тис. грн. до 51885308 тис. грн., або таке зростання становить 19,26%. Таким чином варто відмітити, що досліджуване підприємство ТОВ «Епіцентр К» має досить позитивну динаміку діяльності, навіть в період пандемії COVID-19 відбулося зростання загальної суми доходів в порівнянні з попередніми роками діяльності.

Далі варто здійснити аналіз динаміки та складових витрат ТОВ «Епіцентр К» за період 2018-2020 років (табл. 1.6)

Таблиця 1.6

**Динаміка та структура витрат ТОВ «Епіцентр К»  
за період 2018-2020 рр., (тис. грн.)**

Стаття	Роки			Відхилення 2018/2020	
	2018	2019	2020	+/-	%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	30400580	30814751	35593670	5193090	14,59
Адміністративні витрати	540040	751814	872759	332719	38,12
Витрати на збут	6623200	7985945	8648047	2024847	23,41
Інші операційні витрати	396373	254271	920408	524035	56,94
Фінансові витрати	91550	250094	295646	204096	69,03
Інші витрати	210000	363438	1438592	1228592	85,40
Всього витрат	38261743	40420313	47769122	9507379	19,90

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Епіцентр-К»

Відповідно до отриманих даних даної таблиці можна відмітити зростання суми собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) з 30400580 тис. грн. в 2018 році до 35593670 тис. грн. в 2020 році, або дане зростання відбувається на 14,59%, таким чином за рахунок зростання загального обсягу реалізації товарів

відбувається і зростання собівартості діяльності ТОВ «Епіцентр К», при цьому собівартість зростає ще за рахунок збільшення суми витрат на основну діяльність підприємства.

Основними статтями витрат ТОВ «Епіцентр К» за період 2018-2020 років є: адміністративні витрати, що зросли за три досліджувані роки на 38,12%, витрати на збут – 23,41%, інші операційні витрати – 56,94%, фінансові витрати – 69,03%, інші витрати – 85,40%. Загалом варто відмітити зростання загальної суми витрат ТОВ «Епіцентр К» з 38261743 тис. грн. в 2018 році до 47769122 тис. грн. в 2020 році, або загалом на 19,90%.

Наприкінці варто здійснити аналіз відповідних показників господарської діяльності та рентабельності ТОВ «Епіцентр К» за період 2018-2020 років (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

#### Аналіз відповідних показників господарської діяльності та рентабельності

Показник	Роки			Відхилення 2018/2021	
	2018	2019	2020	+/-	%
Коефіцієнт оборотності активів	1,37	1,19	1,13	-0,24	-21,24
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	2,29	2,22	2,31	0,02	0,87
Коефіцієнт оборотності основних засобів	3,55	2,50	2,34	-1,21	-51,71
Коефіцієнт рентабельності активів, %	9,83	9,76	7,12	-2,71	x

Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «Епіцентр-К»

За таблицею 1.7 можна зробити висновок, що коефіцієнт оборотності активів знизився на 0,24 у 2020 році, у порівнянні з 2018 роком, що свідчить про те, що за 3 роки використання активів на 1 гривню компанія стала знижувати виручку на 0,24 гривні. Коефіцієнт оборотності товарних цінностей та основних засобів за три досліджувані роки зріс на 0,02 або на 0,87%, що свідчить про зростання рентабельності діяльності ТОВ «Епіцентр К». Рентабельність активів скоротилася на 2,71% за період 2018-2020 років, але компанія залишається прибутковою, а рентабельність роздрібної торгівлі перебуває на нормальному рівні.

Таким чином варто відмітити, що загалом показники фінансового стану досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» є на досить високому рівні, за три досліджувані роки спостерігається зростання нерозподіленого прибутку, чистого доходу від основної, фінансової та операційної діяльності. Показники фінансової стійкості, рентабельності та динаміки активів й пасивів, а також структури доходів та витрат ТОВ «Епіцентр К» вказує на те, що підприємство має досить стабільний рівень розвитку, максимально залучає фінансові інвестиції для оновлення основних фондів, що залучаються в роботу, крім цього зростає сума оборотних активів підприємства, що вказує на збільшення обсягів реалізації та основної діяльності ТОВ «Епіцентр К» і дана тенденція зберігається навіть в період пандемії COVID-19 2020 року.

## **1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»**

Ключовими напрямками зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» є імпортна діяльність. Таким чином ТОВ «Епіцентр К» в більшій мірі здійснює реалізацію імпортних товарів в гіпермаркетах своєї мережі і така тенденція зберігається на ринку через відсутність промислових потужностей виробництва побутових товарів на території України.

Варто зауважити, що основними напрямками імпоротної діяльності досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» є імпорт будівельних матеріалів, серед яких повний асортимент товарів для сфери будівництва, а також вже готове та зібране обладнання, побутові прилади й техніка, аудіо- та відеотехніка, що виготовлено та зібрано на території країн світу, окрім росії та білорусії.

Серед найбільших імпортерів в Україну різних груп товарів варто відмітити два ключових поділи країн на:

1. країни з дешевим імпортом, сюди відносять: Китай, В'єтнам, Туреччина, Польща, тобто імпортні товари за досить доступними цінами та якісно не поганими товарами певних груп;

2. країни з дорогим імпортом: Італія, Німеччина, Франція, Бельгія, Австрія, Великобританія, США, Японія, тобто це постачальники товарів високої якості, при цьому їх ціна є вищою за середню ціну на ринку.

Серед виробників різних країн світу, що є партнерами ТОВ «Епіцентр К» розподіл імпортової діяльності є наступним: обладнання та товари, а також комплектуючі та запчастини до таких товарів імпортуються в більшій мірі з Австрії, Німеччини, Китаю та Японії, при цьому такі поставки відрізняються попитом серед споживачів у співвідношенні ціни та якості. Ще однією країною-імпортером побутових товарів та обладнання є Китай, тут визначальним є співвідношення «ціна-якість», дана країна-виробник виготовляє досить не якісну продукцію, але за низькою ціною, тут вибір за споживачем, або вища ціна і якісний продукт, або низька якість продукції, проте ціна досить таки доступна. Будівельні матеріали та будівельні суміші, фарбова продукція в основному завозиться з Німеччини, Італії та Польщі.

Ключовими країнами-виробниками аудіо- та відеотехніки, що поставляють свою продукцію до України через ТОВ «Епіцентр К» є:

1. Японія – бренд: Sony, Canon, Fujifilm.
2. Великобританія – бренд: Marshall Amplification.
3. США – бренд: GoPro, HyperX (виробничий підрозділ компанії – HP), JBL, Apple, Acer.
4. Китай – бренд: Huawei, OnePlus, Xiaomi.
5. Південна Корея – бренд: Samsung.

Проаналізуємо тенденцію реалізації аудіо- та відеотехніки на полицях досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» за період 2017-2021 років відповідно до ключових брендів (рис. 1.1).

Отже, відповідно до отриманих даних варто зауважити, що за період 2017-2019 років відбувається нарощення частки продажу дороговартісних брендів аудіо- та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К», що попередньо були імпортованими до України від виробників різних країн світу.

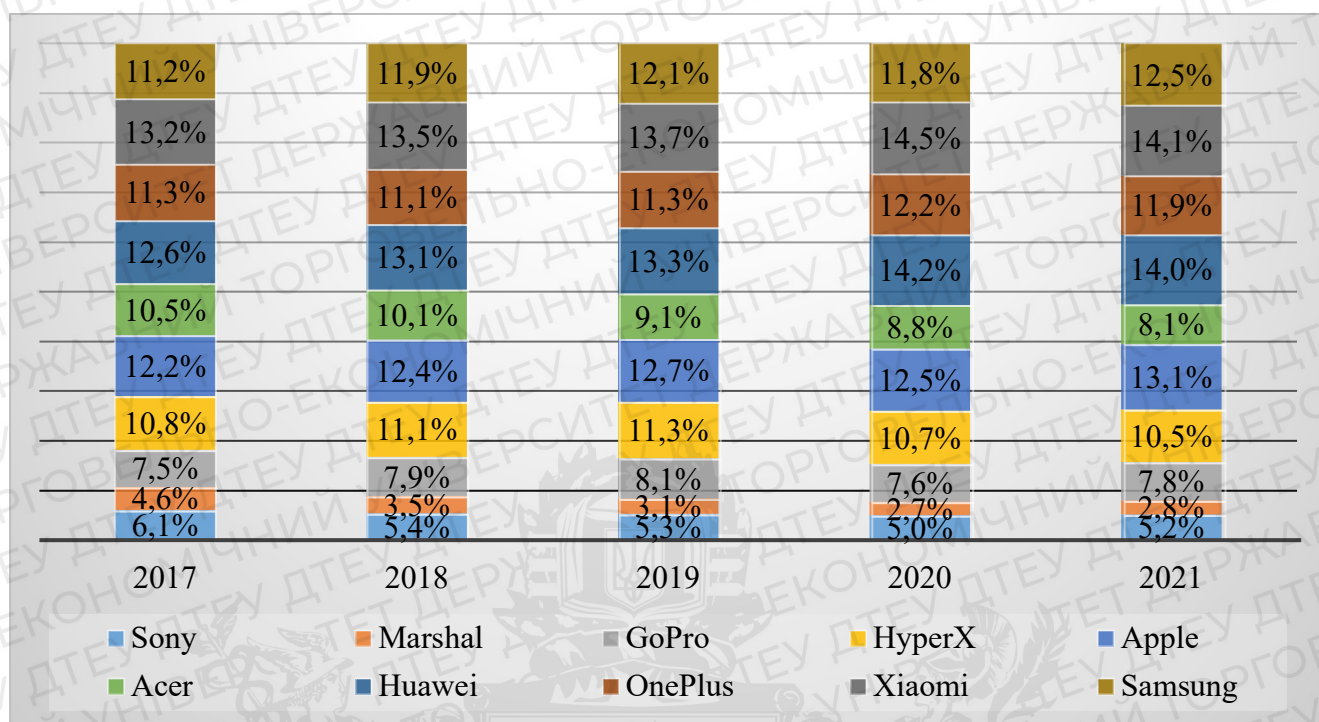


Рис. 1.1. Показники реалізації аудіо- та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» за період 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «Епіцентр К»

Варто зауважити, що за період 2017-2019 років зростала на ринку частка таких брендів, як GoPro (з 7,5% в 2017 році до 8,1% в 2019 році), HyperX (з 10,8% в 2017 році до 11,3% в 2019 році), Apple (з 12,2% в 2017 році до 12,7% в 2019 році), Samsung (з 11,2% в 2017 році до 12,1% в 2019 році). При цьому три бренди GoPro, HyperX та Apple є трьома брендами, що мають походження з США. Sony та Marshal також є двома досить відомими брендами, що відзначаються високою ціною на продукцію та є виробниками із Японії та Великобританії відповідно. Разом з тим їх частка на ринку України скорочувалася за період 2017-2020 років з 6,1% в 2017 році до 5,0% в 2020 році у бренда Sony та з 4,6% в 2017 році до 2,7% в 2020 році у бренда Marshal. При цьому американський виробник Acer за п'ять досліджуваних років скоротив свою частку на ринку України з 10,5% в 2017 році до 8,1% в 2021 році і причиною в більшій мірі стала досить не висока якість продукції за середніми цінами, таким чином виробники з Китаю можуть запропонувати ту ж якість продукції, але вже за нижчою та помірною ціною (врахована думка та відгуки покупців залишені на офіційному сайті ТОВ

«Епіцентр К» під продукцією даного бренду) [33], таким чином Асег на ринку України дещо втратив свої позиції серед потенційних покупців. Далі варто проаналізувати ключових виробників аудіо- та відеотехніки з Китаю, а саме: Huawei, OnePlus, Xiaomi. Розглядаючи тенденцію популярності даних брендів серед населення можна побачити, що їх популярність дещо зростала з 2017 по 2020 роки в середньому з 12% до 14%, дана тенденція прослідковувалася через досить невисоку ціну продукції, при тому технічні характеристики товарів є базовими та найбільш популярними, що в принципі і користується попитом серед населення. Варто зауважити, що 2020 рік є роком пандемії COVID-19, що максимально негативно вплинув на рівень матеріального забезпечення та купівельну спроможність населення, таким чином в 2020 році віддавалася перевага в більшій мірі товарам із дешевих груп, тому в цьому ж 2020 році такі відомі бренди як, Apple, GoPro, HyperX та Samsung дещо скоротили обсяги реалізації своєї продукції на ринку України, також дані бренди вважаються виробниками товарів, що переходять в групу дороговартісних та найпершими страждають при негативних змінах на ринку. Таким чином аналізуючи період 2020-2021 років можна побачити, що Apple збільшив продажі з 12,5% в 2020 році до 13,1% в 2021 році, GoPro – з 7,6% в 2020 році до 7,8% в 2021 році, HyperX – з 10,7% в 2020 році до 10,5% в 2021 році та Samsung – з 11,8% в 2020 році до 12,5% в 2021 році, тобто в 2021 році покупці ТОВ «Епіцентр К» повернулися до купівлі своїх звичних торгових марок на противагу китайським виробникам. При цьому не варто забувати, що китайські Huawei, OnePlus та Xiaomi хоч і скоротили рівень продажу своєї продукції в 2021 році через надання противаги споживачами більш дорожчої, якіснішої та багатозадачної техніки, але все одно лідерами в 2021 році серед покупців залишаються: китайські Huawei та Xiaomi, американські Apple та HyperX, південнокорейський Samsung.

Враховуючи тенденцію до відмови населення від дороговартісних товарів в період криз чи певних економічних спадів, то можна досить точно стверджувати, що за 2022 рік ми побачимо тенденцію до повного скорочення частки придбання товарів із групи дорогих чи за вартістю вище середньої, при тому, що аудіо- та

відеотехніка не належать до товарів першої необхідності, а в умовах війни, особливо на певних територіях де тривають бої чи окупація даний товар не купується точно. Попит на дорогу техніку буде, але меншим ніж це було до війни та на певних територіях.

Партнерські відносини між підприємствами-виробниками аудіо- та відеотехніки й ТОВ «Епіцентр К» довгострокові та постійні, закупівлі є стабільними відповідно до умов контракту [8].

Варто зауважити, що основними контрактними умовами імпортерних закупок ТОВ «Епіцентр К» з підприємствами світу є доставка товарів за місцем призначення шляхом морського сполучення, крім цього залучається і автомобільний транспорт за умов коли країна розташована поблизу кордонів з Україною. При цьому собівартість товару та ціна реалізації ТОВ «Епіцентр К» складається із контрактної ціни, транспортних витрат, витрат на збут та оплату праці працівників, що залучаються в основній діяльності та інших супутніх витрат [14].

Для більш детального аналізу тенденцій імпортерних операцій щодо постачання аудіо- та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» із США зупинимося на ключових виробниках даної техніки та прослідкуємо рівень популярності американських виробників серед населення.

Відповідно до попереднього аналізу загалом тенденцій з частками ринку аудіо- та відеотехніки серед ключових світових виробників варто відмітити, що американські бренди займають досить високе місце на ринку та є відомими серед покупців, а їх товари користуються попитом (рис. 1.2).

Отже, відповідно до отриманих даних варто зауважити, що ТОВ «Епіцентр К» мав досить високий рівень продажу в 2021 році аудіо- та відеотоварів, при цьому лідером в цьому напрямку серед американських виробників є Apple, перше дійсно через досить високий рівень попиту на продукцію даного бренду серед молоді та представників бізнесу, а по-друге через високу вартість асортиментного ряду даного виробника, де завдяки цьому загальна сума продажу



є найвищою, але чисельність проданих гаджетів на порядок нижча ніж лінійка більш дешевих виробників.

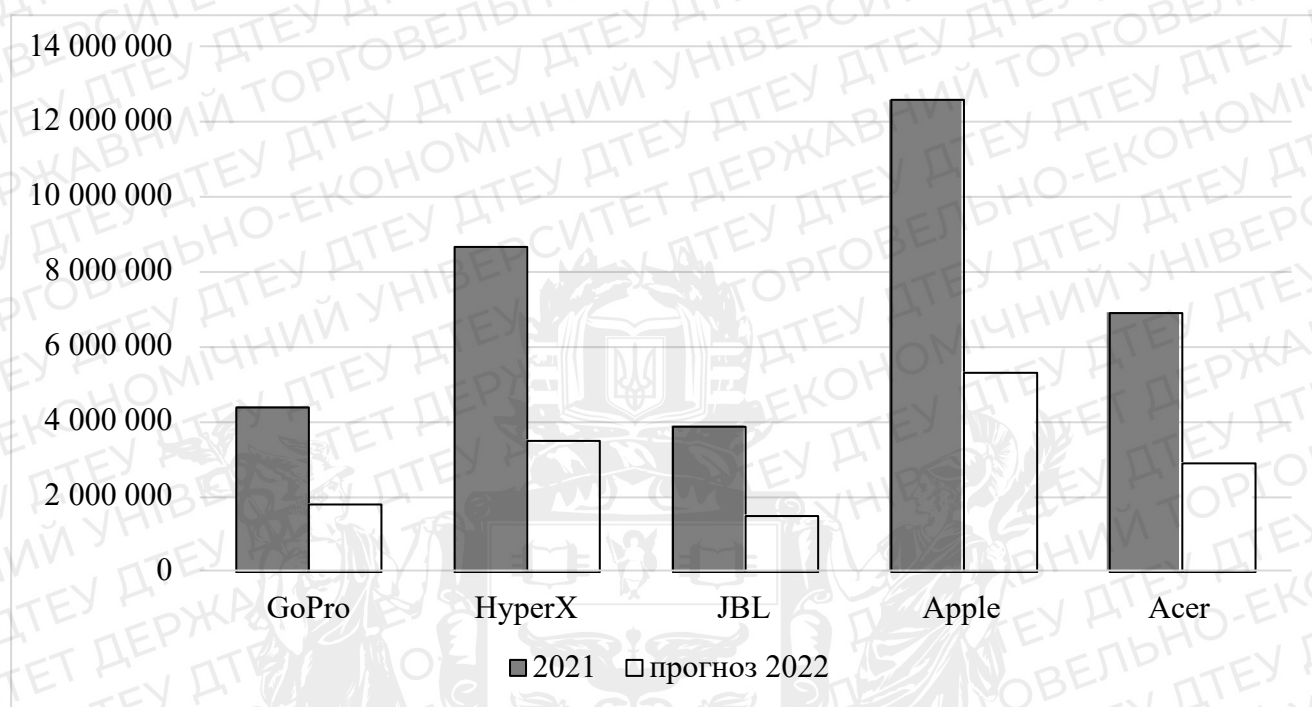


Рис. 1.2. Рівень продажу аудіо- та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К»

за торговими марками із США в 2021 р. з прогнозом на 2022 р., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі внутрішньої документації компанії

Варто зауважити, що в прогнозній сумі здійснюваних реалізацій передбачається скорочення загальних обсягів реалізації більше ніж в двічі, це цілком ймовірні показники через досить негативний вплив війни на магазини ТОВ «Епіцентр-К» в різних куточках України, так в Бучі, Чернігові та Маріуполі знищено було магазин, в Херсоні розграбовано в інших містах, що знаходяться під окупацією інформація на сьогоднішній день відсутня.

Таким чином варто відмітити, що ТОВ «Епіцентр К» імпортує досить якісні аудіо- та відеотовари виробників із США та в мирний період дана продукція користувалася досить високим рівнем попиту серед населення, на сьогоднішній день за умов наявності замовлень та побажань за певного асортименту товарів ТОВ «Епіцентр К» здійснює доставку таких товарів, в іншому випадку в умовах війни імпортується продукція, що є найнеобхіднішою. На практиці виходить, що

через довгострокову процедуру імпорту покупцям потрібно чекати товари та замовляти їх завчасно.

Загалом варто відмітити, що діяльність ТОВ «Епіцентр К» та асортимент товарів в гіпермаркетах відповідає структурі попиту на певні товари серед споживачів. Встановлено, що діяльність досліджуваного підприємства не лише ефективна та прибуткова, а й має досить високі темпи зростання. План організації постачання імпортованих товарів до ТОВ «Епіцентр К» є продуманим та раціональним, що відповідає стратегії та дає можливість здійснювати ефективно роботу. Комплексне обслуговування покупців в ТОВ «Епіцентр К» визначається на досить високому рівні, на практиці управлінський персонал дотримується тенденції до впровадження європейських стандартів обслуговування споживачів та задоволення їх потреб.



## **РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ АУДІО ТА ВІДЕОТЕХНІКИ ТОВ «ЕПЦЕНТР К»**

### **2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку аудіо та відеотехніки**

Світовий ринок інформаційних технологій та новітніх технологій, порівняно з іншими світовими ринками, має досить феноменальну та швидку історію свого формування й розвитку. Поступово формуючи з ієрархічно нижчих ринків мезо-, макро- та міжнародних центрів, а також відокремлюючись від структурних сегментів ринку інформаційно-комунікаційних технологій, світовий ринок інформаційних та новітніх технологій в напрямку аудіо та відеотехніки міцно сформувався на початку XXI століття. В умовах глобалізації світовий ринок інформаційних технологій постає як єдиний простір обміну інформаційними продуктами та послугами між усіма суб'єктами світового господарства, включаючи не тільки економічно розвинені країни світу, а й усе цивілізаційне середовище людства, навіть територіально віддалені «периферійні» центри комунікаційними технологіями радіомовлення, зв'язку, навігації, програмування та транспорту.

Вивчення сучасного стану розвитку світового ринку аудіо та відеотехніки передбачає виявлення динаміки та проблем зміни його якісного стану. За концептуальним змістом висвітлення динаміки вимагає визначення стану використання аудіо та відеотехніки великими та малими компаніями, а також в побутовому житті фізичних осіб, у тому числі за рахунок доступу до мережі Інтернет, а розгляд питань передбачає огляд наявної сукупності проблем світового ринку аудіо та відеотехніки за рахунок експортно-імпортних операцій. Розвиток світового ринку аудіо та відеотехніки під впливом певних чинників поділяється на шість рівнів управління, серед яких: світовий рівень, макро-, мезо- та мікрорівень, а також особистісний (персональний) рівень (табл. 2.1).

**Ключові чинники, що впливають на розвиток світового ринку аудіо та відеотехніки**

№	Рівень управління	Фактори впливу
1	Світовий рівень	Рівень розвитку науково-технічного прогресу, визначення рівня конкуренції та ключових тенденцій розвитку на світовому ринку аудіо- та відеотехніки, основні напрямки міжнародних угод і стандартів діяльності, ключових тенденцій попиту споживачів на світовому ринку, рівень економічних відносин та економічного розвитку країн світу.
2	Макро	Цінність обміну інформацією, наявність необхідних знань, інтенсивність розвитку інформаційних технологій та залучення їх у виробництво нових товарів на ринку, рівень залученості країни в міжнародному поділі праці, рівень конкурентних переваг країни на світовому ринку.
3	Мезо	Напрямки маркетингової політики в певній галузі економічного життя та промисловості, рівень потужність регіональних мережевих зв'язків в країні.
4	Мікро	Рівень конкуренції між виробниками та точками реалізації, швидкості прийняття оптимальних, ефективних управлінських рішення, рівень попиту споживачів на певну групу товарів, рівень собівартості продукції та їх інноваційності, мотивування роботи персоналу.
5	Персональний рівень	Рівень платоспроможності населення, індивідуальний попит на певну групу товарів чи бренд, рівень зацікавленості в інноваційних аспектах розвитку.

Джерело: складено автором за даними [21]

Таким чином варто відмітити, що за цими особливостями відбувається визначення ключових аспектів в потребах потенційних споживачів в певних видах та моделях аудіо та відео техніки.

Аудіотехніка є деякою сукупністю різнопланових технічних радіо та аудіо систем, головною метою яких вважається відтворення готового музичного запису, музики, аудіокниг, аудіоп'єс, новин та інших матеріалів. Серед таких пристроїв можна зустріти звукові проектори, стерео підсилювачі, CD-програвачі, стерео ресивери, мінісистеми, підсилювачі потужності, попередні підсилювачі, а також музичні центри, мережеві плеєри, тюнери, мережеві регенератори та підсилювачі для навушників. Все це першокласне обладнання останніх моделей можна купити в будь-яких магазинах електронної техніки України та розвинених країн світу.

Аудіотехніка є дуже затребуваним обладнанням. Її широко використовують у побуті, в кафе, парках розваг, торгових центрах, під час презентацій та відкриття магазинів та інших громадських місцях. Найбільш відомими різновидами цієї апаратури є музичні центри. Вони є стаціонарними об'ємними пристроями, зібраними в стилі «все в одному», оскільки одне обладнання виконує функції відразу декількох технічних пристроїв.

Відеотехніка – це один із найкорисніших і значних винаходів людини. Саме вона дозволила людям у найкоротші терміни опанувати мистецтво звукозапису, музичної обробки, зберігання, запису, відтворення та передачі будь-якої візуальної інформації. Найбільш яскравими представниками даного обладнання є LCD телевізори, плазмові телевізори, AV ресивери та процесори, DVD-програвачі, відеопроєктори, цифрові медіа плеєри, відеостіни, DVD ресивери, лампи для проєктора, об'єктиви та аксесуари для відеопроєкторів.

Відеотехніка може відрізнитися не тільки формами та розмірами, але й за призначенням, за технічними особливостями. Наприклад, на сьогоднішній день існує на ринку сучасне обладнання, яке дозволяє передавати відеосигнал за допомогою супутникового або кабельного цифрового телебачення в кожен будинок. До такої апаратури варто віднести плазмові телевізори та LCD телевізори. У свою чергу кожна товарна група аудіо та відеотехніки має свою внутрішню класифікацію [21].

Попит на аудіо та відеотехніку не має сезонного чинника: його купують і взимку, і влітку, причому не лише великі компанії, а й малі підприємства та фізичні особи. Сьогодні дана техніка потрібна як серед професіоналів, так і серед звичайних споживачів. Головна відмінність професійного обладнання від побутового – ресурс його роботи: у професійного обладнання він удвічі більший, а решта технічних характеристик, зручність використання та інше на практиці є вищою. Між «професійним» та «побутовим» обладнанням багато виробників позиціонують вироби із середньою продуктивністю – так звана «напівпрофесійна» аудіо та відеотехніка. Зазвичай серед торгових марок та

брендів виділяють від одного до трьох класів аудіо та відеотехніки: «професійний», «побутовий» та «напівпрофесійний».

Ринок аудіо та відеотехніки в останнє десятиліття розвивається стрімкими темпами, що робить деякі види робіт та завдань набагато простішими для професіоналів і доступнішими для пересічних споживачів. Глобальна тенденція до урбанізації – лише один із факторів, що зумовили стабільний продаж на ринку будівельних інструментів. Ще одним фактором, що сприяє цьому, є популярність тренду «Зроби сам» (DIY). На сьогоднішній день, як ніколи, люди захоплені проектами, які раніше були роботою професійних спеціалістів, фотографів та інших професій [28].

Зростання ринкової пропозиції у сегменті аудіо та відеотехніки відбувається за рахунок імпортного обладнання, як правило, китайського виробництва. Найновіші та найсучасніші заводи з виробництва аудіо та відеотехніки побудовані саме в Китаї. Однак є виробники аудіо та відеотехніки заводів яких поширені по всьому світі від відомих брендів США, Китаю, Південної Кореї, Японії та В'єтнаму.

Далі варто проаналізувати ключові бренди виробників аудіо та відеотехніки, що показали найбільшу суму експорту на ринку в світі на кінець 2021 року відповідно до даних таблиць на основі TradeMAP (рис. 2.1).

Отже, варто відмітити, що найбільшу частку експорту на ринку в 2021 році серед виробників аудіо та відеотехніки займає Японія з об'ємом – 15 637 400 тис. дол. США, на другому місця – США – 5 434 761 тис. дол. США, далі Південна Корея – 2 294 172 тис. грн., а далі вже європейські виробники, серед яких Німеччина, Бельгія та Нідерланди. Варто зауважити досить лідируючі позиції і Китаю в 2021 році з сумою експортних операцій 1 246 118 тис. дол. США, при цьому Китай є країною, що має досить низьку частку витрат на виробничі процеси та мінімальні витрати на оплату праці робітників.

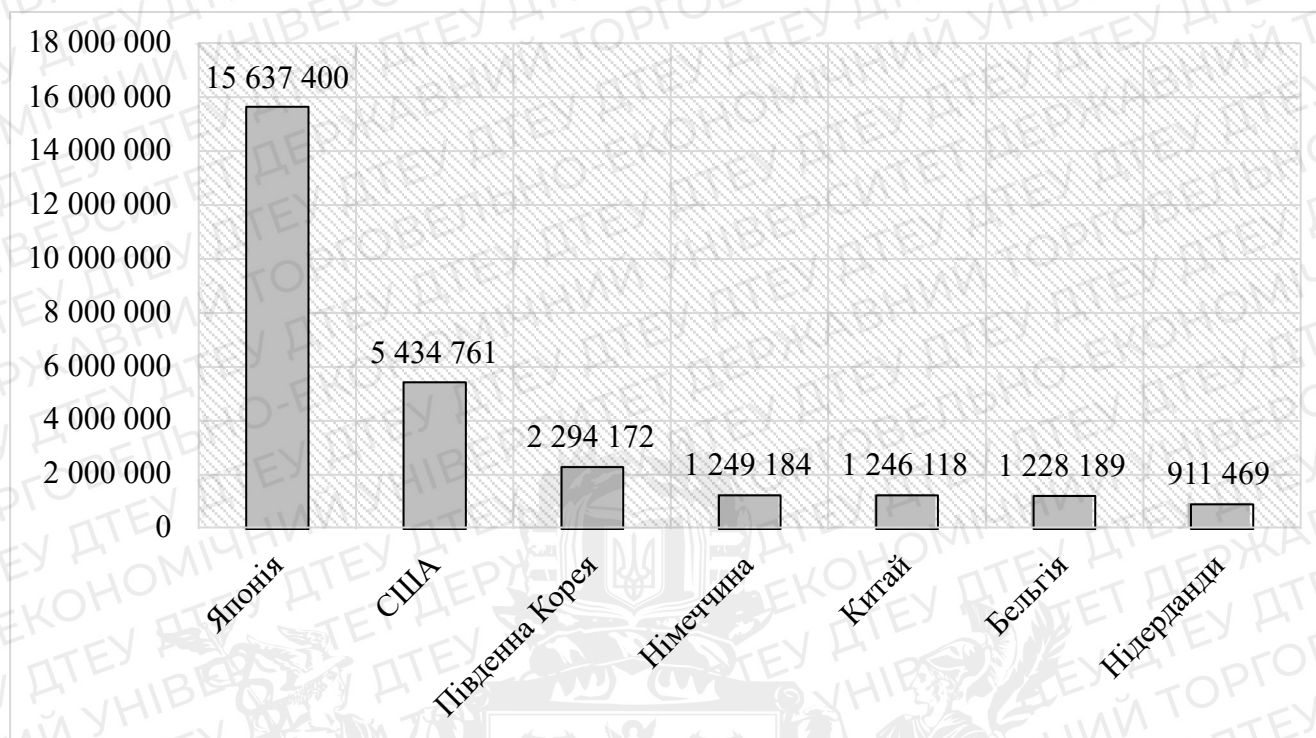


Рис. 2.1. Частки ринку ключових експортерів аудіо та відеотехніки в 2021 році, тис. дол. США

Джерело: складено автором

За даними більшості вітчизняних операторів, продаж аудіо та відеотехніки в Україні в цілому зростає в середньому приблизно на 15-20% щорічно до 24 лютого 2022 року. Більшість продажів аудіо та відеотехніки забезпечують корпоративні клієнти. Це великі ІТ компанії та ТНК частка яких становить щонайменше 60%. На другому місці (близько 30%) – це малі підприємці та ФОП за даними напрямками діяльності. Замикають цей список фізичні особи, що використовують обладнання для власних потреб.

Також відбувається підвищення вимог до якості: дедалі більша частка компаній та споживачів віддають перевагу якісному обладнанню середньої та високої цінової категорії. Насамперед експерти пояснюють таку ситуацію технологічним бумом, який спостерігався в Україні останнім часом. Крім того, зростають вимоги замовників до якості та термінів виконання робіт, а також термінів експлуатації аудіо та відеотехніки, що також змушують компанії та фізичних осіб купувати якісне обладнання. А нові матеріали та технології змушують використовувати високотехнологічне обладнання. В Україні аудіо та

відеотехнікою торгують кілька сотень компаній, у тому числі ТОВ «Епіцентр К», і кількість компаній невпинно зростає.

Серед імпортової аудіо та відеотехніки найпоширенішими є бренди:

1. Samsung Electronics – Південна Корея;
2. Xiaomi Corporation – Китай;
3. Huawei Technologies – Китай;
4. Apple Inc – США;
5. Lenovo Group Limited – Китай;
6. Canon – Японія;
7. Nikon – Японія;
8. Hewlett-Packard (HP) – США;
9. Sony Group Corporation – Японія;
10. AsusTek Computer Inc – Тайвань.

Розглянемо частку даних компаній на світовому ринку аудіо та відеотехніки за період 2019-2021 років (рис. 2.2).

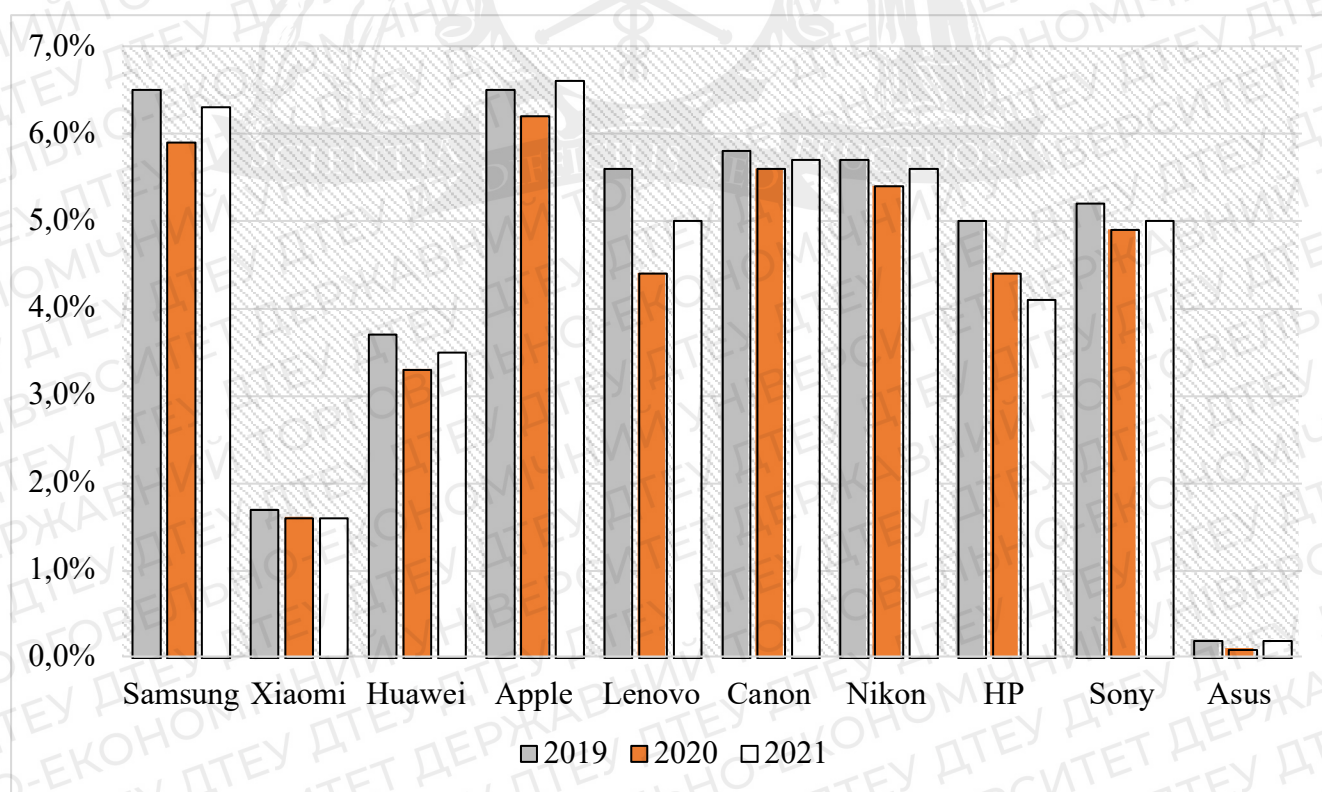


Рис. 2.2. Динаміка частки ринку відомих брендів аудіо та відеотехніки за період 2019-2021 років

Джерело: складено автором



Таким чином варто відмітити лідируючі позиції Samsung та Apple на ринку аудіо та відеотехніки за три досліджувані роки. Далі лідерство між собою розділяють японські виробники – Canon, Nikon та Sony. Проте з рисунку 2.2. видно, що пандемія COVID-19 внесла свої негативні корективи в частку ринку кожного з виробників, що супроводжується різким спадом купівельної спроможності більшості населення світу.

Незважаючи на постійне зростання цін на відео та аудіотехніку, близько 30-40% ринку залишається за відомими брендами, близько 10% ринку займають грубі підробки відомих брендів. А решта – це продукція менш відомих торгових марок та брендів, які визначаються досить низькою ціною та якістю та при цьому такий товар не відповідає визначеним міжнародним стандартам та вимогам безпеки. На такі аудіо та відеотовари припадає до 18% ринку. На ринку непрофесійної аудіо та відеопродукції часто переважає дешева продукція, зокрема, контрабанда.

Американський бренд «Apple» відомий споживачам, незважаючи на досить високу ціну на її продукцію та множину конкурентів в напрямку модифікації аудіо та відеопродукції на ринку, її товар успішно продається як у побутовому, так і в професійному сегментах. Бренд має головний офіс в США, проте заводи та виробничі потужності розташовані в Китаї, Тайланді та В'єтнамі. Випускає «Apple» множину техніки серед якої: MacBook, iPad, iPhone, Watch, AirPods різної модифікації, технічних характеристик та цінових діапазонів. Тому критеріями, що відповідають вимогам споживачів є широкий модельний ряд, надійність і зносостійкість, комфорт і безпека в роботі.

На другому місці за лідерством виступає бренд «Samsung», що здійснює виробництво множини техніки від аудіо та відеотехніки до великої побутової техніки різного призначення та використання, з досить високим рівнем якості та лояльною ціною пропозицією. Таким чином даний виробник також в певних напрямках не поступається Apple, а особливо інноваціях та передових технологіях на власному товарі.

Загалом переділ ринку вже не перший рік відбувся між трьома японцями: Canon, Nikon та Sony. Це виробники, які з кожним роком дедалі більше відокремлюються від інших виробників в напрямку відеотехніки. Дані компанії кожного року входять то ТОПу найкращих компаній в своїй сфері, як на рівні Японії так і на світовому рівні. Статистика продажів за 2021 рік та відгуки покупців про товар даних виробників свідчать про те, що найкращі відеопродукти для професійних робіт виготовляють компанія Canon та Nikon. Тому в першу чергу для споживачів цінна якість продукції і в цьому напрямку потрібно зміцнювати свої позиції іншим виробникам аудіо та відеотехніки на ринку [18].

Відзначено на практиці, що збільшення частки професійних інструментів насамперед пов'язане із запровадженням нових правил та норм ведення бізнесу, маркетингової діяльності та зацікавленістю потенційних покупців та споживачів. Деякі виробники продукції вимагають від своїх партнерів збирання своєї продукції лише з якісних матеріалів та якісного інструменту, що значно знижує відсоток браку. Нині така тенденція стала спостерігатися у всьому світі, при цьому інноваційні технології, що застосовуються в аудіо- та відеотехніці, розвиваються випереджаючими темпами, що дає можливість збільшити обсяги продажу та розширити асортимент готової продукції, а як наслідок, розширити площі торгових залів та торгових майданчиків.

Основними споживачами (близько 70% від загального обсягу продажу) аудіо та відеотехніки є досить розвинені бізнес-регіони, де ведеться активне життя та розвивається промисловість. В світі це Китай, США, Туреччина, Дубаї, Великобританія, Швейцарія. В Україні це так звана «велика шістка» областей: Київська, Одеська, Донецька, Харківська, Дніпропетровська та Львівська, а також Запорізька, Житомирська та Хмельницька області.

Як показали результати моніторингу ринку аудіо та відеотехніки, основними чинниками, що впливають обсяг продажів даної виду товару в світі є: цінова політика, ключові напрямки стимулювання збуту, рівень конкуренції та особливості використання інноваційних технологій в сучасних засобах аудіо та відеотехніки. На сьогоднішній день асортимент аудіо та відеотехніки на світовому

ринку дуже широкий, а основними споживчими властивостями є функціональність, ергономічність, надійність та безпека.

## **2.2. Оцінка перспектив імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр-К» зі Сполучених Штатів Америки**

Вітчизняний ринок побутової техніки та електроніки адаптується до нових реалій та поступово відновлюється після повномасштабного вторгнення росії від 24 лютого 2022 року.

За підсумками трьох кварталів 2022 року вартісні обсяги зовнішньої торгівлі України зменшились на 26,8% порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Вищі темпи зниження фізичних обсягів торгівлі (на 42,9%) порівняно із вартісними обсягами свідчать про зростання світових цін на провідні зовнішньоторговельні товари України.

Темп зниження експорту товарів (на 31,4%) перевищує темп зниження їх імпорту (на 22,4%), у результаті негативний показник зовнішньоторговельного балансу збільшився майже втричі (з 2,3 млрд дол. США до 6,1 млрд дол.). США). . США).

Більше половини товарообігу України (55%) припадає на ЄС, що значно збільшило його значення для зовнішньої торгівлі України, насамперед за рахунок зростання експорту до нього на 6,2%.

Можливість України експортувати свої товари та імпортувати товари з інших країн світу зіткнулася з логістичними труднощами через блокування внутрішніх морських портів та обмежену пропускну спроможність сухопутних шляхів, що було частково компенсовано реалізацією Чорноморської зернової ініціативи – вона сприяла скороченню негативного сальдо у місячній торгівлі.

Початок повномасштабних бойових дій в Україні 24 лютого 2022 року викликав побоювання, що наша держава може практично повністю втратити свою присутність на зовнішніх ринках. Адже країна зіткнулася з низкою проблем зовнішньоекономічної діяльності, однією з яких є обмеження логістичних

напрямів торгівлі, оскільки республіка білорусь і російська федерація заблокували північний і східний напрямки зовнішньо-економічної діяльності. Крім того, на півдні було заблоковано порти України, що унеможливило використання морського транспорту. Тому єдиним напрямом зовнішньої торгівлі став західний, а саме країни ЄС та США.

Росіяни, що біжать із наших міст та селищ, хапають усе, що бачать у будинках українців, насамперед крадуть побутову техніку, навіть якщо не вміють нею користуватися. І тоді наші громадяни змушені знову купувати те, що в них було до приходу російських злодіїв і вбивць. І ця проблема також впливає на збільшення попиту на побутову техніку та електроніку в цілому по звільнених регіонах та країні.

У мережі «Епіцентр К» асортимент обладнання, побутової, аудіо та відеотехніки зменшився в середньому на 20-30% з початку року в порівнянні з минулим 2021 роком.

На жаль, українці не зможуть побачити в наших магазинах той асортимент товарів, який був у наявності до початку повномасштабної війни, але асортимент товарів у гіпермаркеті ТОВ «Епіцентр К» є не малим, і будь-хто може придбати досить бажаний товар з достатнім рівнем якості, при цьому враховуються власні особисті потреби та фінансові можливості споживачів.

З початком повномасштабної війни асортимент побутової техніки в Україні значно скоротився, хоча з липня ситуація стала поступово покращуватись. Основні втрати в асортименті припали на товари, які збирають до Росії її військові, зокрема: вузькі пральні машини, бюджетні холодильники, телевізори та інші побутові товари.

Російські бренди Scarlet, Vitek, Polaris та інші на світовому ринку, які продовжували маскуватися під європейські чи американські бренди після 2014 року, значно втратили свої позиції. У свою чергу, польським та китайським виробникам знадобилося кілька місяців, щоб почати надавати альтернативні моделі та повністю витіснити російських виробників із ринку.

Помічено, що зараз деякі відомі міжнародні бренди великої побутової техніки, такі як LG та Bosch, тимчасово взагалі зникли з ринку. Додатково також варто зазначити, що відбулося скорочення номенклатури аудіо- та відеотехніки, що імпортується ТОВ «Епіцентр К» з інших країн світу.

Зменшення асортименту цих товарів на нашому ринку пов'язане не лише із закриттям українсько-російських кордонів та припиненням торговельних відносин із Росією, а й з тим, що багато виробників, у тому числі побутової техніки та електроніки, йдуть з ринку. ринок країни-агресора.

Крім того, у довоєнний період Україна ввозила через морські порти значну кількість електротоварів та побутових приладів, але на сьогоднішній день весь цей асортимент заблокований та можливість його імпорту значно скоротилася, що відбивається і на асортименті в магазинах, при цьому основне виробництво таких товарів знаходиться в Китаї, Таїланді та В'єтнамі, тоді як головний офіс та реєстрація торгової марки можуть відбуватися у США, ЄС, Японії, а основні імпортні поставки відбувалися з використанням портової інфраструктури Одеси, яка зараз працює на мінімальних обсягах свого завантаження, лише за зерновою угодою.

У мережі «Епіцентр К» повідомляють, що їхній асортимент обладнання зменшився на 20-30% залежно від категорії, але глобального дефіциту немає в жодній групі, тому сектор аудіо та відео скоротився на 25%.

Скорочення асортименту відбулося в основному за рахунок товарів із преміального та суперпреміального сегментів, тобто це товари, що є максимально дорогими та не доступними всім категоріям населення. Такі позиції, якщо вони є в товарній матриці, тепер доводиться чекати набагато довше – від одного до трьох місяців, тому що товари відправляються здебільшого з європейських країн, що займає певний час на доставку.

Разом із зміною асортименту побутової техніки та електроніки змінюється та їх вартість, основною причиною цього є девальвація гривні та зростаюча інфляція, що викликають зростання цін на товари, при цьому негативним

моментом є те, що довоєнних цін на побутові товари найближчим часом на ринку України не варто очікувати.

Подорожчання товарів у різних сегментах може залежати від багатьох чинників, але загальними є такі:

- зростання курсу долара до гривні, тобто послаблення позицій гривні на світовому ринку через занепад української економіки та максимальне направлення діяльності на військовий захист країни;
- ускладнення реалізації міжнародних поставок та зв'язків між Україною та країнами світу, а також блокування міжнародних перевезень та внутрішньої логістики;
- наявність сезонного попиту на певні групи товарів.

На сьогоднішній день управлінський персонал ТОВ «Епіцентр К» визначає, що зростання рівня цін в гіпермаркетах даної мережі насамперед пов'язане з ослабленням курсу гривні. Оскільки більшість товарів, матеріалів та комплектуючих ТОВ «Епіцентр К» є імпортними і залежать від курсу валюти [33].

У компанії також додатково окрім курсу валют враховують і витрати на логістичні послуги, що зросли з початком повномасштабної війни, при цьому дані витрати входять до сукупності собівартості та впливають на ціну товару, що визначається для кінцевого споживача.

Додатковим фактором сьогодення, що досить вагомо впливає на ціну товару – це ризик поставок та виконання контрактів, тому для безпечності своєї діяльності та зменшення ризиків, виробники скасували всі передбачені раніше товарні кредити та знижки, при цьому ціна за товар зросла у валютному вираженні, а отже в гривневому еквіваленті зростання відбулося відповідно до зростання курсу гривні.

«Епіцентр К» визначає, що вартість побутової техніки в Україні зросла з 30 до 60% з початку року. При цьому в 2022 році інфляція в Україні складе близько 30%, а гривня вже подешевшала до долара та євро майже вдвічі.

Враховуючи складнощі сьогодення український ринок побутової техніки та електроніки продовжує відновлюватися та модернізуватися, а саме першочерговою задачею для управлінського персоналу ТОВ «Епіцентр К» стала повна перебудова логістики, а послаблення гривні та виклики війни значно вплинули на економічний стан розвитку всіх компаній України. Натомість протягом року спостерігається і позитивна динаміка, а саме: відкриття гіпермаркетів у місцях, де вони були закритими з початком війни, це стосується територій, що були окупованими, а далі звільненими та відновлювалися після військових дій.

Якщо говорити про тему нової електроніки, то, наприклад, останні моделі iPhone або смартфони Samsung з'являються в Україні за часовими параметрами можливо дещо довше ніж до війни, в обмеженій кількості та за високою ціною ніж це було до вторгнення.

З огляду на зниження прибутків українців, багатьом із них зараз доводиться відмовлятися від дорогих новинок. Однак коли війна закінчиться, економіка нашої країни запрацює на достатньому рівні, і тоді ми зможемо купити не лише найнеобхіднішу електроніку, а й потішити себе новими гаджетами.

Таким чином на фоні досить високого попиту українців на обігрівачі та генератори варто відмітити зниження попиту та купівельної спроможності в напрямку аудіо та відеотехніки за період 2019-2022 років. Так за даними досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К», у 2019 році обсяг продажу аудіо та відеотехніки становив 1,23 млн грн., а вже у 2020 році він скоротився до значення 1,02 млн грн. тобто скоротився на 17,1%, далі в 2021 році вдалося відновити доковідну динаміку діяльності ТОВ «Епіцентр К» та збільшити реалізацію аудіо та відеотехніки до суми 1,24 млн. грн., проте на кінець 2022 року сума реалізації скоротилася вже до 0,71 млн. грн, тобто спостерігається максимальне скорочення попиту на продукцію ринку аудіо- та відеотехніки. Розглянемо динаміку попиту на асортимент товару ТОВ «Епіцентр К» за період 2019-2022 років (рис. 2.3).

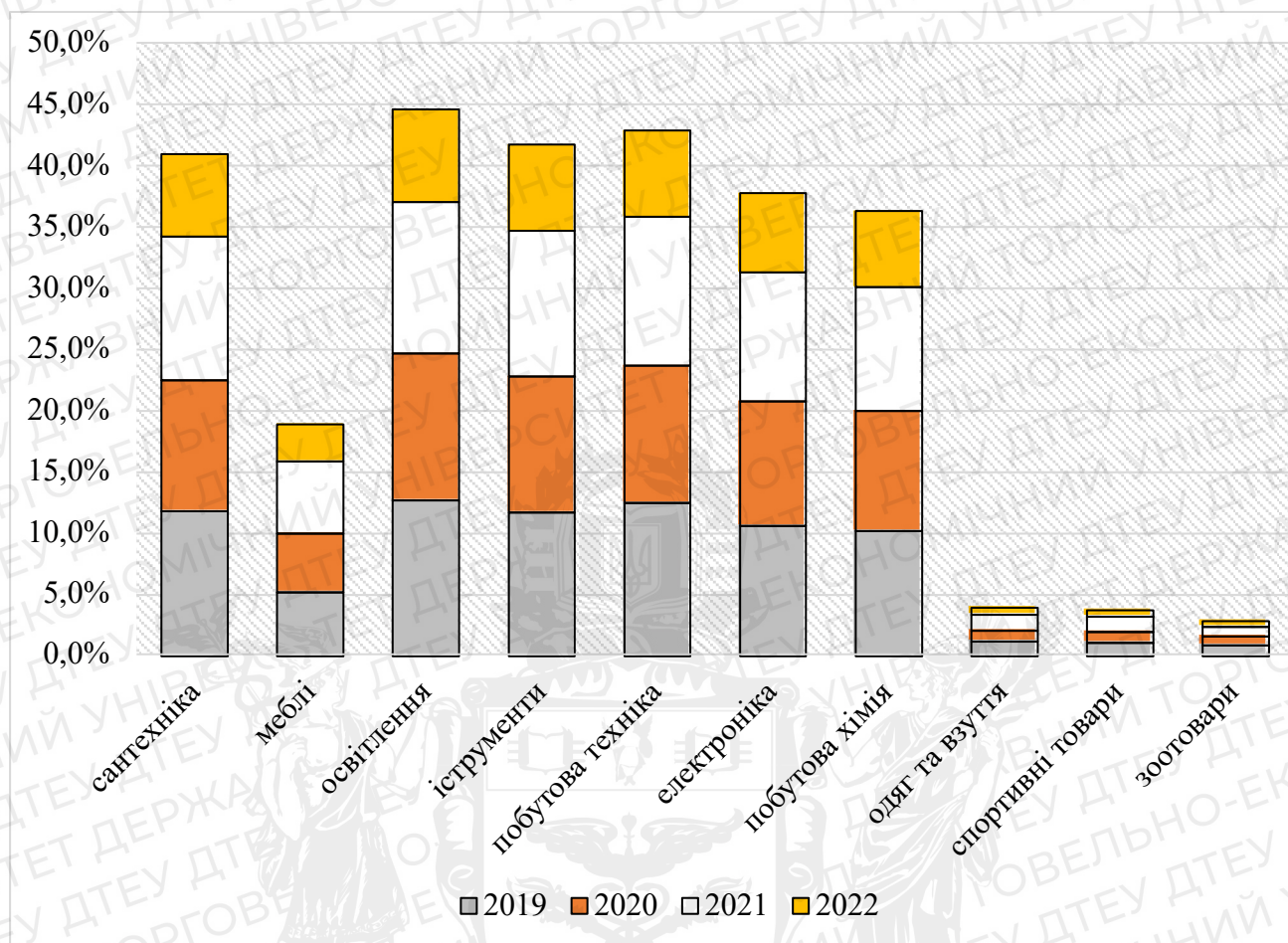


Рис. 2.3. Динаміка реалізації товарів ТОВ «Епіцентр К» за період 2019-2022 років

Джерело: складено автором

Отже, за даними рисунку можна прослідкувати скорочення рівня попиту на товари, що реалізуються ТОВ «Епіцентр К» в 2022 році, варто зауважити, що дане скорочення є максимальним з періоду пандемію COVID-19 – 2020 року, року коли населення України максимально скоротило свої доходи та купівельну спроможність, а в період війни збідніння населення України стало максимальним. Варто зауважити, що 2019 та 2021 роки є роками максимального попиту та роботи на рівні цих років й максимального збільшення рівнів продажів в довгостроковій перспективі.

Серед брендів варто відмітити партнерів ТОВ «Епіцентр К» з США, що виокремлюються аудіо та відеотехнікою досить високої якості та надійності в роботі: Apple, Yamaha, Kodak, Amazon, Polk Audio, SVS, Sonance, Weekender. Для



порівняння динаміки реалізації, розглянемо частку цих брендів на ринку України в 2021 та 2022 роках (рис. 2.4).

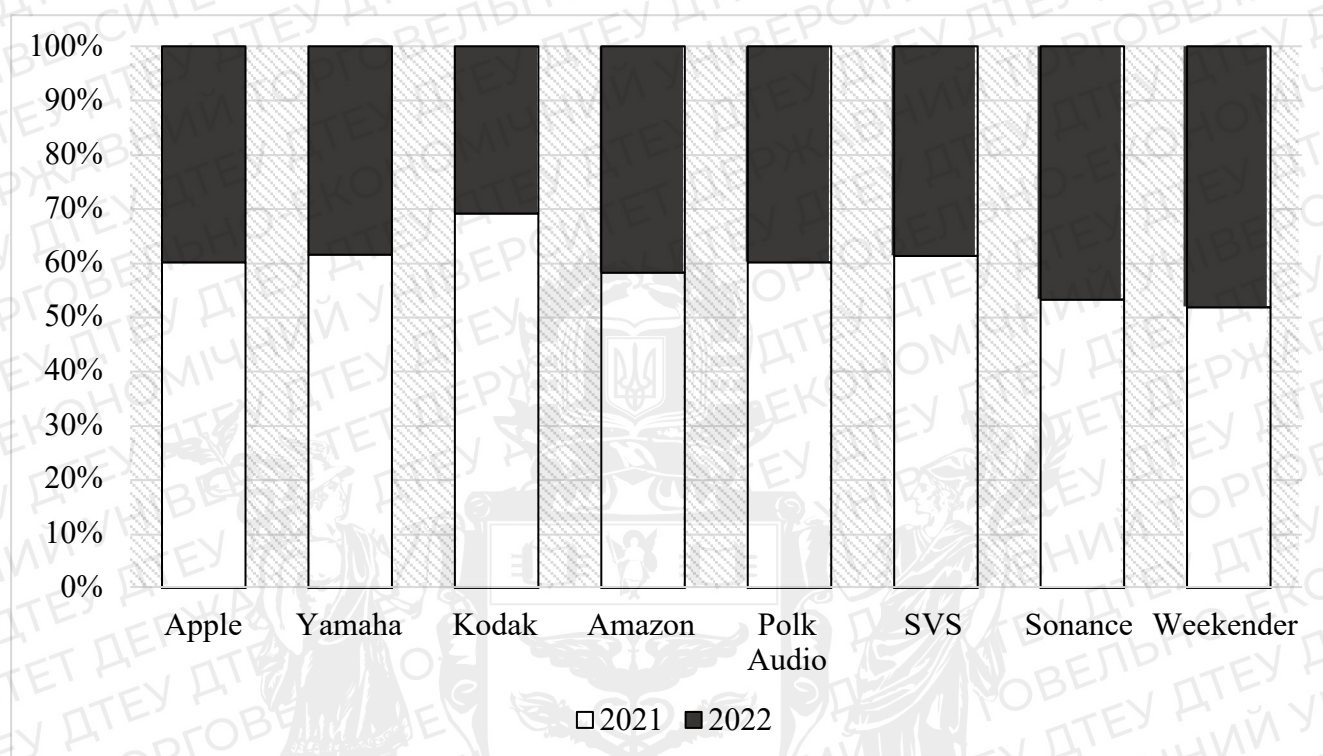


Рис. 2.4. Частка торгових марок аудіо та відеотехніки США, що імпортується ТОВ «Епіцентр К» за період 2021-2022 років

Джерело: складено автором

Отже, варто відмітити досить високі позиції на ринку аудіо- та відеотехніки України таких брендів як Apple, Yamaha та Kodak, при цьому досить високою якістю виділяються Amazon, SVS та Weekender. Таким чином ТОВ «Епіцентр К» здійснює імпортування даних брендів та товарів різних цінових категорій, що користуються досить високим рівнем попиту серед населення. Варто зазначити, що вартість товарів у доларовому еквіваленті суттєво не змінилася, але через курс гривні до долара, який з кожним днем не зміцнюється, а навпаки, слабшає, вартість аудіо та відеотехніки на ринках України збільшується, додатково враховуються витрати на логістику та інші сукупні витрати й послуги.

Аналізуючи тенденцію популярності окремих груп товарів в умовах війни та зниження рівня купівельної спроможності українців на 40-45%, варто

значити, що попит на аудіо- та відеопродукцію в українців різко не підніметься до кінця війни, напевно, особливо в умовах постійних відключень електроенергії популярні генератори, а не обладнання, яке в основному працює від електричних мереж або потребує додаткової підзарядки.

В наш час можна не перейматися значним дефіцитом електронної та побутової техніки, товарів вистачає за рахунок чіткості логістичної роботи, але не варто забувати і про цінову політику на дані товари, а також якісні характеристики і терміни роботи.



## **РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ АУДИО ТА ВІДЕОТЕХНІКИ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» З США**

### **3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» зі Сполучених Штатів Америки**

Для здійснення імпорتنих операцій підприємство ТОВ «Епіцентр К» створило власний імпортний відділ, який встановлює відносини та укладає контракти із зарубіжними партнерами з різних країн світу на імпорт продукції в Україну, зокрема імпорт аудіо- та відеотехніки зі США.

Даний імпортний відділ реалізований у вигляді працівників діяльність яких напрямлена на здійснення закупівель, постачання та логістики. Зважаючи на досвід роботи ТОВ «Епіцентр К» та особливості розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, варто зазначити, що даний спосіб організації імпорتنих операцій є найбільш оптимальним для підприємств, що мають стійкі відносини з постачальниками. У цьому випадку ТОВ «Епіцентр К» має можливість безпосередньо керувати всіма процесами та здійснювати оперативне керування. На практиці визначено, що імпортні відділи розміщують в портах або у великих містах з розвинутою інфраструктурою, що спростить доступ до транспортних шляхів і не забезпечить затримки доступу імпорتنих товарів. Таким чином на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» працівники відділу імпорتنих операцій знаходяться в Одесі, ближче до портової інфраструктури, а керівництво імпортного відділу та інші співробітники у Києві, там де розміщується офіс управлінського персоналу компанії [33].

Надалі у діяльності ТОВ «Епіцентр К» планується відкриття зарубіжних представництв у країнах, які є ключовими партнерами, на умовах регулярних імпорتنих закупівель із широким розмахом діяльності у довгостроковій перспективі. Перевагою таких представництв є їхнє розташування у великих промислових центрах на зовнішньому ринку для закупівлі місцевих товарів

безпосередньо у виробника або торгово-посередницьких фірм, таким чином товари купуються за нижчими цінами без участі посередників.

Для детальнішого ознайомлення з організаційним забезпеченням здійснення імпорتنих операцій ТОВ «Епіцентр К» розглянемо особливості здійснення імпорتنих операцій на момент вибору постачальника і групи товарів, тобто розберемо всі ключові особливості укладання імпортного контракту та його виконання, що є досить важливою складовою відносин у сфері імпоротної діяльності. Укладений договір (контракт) між резидентом та нерезидентом або зовнішньоекономічний договір – це договір між ТОВ «Епіцентр К» та його іноземними партнерами, що спрямований на встановлення партнерських стосунків, зазначається кількість і ціна імпорتنих товарів, їх якісні характеристики.

Насправді процес укладання договору фактично складається з трьох етапів:

- виклад власної позиції та побажань щодо імпорту товарів партнеру;
- вивчення умов взаємного партнера;
- пошук компромісу та оформлення їх у тексті контракту на поставку імпорتنих товарів [33].

Визначено, що імпортер, у нашому випадку – це досліджуване підприємство ТОВ «Епіцентр К», заявляє потенційним партнерам про бажання укласти контракт на постачання аудіо- та відеотехніки, звернувшись до продавця-експортера – компанії, яка перебуває у США, таке звернення на практиці називається запитом. Мета запиту – отримання конкретних пропозицій від закордонного виробника, з яких вибираються найкращі та узгоджуються ті чи інші питання та неточності. За запитом точне найменування товару, його якість, сорт, кількість, ціна зазвичай у запиті не вказуються (це вимагає додаткових переговорів до укладання договору).

Після вирішення всіх питань та за спільною згодою укладається договір. Висновок зовнішньоекономічного договору (контракту) здійснюється на розсуд сторін з урахуванням міжнародних та національних норм права, що діють на територіях сторін зовнішньоекономічного договору (контракту). При цьому

передбачається, що сторони зовнішньоекономічного договору (контракту) є правосуб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та мають відповідний правовий статус. У договорі зазначаються всі ключові моменти постачання, від моделі та ціни товару до особливостей його транспортування та моменту переходу права власності на цей товар від продавця до покупця. Після укладання зовнішньоторговельного договору відділ імпорту ТОВ «Епіцентр К» розпочинає підготовку до процедури ввезення товару.

Відповідно до законодавства України, для переміщення товарів через митну територію України потрібна імпортна ліцензія: відкрита (індивідуальна), генеральна чи разова. Ліцензії оформляються та видаються у відділах інвестиційної політики та зовнішньоекономічної діяльності управління зовнішніх зв'язків, зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності органів місцевого самоврядування (регіональних державних адміністрацій). Після підготовчого етапу проведення імпортних операцій починається етап документального оформлення імпортних операцій.

Дії щодо прямого митного декларування здійснюються особою, яка є представником ТОВ «Епіцентр К», на підставі кваліфікаційного атестату, без переходу права власності на об'єкти, що декларуються. Для цього укладається договір між ТОВ «Епіцентр К» та імпортером, в якому зазначається плата за послуги із декларування. Відповідно до частини 1 статті 248 Митного кодексу України митне оформлення починається з подання до митного органу декларантом або уповноваженою ним особою митної декларації чи документа, який відповідно до законодавства її замінює. та документи, необхідні для митного оформлення. Основним документом для переміщення матеріальних цінностей через митний кордон є митна декларація.

У митній декларації відображаються відомості про товари та інші предмети та транспортні засоби та мету їх переміщення через митний кордон України, а також відомості, необхідні для проведення митного контролю, митного оформлення, митної статистики, обчислення митних платежів.

У міжнародній торгівлі також використовуються різні сертифікати, що підтверджують якість товарів, що ввозяться на митну територію України, сертифікати, необхідні для забезпечення дотримання вимог чинного законодавства та забезпечення довіри до якості товарів, що реалізовуватимуться на прилавках магазинів. ТОВ "Епіцентр К". Сертифікат походження – це свого роду декларація країни, де було вироблено товар, цей документ необхідний підтвердження виготовлення товару. Він може бути виданий та підписаний Торгово-промисловою палатою або завірений консульством країни-імпортера. Якщо в накладній зазначено місце виготовлення товару, то достатньо ще одного екземпляра накладної з грифом «Сертифікат виготовлення» (кількість, якість, вага тощо), «Специфікація», «Сертифікат» (наприклад, сертифікат ваговий може бути сертифікатом дорожньої ваги для автомобільного транспорту чи пакувальним листом продукту).

Після проходження процедури оформлення митних документів та сплати митних платежів аудіо- та відеоапаратура перетинає кордон України та стає власністю досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К», яке має законне право на торгівлю цим видом товарів. у своїх магазинах. Щодо митних платежів, то аудіо- та відеотехніка не звільняється від оподаткування та не є предметом пільг, тому податки сплачуються у повному обсязі відповідно до митної декларації. Варто зазначити, що швидкість реалізації та появи товару на полицях магазинів ТОВ «Епіцентр К» залежить від швидкості погодження договірних умов з компанією-експортером аудіо- та відеотехніки, наявності товарних одиниць та умов доставки.

Варто зауважити, що ключовими партнерами ТОВ «Епіцентр К» в напрямку імпорту аудіо- та відеотехніки з США є три основні компанії:

1. Maskie – компанія з виробництва професійної аудіотехніки;
2. Blue Microphones – найбільший виробник мікрофонів, навушників, звукозаписувальної техніки;
3. Cary Audio – відома як розробник і виробник звукового та відео обладнання найвищої якості [33].

Відповідно до контрактних умов передбачається, що досліджуване підприємство ТОВ «Епіцентр К» купує в даних компаній різного роду аудіо та відеотехніку, далі відповідно до діаграми Ганта (рис. 3.1), розглянемо особливості щорічних графіків поставок аудіо- та відеотехніки від даних партнерів з США до України [33].

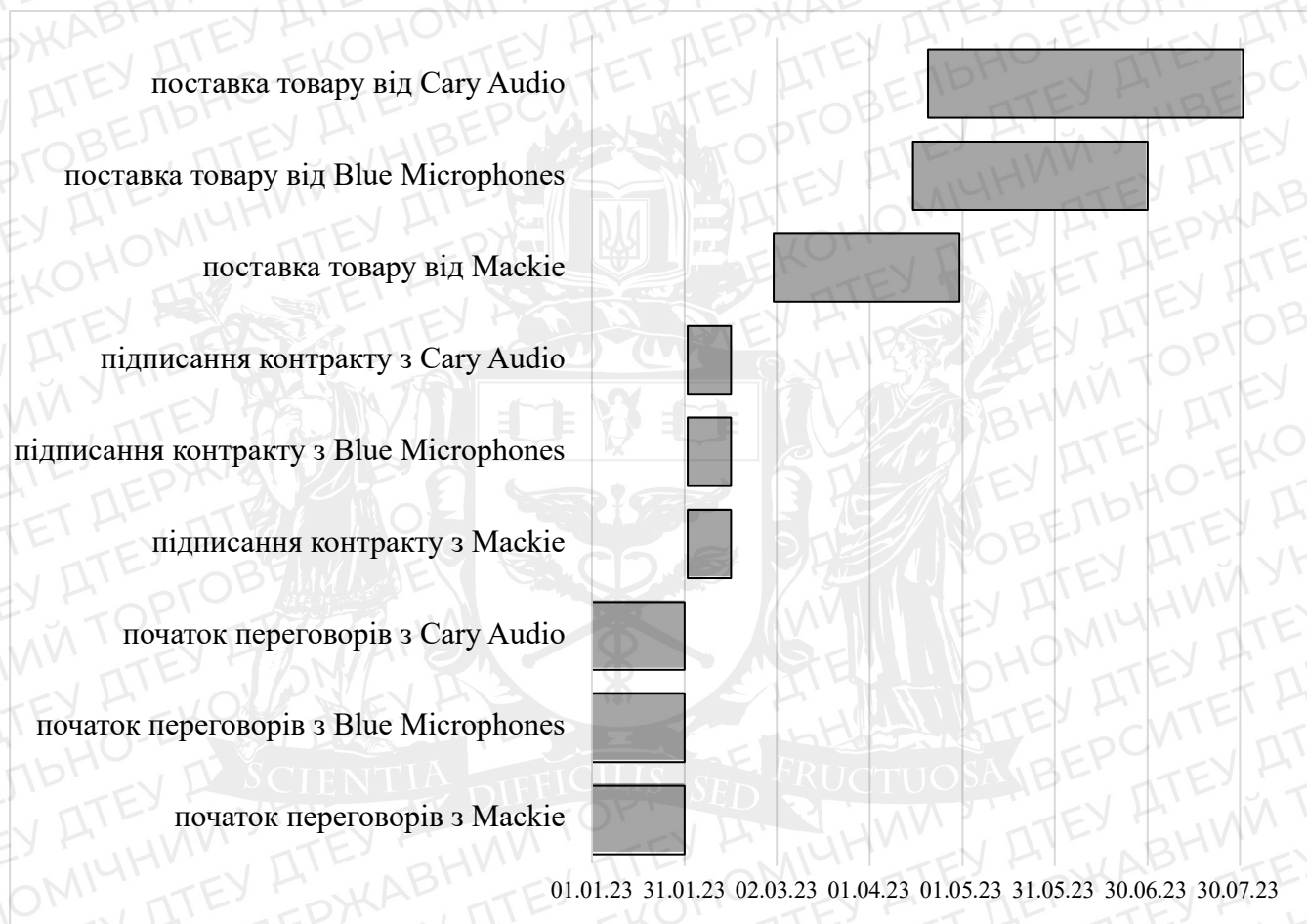


Рис. 3.1. Прогнозований графік поставок аудіо та відеотехніки ТОВ «Епіцентр К» із США

Джерело: складено автором

Отже, відповідно до отриманого рисунку 3.1 слід зазначити, що протягом місяця з компаніями з якими плануються поставки здійснюються переговори, далі передбачається певний час на узгодження всіх неточностей та спірних моментів, а далі передбачається підписання контракту. Відповідно до контрактних умов виробники здійснюють поставку товару, у відповідності до термінів, що визначаються при підписанні контракту. Загалом передбачається, що період часу

від моменту підписання контракту до повного його виконання та поставки всіх товарів потрібно до 6 місяців роботи, таким чином на практиці компанії працюються на налагодження співпраці в довгостроковій перспективі щоб в майбутньому максимально скоротити час на укладання контракту та вирішення спірних питань.

Варто зауважити, що на практиці при вірній організації імпортерських операцій можна досягти значних фінансових результатів від реалізації імпортерських процедур. Головним завданням в цьому напрямку є вірна організація зовнішньоекономічної діяльності, при цьому варто враховувати всі фактори та ризики імпортерських процедур.

### **3.2. Прогнозна оцінка результативності імпортерської поставки аудіо та відеотехніки з США**

Для повного оцінювання ефективності та результативності імпортерських операцій підприємства було вирішено провести аналіз динаміки доходів та затрат на імпортерську діяльність.

Досліджувані нами товари є товарами, що відносять за класифікатором УКТЗЕД до значення 8521 Апаратура для відеозапису або відтворення відеозаписів, з відеотюннером або без нього, відповідно до цього на законодавчому рівні визначено ставку ввізного мита на рівні 5%, при цьому з певними країнами заключено договори про спільну діяльність, де передбачається відсоток мита на рівні 0%, але за певних умов та типу обладнання, що є індивідуальною характеристикою для певного підприємства та країни походження продукції, що перетинає митний кордон України. При цьому ставка ПДВ за цією групою товарів визначається на рівні – 20%.

На основі наявних даних здійснимо горизонтальний аналіз імпортерських операцій досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К». Дані здійснимо розрахунок суми витрат на здійснення закупівлю імпортерського обладнання від виробників із США (табл. 3.1).



Таблиця 3.1

Витрати ТОВ «Епіцентр К» на закупівлю імпоротної аудіо- та відеотехніки із США в 2021-2022 роках і з прогнозом на 2023 рік, тис. грн. [33]

Назва товару	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Динаміка росту 2022/2021	Динаміка росту 2023/2022
Колонки	1 901 856	753 994	542 875	-1 147 862	-211 119
Камери відеоспостереження	1 791 048	645 581	498 045	-1 145 467	-147 536
Навушники	1 710 574	487 093	315 054	-1 223 481	-172 039
<b>Всього</b>	<b>5 403 478</b>	<b>1 886 668</b>	<b>1 355 974</b>	<b>-3 516 810</b>	<b>-530 694</b>

Джерело: складено автором

За основу візьмемо вартість закупленої аудіо та відеотехніки в період 2021-2022 років згідно контрактів, на прикладі трьох ключових позицій товару, для прогнозування передбачимо імпорتنу діяльність ТОВ «Епіцентр К» на 2023 рік. Першочерговим показником, що визначає рівень імпортних поставок є індекс інфляції, і на практиці визначено, що між індексом інфляції та сумою імпорту існує обернена залежність, тобто зі зростанням індексу інфляції зменшується сума імпорту до країни і навпаки.

Варто зауважити, що рівень інфляції в Україні в 2021 році складав 110,0%, в 2022 році цей показник досяг рівня 126,6%, тому за досліджуваний період 2021-2022 року по імпортним операціям ТОВ «Епіцентр К» за трьома досліджуваними товарами відбувається різке скорочення показників імпорту в 2022 році в порівнянні з 2021 роком через війну в країні, скорочення купівельної спроможності населення, зміну пріоритетів в напрямках товарних груп. Загалом варто відмітити скорочення по товарних групах аудіо- та відеотехніки на 140-200%.

Прогнозуючи рівень поставок імпортних товарів на 2023 рік брався до уваги рівень інфляції, що закладено в бюджеті на 2023 рік, він визначений на рівні – 128%, що вказує на додаткове скорочення імпортних поставок товарів до України та додаткового скорочення купівельної спроможності населення.

Варто зазначити, що окрім врахування інфляції та курсу валюти витрати на здійснення імпортних операцій включають в себе і додаткові особливості:

а) розрахована контрактна вартість аудіо- та відеотехніки, що імпортується із США;

б) витати на логістичні послуги (транспортні витрати, оплата вантажно-розвантажувальних робіт, витрати по страхуванню імпортного товару, оплата складських та експедиторських витрат і ін.);

в) передбачувані українським законодавством митні збори і податки.

Далі варто проаналізувати основні напрямки та структуру витрат досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» при здійсненні імпортних поставок аудіо- та відеотехніки із США з врахуванням додаткових витрат на здійснення таких операцій (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Статті витрати ТОВ «Епіцентр К» на імпортні операції із США в 2021-2022 роках та з прогнозом на 2023 рік, тис. грн. [33]

Стаття витрат	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Динаміка росту поставок 2022/2021	Динаміка росту поставок 2023/2022
Контрактна вартість товару	5 403 478	1 886 668	1 355 974	-3 516 810	-530 694
Транспортні витрати	1 307 342	750 473	438 450	-556 869	-312 023
ПДВ (20%)	1 080 696	377 334	271 195	-703 362	-106 139
Митні збори (5%)	270 174	94 333	67 799	-175 841	-26 535
<b>Всього</b>	<b>8 061 690</b>	<b>3 108 808</b>	<b>2 133 418</b>	<b>-4 952 882</b>	<b>-975 391</b>

Джерело: складено автором

Відповідно до ситуації, що склалася в країні, на 2023 рік передбачається скорочення об'ємів поставок, як в кількісному вираженні, так і відповідно в грошовому вираженні. Щодо умов поставок передбачається повна переплата за товар виробникам, при цьому транспортні витрати та витрати на сплату податків в повному обсязі несе ТОВ «Епіцентр К».

Загалом варто відмітити в динаміці і зростання витрат на супутні послуги в період 2021-2022 років поряд із закупівлею аудіо- та відеотехніки, при цьому вартість транспортних витрат зросла максимально – на 27,61%, в порівнянні з іншими витратами, що передбачаються умовами контракту. Вартість імпортованої аудіо- та відеотехніки за умовами контракту зросла лише на 12,61%,

при цьому за умов зростання курсу валюти передбачається зростання вартості таких товарів на внутрішньому ринку.

Крім того, варто зазначити, що найбільшу частку в структурі витрат за імпортними контрактами з постачання аудіо- та відеотехніки за два минулі роки діяльності – 2021-2022 рр., займають витрати на придбання товарів у постачальника, проте їх величина не збільшується в тій же пропорції, що й загальні витрати. Насамперед цей факт можна пояснити тим, що розвинені країни світу здійснюють виробництво та скоригували свою діяльність у бік використання альтернативних джерел енергії, що в результаті дешевше та економічніше, тому ціни на продукцію за контрактом не збільшуються в такій пропорції, як транспортування та оподаткування такої аудіо- та відеотехніки із США.

Відповідно до вже проаналізованої динаміки та з врахуванням прогнозованого рівня інфляції на 2023 рік також розраховано вартість товарів відповідно до контрактної ціна та прогнозовано вартість супутніх послуг на дані операції. Варто зауважити, що зі зростанням індексу інфляції в Україні в 2023 році зростатимуть ціни на товари та послуги на внутрішньому ринку, таким чином вартість транспортних витрат на одиницю товару також зростатиме в залежності від підвищення цін на паливо, запчастини та обслуговування автотранспортних засобів.

Відобразимо отриману динаміку графічно на рис. 3.2 та визначимо частку кожного в загальній сумі витрат на імпортні операції.

Таким чином відповідно до даного рисунку варто відмітити, що в 2022 році відбулося різке зростання транспортних витрат на імпортні операції, що негативно позначиться на загальному рівні цін в Україні, тобто дані витрати входять в собівартість здійснюваних операціях і тому позначаються на загальному рівні ціни на товар, що буде представлений на полиці ТОВ «Епіцентр К», така ж динаміка до зростання транспортних витрат продовжується і в 2023 році, що є додатковим фактором зростання ціни на імпортні товари на внутрішньому ринку України.

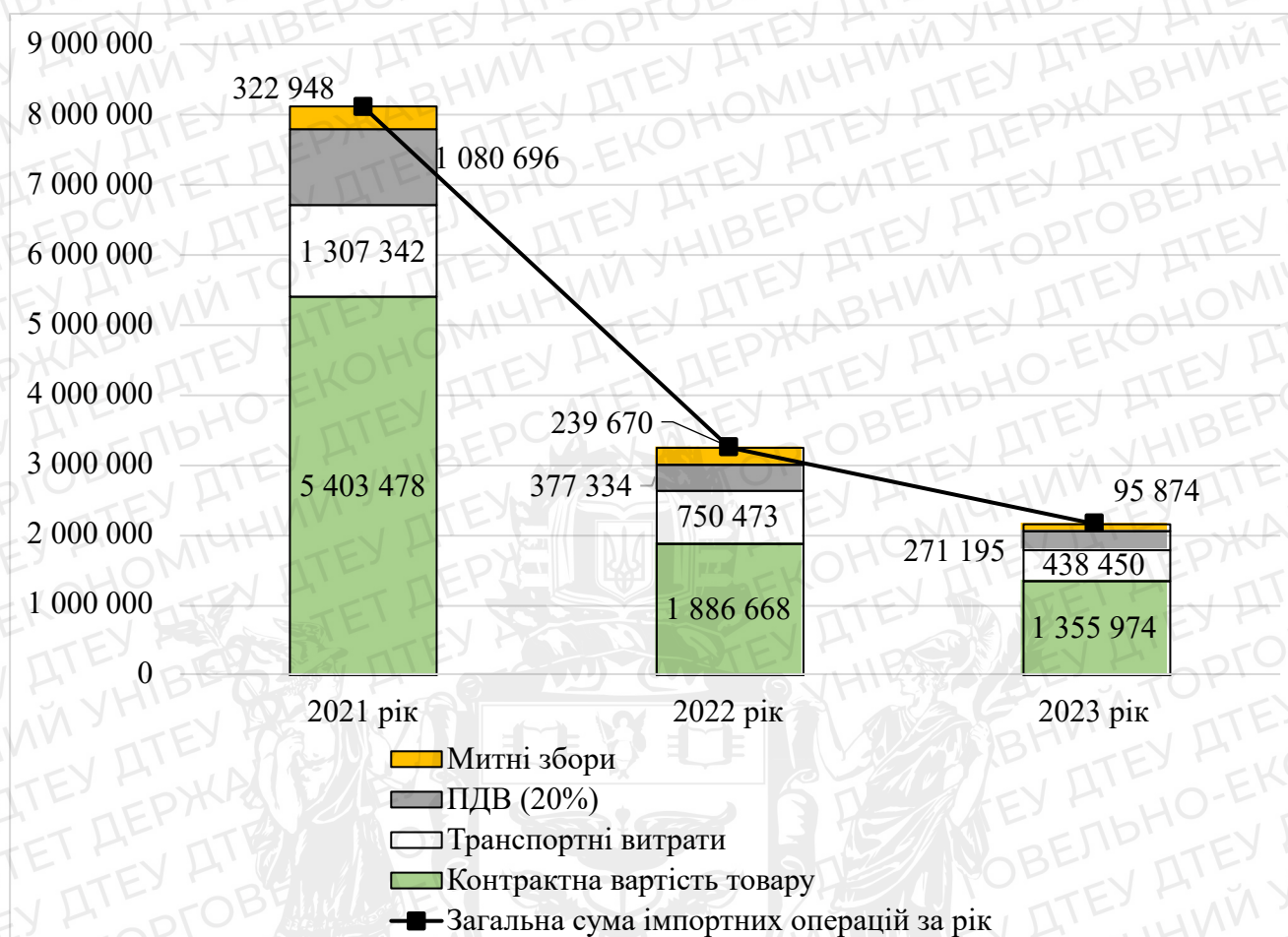


Рис. 3.2. Динаміка вартості імпорتنих операцій ТОВ «Епіцентр К» за період 2021-2022 років та з прогнозом на 2023 рік, тис. грн. [33]

Джерело: складено автором

Отже, якщо розглядати динаміку зміни ціни на імпорتنу продукцію на полицях ТОВ «Епіцентр К», то можна відслідкувати її різке зростання в 2022 році, а саме через ослаблення гривні та через збільшення частки супутніх витрат в імпорتنих операціях, в прогнозованому 2023 році також передбачено зростання інфляції до рівня 128%, що додатково негативно вплине на загальний рівень імпорتنих операцій та їх вартість.

Відповідно до рис. 3.2 можна відмітити загальну динаміку до скорочення рівня імпорتنих поставок ТОВ «Епіцентр К» за період 2021-2022 років з 8 061 690 грн. до 3 108 808 грн. та з 2022 року по прогнозний 2023 рік в сумі з 3 108 808 грн. до 2 133 418 грн. через зростання інфляції в країні з 110% в 2021 році до 126,6% в

2022 році та до прогнозних 128% в 2023 році.

Загалом аналізуючи ефективність поставок аудіо- та відеотехніки варто прослідкувати динаміку (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Динаміка зростання вартості імпорتنих операції ТОВ «Епіцентр К» із США в 2021-2022 роках та з прогнозом на 2023 рік, тис. грн. [33]

Стаття витрат	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Відношення росту поставок 2022/2021	Відношення росту поставок 2023/2022
Контрактна вартість товару	5 403 478	1 886 668	1 355 974	-1,86403	-0,39137
Транспортні витрати	1 307 342	750 473	438 450	-0,74202	-0,71165
ПДВ (20%)	1 080 696	377 334	271 195	-1,86403	-0,39138
Митні збори (5%)	270 174	94 333	67 799	-1,86405	-0,39138
<b>Всього</b>	<b>8 061 690</b>	<b>3 108 808</b>	<b>2 133 418</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

Джерело: складено автором

Таким чином відповідно до представлених попередніх даних варто відмітити максимальне зростання транспортних витрат на рівні скорочення контрактної вартості товарів. Таким чином щодо імпорتنих поставок передбачається пошук альтернативних шляхів логістичного сполучення з США, щоб максимально зменшити витрати на транспортування та скоротити вартість товарів, що реалізуються в гіпермаркетах ТОВ «Епіцентр К».

На практиці імпорт вважається ефективним коли імпорتنі доходи переважають імпорتنі витрати, проте додатково потрібно врахувати і ситуацію на ринку, врахувати рівень попиту на певну продукцію, що планується імпортувати. До прикладу на сьогоднішній день найбільшу актуальність мають засоби та обладнання обігріву, акумуляторні батареї, світильники та ліхтарі, генератори, при цьому попит на аудіо- та відеотехніку є доволі не значним, тому враховуючи дану ситуацію та перспективи подальшого блекауту на сьогоднішній день варто відмітити, що керуючому персоналу та відділу ЗЕД варто переглянути напрямки здійснення імпорتنих операцій та зупинитися на найбільш необхідних в умовах війни, оскільки відповідно до отриманих розрахунків із зростанням частки транспортних та митних витрат 2022 році не кожен українець зараз зможе собі

дозволити дороговартісну аудіо чи відеотехніку із США.

В перспективі передбачається, що ТОВ «Епіцентр К» все одно не буде заповнювати свої магазини дешевою китайською технікою – по-перше, через зміну логістичних шляхів транспортування і тому до моменту потрапляння в магазини вона буде не такою вже й дешевою і не зможе конкурувати з іншими товарами в напрямках «ціна-якість», по-друге, навіть за умов вигідності таких поставок ТОВ «Епіцентр К» просто не буде ризикувати своїм ім'ям, яке напрацьовувалось роками задля отримання короткострокових прибутків. На противагу цьому на полицях ТОВ «Епіцентр К» може з'явитися більше європейської техніки через трохи легшу логістику та меншу відстань до України, серед неї передбачається аудіо- та відеотехніка з Польщі, Балтійських країн, Італії, Німеччини. Таким чином ТОВ «Епіцентр К» на певний час, до моменту налагодження логістики та морського сполучення частково скоротить співпрацю з американськими партнерами, на противагу цьому магазини можна заповнити також досить якісною продукцією європейських товаровиробників-аналогів.

В довгостроковій перспективі для вирішення проблеми імпорту аудіо- та відеотехніки передбачається:

1. створення й освоєння у виробничих галузях власних моделей конкурентоспроможних виробів або партнерська робота над побудовою заводу зі зборки аудіо- та відеотехніки, що кардинально скоротить час та витрати на логістику, а отже і ціна на товари буде на внутрішньому ринку нижчою через відсутність додаткових витрат;
2. заміщення на ринку України імпортової техніки, тобто це перспектива України на найближчий час, таким чином за умов дорогих імпортних поставок та додаткових витрат на них передбачається пошук партнерів з ближчим розташування до кордонів задля спрощення та зменшення витрат на логістику;
3. впровадження ресурсо-, енергозберігаючих та екологічно чистих технологій – даний напрямок діяльності у виробництві товарі значно зменшить собівартість кінцевої продукції, а отже і зменшиться ціна на продукцію коли вона буде імпортуватися до України;

4. створення нових робочих місць – забезпечення зайнятості населення, а як результат збільшиться рівень матеріального забезпечення та купівельної спроможності населення і тому дороговартісні імпорتنі товари будуть користуватися попитом на ринку, за умов, що це бренд де ціна відповідає якості товару.

Отже, на практиці варто відмітити, що за умов використання оптимального та ефективного методу організації імпоротної діяльності, підприємство може забезпечити підвищення ефективності та прибутковості своєї роботи за рахунок встановлення міцних зовнішньоекономічних зв'язків та подальшого просування на міжнародному ринку, а також налагодження співпраці з ймовірного відкриття виробництв в Україні та збільшення зайнятості населення.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Компанія «Епіцентр К» – національна мережа сучасного будівництва – це торговельні гіпермаркети з широким асортиментом товарів за європейськими стандартами обслуговування.

З урахуванням масштабів діяльності ТОВ «Епіцентр К» варто відмітити, що фінансовий стан даного підприємства загалом вважається задовільним, масштаби реалізації товарів та придбання основних фондів підприємства з кожним роком зростають, при цьому рентабельність діяльності залишалася на колишньому рівні. Загалом показники фінансової стійкості компанії є на досить високому рівні та далі прогнозують зростати за умов поступового повернення довгострокових кредитних зобов'язань.

Основними напрямками імпортової діяльності досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» є імпорт будівельних матеріалів та інших супутніх товарів, побутових приладів, господарського обладнання та інших засобів.

Встановлено, що діяльність ТОВ «Епіцентр К» не лише ефективна та прибуткова, а й має досить високі темпи зростання, особливо в напрямку імпортової діяльності та налагодження партнерських взаємовідносин. План організації постачання гіпермаркету ТОВ «Епіцентр К» задовільний, що є продуманою та раціональною стратегією ефективної роботи. Комплексне обслуговування клієнтів ТОВ "Епіцентр К" можна визнати досить позитивним з врахуванням всіх європейських стандартів обслуговування споживачів та потенційних партнерів.

Основними споживачами (близько 70% від загального обсягу продажу) аудіо та відеотехніки є досить розвинені бізнес-регіони, де ведеться активне життя та розвивається промисловість. В світі це Китай, США, Туреччина, Дубаї, Великобританія, Швейцарія. В Україні це так звана «велика шістка» областей: Київська, Одеська, Донецька, Харківська, Дніпропетровська та Львівська, а також Запорізька, Житомирська та Хмельницька області.



Як показали результати моніторингу ринку аудіо та відеотехніки, основними чинниками, що впливають обсяг продажів даної продукції в світі є: ціна, методи маркетингової діяльності, рекламування та стимулювання збуту, рівень конкуренції на ринку аудіо- та відеотехніки, а також рівень використання інноваційних технологій у виробництві аудіо- та відеотехніки. Асортимент аудіо та відеотехніки на світовому ринку є досить широким, а основними споживчими властивостями даної групи товарів є багатофункціональність, ергономічність, надійність в роботі, довговічність та безпека.

На сьогоднішній день менеджерам ТОВ «Епіцентр К» слід звернути увагу на товарні позиції та торгові марки товарів які в останні роки користуються найбільшим попитом серед покупців мережі гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр К» та співпрацювати саме з даними виробниками в напрямку імпорتنих поставок аудіо та відеотехніки до України, але в менших об'ємах ніж це було до війни. Крім цього передбачається, що з певними брендами варто співпрацювати при наявності замовлень на дану групу товарів, особливо при імпорті дороговартісного товару.

Нині можна не перейматися суттєвим дефіцитом електронної та побутової техніки, товарів вистачить на всіх за рахунок чіткості логістичного сполучення, але варто не забувати про цінову політику на ці товари.

В результаті дослідження варто зауважити, що в роботі необхідно залучати існуючі шляхи покращення імпорتنих операцій ТОВ «Епіцентр К», для цього необхідно враховувати всі складові цих операцій та ймовірні ризики здійснення імпорتنих операцій. Слід додатково визначити, що на сьогоднішній день потенціал досліджуваного підприємства ТОВ «Епіцентр К» не використовується в повній мірі, існують шляхи покращення як імпоротної діяльності підприємства так і загалом налагодження ефективної роботи, при цьому варто налагоджувати роботу компанії та її гіпермаркетів в умовах ймовірної ризиковості діяльності та роботи в період війни.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Апопія У. Проблеми становлення торгового посередництва в Україні // Проблеми підприємництва. - 2019. - № 6. - С. 29-31.
2. Бабанін О. Деякі проблеми розвитку зовнішньої торгівлі України // Зовнішня торгівля. - 2020. - № 1. - С. 8-14.
3. Бахрамов Ю.М., Глухів В.В. Організація зовнішньоекономічної діяльності. Особливості менеджменту: Навчальний посібник. - К: Видавництво “Лань”, 2021. - 448с.
4. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І.Блонська, Р. Л. Лупак. – К. : Знання, 2018. – 173 с.
5. Білик М. Д. До питання формування прибутку підприємства та управління ним / М. Д. Білик // Формування ринкових відносин в Україні. НДЕІ, Міністерство економіки України, 2019. – Вип. № 8 (111). – С. 150–154.
6. Бондар Н. М. Економіка підприємства : Навч. посіб. – К.: Вид-во А. С. К., 2019. – 400 с.
7. Вудвуд В. В. Напрямки забезпечення прибуткової діяльності підприємств в умовах інноваційної стратегії їх розвитку / В. В. Вудвуд // Інноваційно-інвестиційна модель розвитку національної економіки : міжнар. наук.-практ. конф. , 26 лют. 2008 р. : тези доп. – Донецьк , 2018. – С. 32–34.
8. Голованенко Н. Особливості експортно-імпортних операцій підприємства України. Вісник Черкаського університету. 2019. С. 60–62
9. Гофман Н.Ф., Маховикова Г.А., Основи зовнішньоекономічної діяльності. - К.: Знання, 2019. – 208 с.
10. Грачов Ю.М. Зовнішньоекономічна діяльність. Організація і техніка зовнішньоторговельних операцій. - К.: ЗАТ Бізнес-школа “Інтел-синтез”, 2020. – 544 с
11. Григор’єв Л., Черненко А., Управління персоналом і регулярний менеджмент // Робота сьогодні, №5, 2018. – 43с.
12. Гринькова В. М. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Гринькова В.

М., Коюда В. О. – К., 2019. – 265 с.

13. Демчук Н. І. Напрями вдосконалення процесу фінансовоекономічного діагностування діяльності підприємств. Економіка та управління АПК. 2019. № 1. С. 1-5.

14. Дмитрієва Н. А. Визначення економічної ефективності на макро- та мікрорівні / Н. А. Дмитрієва // Фінанси України. – 2018. – № 9. – С. 68–72.

15. Донець Л.І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання : [монографія] / Л. І. Донець, С.М. Баранцева. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2019. – 255 с.

16. Донець Л.І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання : [монографія] / Л. І. Донець, С.М. Баранцева. –Донецьк: ДонНУЕТ, 2018. – 255 с.

17. Економіка підприємства: [підручник] / [за заг. ред. С.Ф. Покропивного]. – Вид 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2018. – 528 с., іл.

18. Ефект фінансового левереджу в процесах оптимізації позикових коштів / Н.А. Караван // Культура народів Причорномор'я. - 2019. - N80. - С. 64-67.

19. Євтушенко В. А. Планування зовнішньоекономічної діяльності як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку [Електронний ресурс] / В. А. Євтушенко, В. І. Ляшевська, О. С. Копитцова // Бізнес Інформ. - 2021. - № 6. - С. 38-43.

20. Єсінова Н.І. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навчальний посібник для вузів. – К.: Кондор, 2018. – 430 с.

21. Журавльова Ю. Ю. Сутність платоспроможності підприємства / Ю. Ю. Журавльова // Фінанси України. – 2018. – № 1. – С. 113–121.

22. Загорна Т.О. Економічна діагностика : [навч. посіб. для студ. вищ. Навч. закл.] / Т.О. Загорна. - К.: Центр навч.літ., 2019. - 400 с.

23. Зятковський І. В. Фінансове забезпечення діяльності підприємств: [монографія] / І. Зятковський. – Тернопіль : Економічна думка, 2019. – 229 с.

24. Іванова В. В. Планування діяльності підприємств : навч. посіб. / В.

В. Іванова. – К. : Центр навч. л-ри, 2019. – 472 с.

25. Клепікова С. В. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств / С. В. Клепікова, М. Г. Яцина, О. С. Другова // Економіка. Фінанси. Право. – 2021. - № 11. - С. 18-22.

26. Ковальчук Ю. А. Мотивація менеджерів підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність / Ю. А. Ковальчук, І. В. Гонтарева // Молодий вчений. - 2020. - № 12(2). - С. 132-134.

27. Ковалюк О. М. Методологічні основи фінансового механізму / О. М. Ковалюк // Фінанси України. – 2019. – № 4. – С. 51–59.

28. Кравчик Ю. В. Планування зовнішньоекономічної діяльності як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства на світовому ринку / Ю. В. Кравчик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2021. - № 4. - С. 78-83.

29. Кулицький С. Зовнішня торгівля України: стан, проблеми й перспективи / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2018. – № 10. – С. 39–52.

30. Ларіна Т. Ф. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобалізації міжнародної економіки / Т. Ф. Ларіна, В. А. Фурса, О. В. Болотна // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки. - 2019. - № 11. - С. 147-151.

31. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління : [підручник] / Б.М. Мізюк. – Львів: Магнолія . 2019. – 544 с.

32. Насипайко Д. С. Основні ризики зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах розвитку глобалізаційних процесів / Д. С. Насипайко, В. В. Подплетній. // Державне управління: удосконалення та розвиток. - 2020. - № 11. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur\\_2020\\_11\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2020_11_15).

33. Офіційний сайт ТОВ «Епіцентр-К». – Режим доступу: <https://epicentrk.ua/>

34. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. - К.: КНЕУ, 2018. – 123с.

35. Пробоїв О. А. Зовнішньоторговельна діяльність вітчизняних підприємств у регіональному контексті в рамках співпраці з країнами ЄС / О. А. Пробоїв, Т. А. Горан // Інфраструктура ринку. - 2020. - Вип. 45. - С. 142-151.

36. Тарасова Т.О., Черчата А.О., Ставерська Т.О. Обліково-аналітичне забезпечення ризик-менеджменту в умовах сталого розвитку підприємства. Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія «Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості». 2019. № 2(20). С. 142–153. – Режим доступу: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2019-2\(20\)-142-153](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2019-2(20)-142-153).

37. Халіляєва О. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку / О. В. Халіляєва, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 12 (247). – С. 33-40.

38. Чмут А. В. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств Херсонської області: економіко-статистичний аналіз [Електронний ресурс] / А. В. Чмут // Бізнес Інформ. - 2021. - № 10. - С. 152-158.

39. Швайко М. Л. Фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобальної економічної кризи [Електронний ресурс] / М. Л. Швайко, Є. С. Шевченко, О. Ю. Тимошенко // Економіка та держава. - 2021. - № 6. - С. 118-123.

40. CSIS (Center for Strategic and International Studies). 2021. "Buy American, Again." January 28. <https://www.csis.org/analysis/buy-american-again>.

41. Global steel demand continues its broad recovery [Електронний ресурс] / World Steel Association. – news from 17.04.2018. – Режим доступу: <https://www.worldsteel.org/media-centre/press-releases/2018/worldsteel-short-range-outlook-april-2018.html>.

42. The Guardian. 2021. "Biden Steps Up "Buy American" Program." July 28. <https://guardian.ng/news/biden-steps-up-buy-american-program/>.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»

## Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2020 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

На 31 грудня 2020 року

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
<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
Усього за розділом II	1195	20 881 053	22 416 054
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>			
Баланс	1300	36 891 621	44 525 391

## Продовження додатку А

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	14 542 267	17 688 086
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
<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
Усього за розділом II	1595	2 265 426	4 455 080
<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
Усього за розділом III	1695	19 925 318	22 223 615
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>			
Баланс	1700	0	0
	1900	36 891 621	44 525 391

**ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»**  
**Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року**

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
<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
Усього за розділом I	1095	11 823 622	16 010 547
<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
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>			
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621



## Продовження додатку Б

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
Усього за розділом I	1495	12458 610	14 700 877
<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
Усього за розділом II	1595	910 000	2 265 426
<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
Усього за розділом III	1695	16 754 912	19 925 318
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700		0
Баланс	1900	30 126 522	36 891 621

**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
<b>Валовий</b>			
прибуток	2090	14 788 755	13 164 443
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	737 243	530 835
Адміністративні витрати	2130	872 759	751 814
Витрати на збут	2150	8 648 047	7 985 945
Інші операційні витрати	2180	920 408	254 271
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності</b>			
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
<b>Фінансовий результат до оподаткування</b>			
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
<b>Чистий фінансовий результат</b>			
прибуток	2350	3 171 204	3 602 109
збиток	2355	0	0

**ІІ. СУКУПНИЙ ДОХІД**

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

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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



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

**Форма 2**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

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

