

**Державний торговельно-економічний
університет**

Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ КЕРАМІКИ З ПОЛЬЩІ

(на матеріалах ТОВ «Епіцентр-К», м. Київ)

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

Самойленко
Денис
Олександровича

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного
менеджменту

Демків Юлія
Михайлівна

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

П'янкова Оксана
Василівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права
Кафедра міжнародного менеджменту
Спеціальність, “Менеджмент”, освітня програма “Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності “

Затверджую

Зав. кафедри Мельник Т.М.

«__» _____ 20__ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентові
Самойленко Дениса Олександровича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Організація імпорту кераміки з Польщі» (на матеріалах ТОВ «Епіцентр-К», м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «6» грудня 2022 р. № 3276.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 03 червня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до випускної кваліфікаційної роботи:

Мета випускної кваліфікаційної роботи: дослідження оптимізації імпортних поставок кераміки з Польщі на матеріалах ТОВ «Епіцентр-К».

Об'єктом дослідження є процес організації імпортних поставок ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі.

Предметом є методологічні та практичні питання організації імпортних поставок ТОВ «Епіцентр К» кераміки з Польщі.

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

ВСТУП

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

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

1.2. Аналіз імпортної діяльності ТОВ «Епіцентр-К»

РОЗДІЛ 2. ОБґРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ КЕРАМІКИ

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку кераміки

2.2. Дослідження ринку кераміки України

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

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

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

6. Дата видачі завдання «06» Грудня 2023 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи Демків Ю.М. _____
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програм П'янкova O.B. _____
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент _____
(підпис студента)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Автором обрано актуальну тематику та наведена спроба комплексного дослідження питання організації імпорту кераміки на базі ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К». Динамічний аналіз міжнародного та регіонального ринку обґрунтовує

поглиблений інтерес до напряму дослідження, що був би більш комплексним з дослідженням цінової, регуляторної політик опрацьованого товарного сегменту. Безпосередня оцінка готовності до ефективного забезпечення імпортової операції ТОВ «ЕПЦЕНТР-К» доволі стисла та відносно об'єктивна з позиції характеристики та аналітики, відповідно до основного комплексу дослідження та за вимогами масштабування, цільової реалізації проекту. Доцільно було б сформулювати наглядну структурну оцінку ресурсної бази (трудова, транспортних, фінансових ресурсів тощо) щодо готовності підприємства до реалізації досліджуваної операції. Крім того додати деталізацію умов аналізованого Контракту, розрахунків, що надало б наочності та обґрунтованості висновкам щодо ефективності даної імпортової операції кераміки.

ВКР в цілому реалізує поставлену мету та може бути рекомендована до захисту.

11. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Самойленко Д.О. _____

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

П'янова О.В. _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Мельник Т.М. _____

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Петренко П. П. «Організація імпорту кераміки з Польщі (за матеріалами ТОВ «Епіцентр-К»)). *Рукопис.*

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту кераміки з Польщі, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку кераміки, обґрунтування вибору Польщі як країни-імпортера для реалізації імпортованої кераміки у ТОВ «Епіцентр-К», реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності імпорту кераміки з Польщі.

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

SUMMARY

Petrenko P. P. «Organization of the import of ceramics from Poland (based on the materials of Epicenter-K LLC»)). *Manuscript.*

Final qualifying work in the specialty «Management», educational program «Management of foreign economic activity». State University of Trade and Economics, 2023.

The graduation qualification work is devoted to the practical aspects of organizing the import of ceramics from Poland, which includes: a study of the functioning of the enterprise subject to the ZED, an analysis of the world ceramics market, justification of the choice of Poland as an importing country for the sale of imported ceramics in «Epicenter-K» LLC, the implementation of management decisions on imports through organizational support and predictive assessment of the effectiveness of imports of ceramics from Poland.

Key words: subject of foreign economic activity, import, management decision, organizational support, ceramics, Poland.

ЗМІСТ

<u>ВСТУП</u>	7
<u>РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К»</u>	9
1.1. <u>Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К»</u>	9
1.2. <u>Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К»</u>	18
<u>РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ КЕРАМІКИ</u>	25
2.1. <u>Визначення основних тенденції розвитку світового ринку кераміки</u>	25
2.2. <u>Дослідження ринку кераміки України</u>	35
<u>РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» КЕРАМІКИ З ПОЛЬЩІ</u>	43
3.1. <u>Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі</u>	43
3.2. <u>Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі</u>	48
<u>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</u>	54
<u>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</u>	57
<u>ДОДАТКИ</u>	60

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах сучасного розвитку економік країн світу, коли відносини з кожним роком під впливом посткризових перетворень все більше поглиблюються, взаємний обмін та співробітництво в різних галузях економіки розвиваються стрімкими темпами. Цей процес потребує вдосконалення технологій проведення зовнішньоекономічних операцій та сучасних міжнародних розрахункових технологій, особливо з огляду на турбулентність сучасного бізнес-середовища. Однією з найбільш поширених форм відносин є зовнішня торгівля між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності і конкретно імпорту. В умовах глобальних викликів, інтеграційних процесів, розбудови одним із актуальних напрямів міжнародного бізнесу є керамічна промисловість і операції з нею. Тема обґрунтування імпорту кераміки з Польщі є актуальною та потребує подальшого дослідження.

Проблеми підвищення ефективності імпорту кераміки з Польщі висвітлені у працях таких авторів як: Задников С. А., Пеляшенко К. Ю., Котуранова Т. В., Котенко А. В. та ін.

Метою написання роботи: дослідження оптимізації імпортих поставок кераміки з Польщі на матеріалах ТОВ «Епіцентр-К».

Виходячи з поставленої мети, завданнями написання роботи виступають:

- провести оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К»;
- проаналізувати імпортну діяльність ТОВ «Епіцентр-К»;
- визначити основні тенденції розвитку світового ринку кераміки;
- дослідити ринок кераміки України;
- обґрунтувати організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі;

– здійснити прогностичну оцінку результативності імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі.

Об'єктом дослідження є процес організації імпортованих поставок ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі.

Предметом дослідження є методологічні та практичні питання організації імпортованих поставок ТОВ «Епіцентр К» кераміки з Польщі.

Інформаційною базою дослідження стали наукові праці зарубіжних та вітчизняних вчених, що досліджують здійснення імпорту кераміки з Польщі, аналітичні записки та статистичні данні міжнародних інституцій, первинні документи ТОВ «Епіцентр-К».

При проведенні дослідження використовувалися наступні **методи**: логічний – для обґрунтування сутнісної характеристики імпорту кераміки як складової зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Епіцентр-К»; метод порівняльного аналізу – для аналізу показників динаміки та результативності імпортованих операцій ТОВ «Епіцентр-К»; статистико-економічний – дослідження динаміки показників результативності імпортованих операцій ТОВ «Епіцентр-К»; синтезу – для розробки пропозицій щодо здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі; абстракції – для формування інноваційного підходу; для наочного відображення положень кваліфікаційної роботи; метод індукції та дедукції – при формулюванні узагальнюючих висновків дипломного дослідження.

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

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

ТОВ «Епіцентр-К» – мережа торговельних центрів в Україні, заснована 2003 року. Продукція ТОВ «Епіцентр-К»: товари для дому; будівельні товари; спорттовари; харчові продукти; торговельне обладнання; фармацевтична продукція [19].

Використовуючи дані Додатків А-Б проведемо горизонтальний та вертикальний аналіз балансу ТОВ «Епіцентр-К» упродовж 2018-2020 рр. представлений у табл. 1.1. Упродовж 2018-2020 рр. відбулося збільшення активів ТОВ «Епіцентр-К» на 14398869 тис. грн. або на 47,79%, що сталося у зв'язку із зростанням необоротних активів підприємства на 10285715 тис. грн. або на 86,99% та збільшенням оборотних активів на підприємстві на 4113154 тис. грн або на 22.47%. У 2020 р., порівняно з 2018 р., спостерігаємо зростання оборотних активів ТОВ «Епіцентр-К» (рис. 1.1).



Рисунок 1.1. Динаміка складових активів ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 рр., тис. грн

Джерело: побудовано автором на основі [19].

Таблиця 1.1

**Горизонтальний та вертикальний аналіз балансу
ТОВ «Епіцентр-К» станом на 31.12.2018 – 31.12.2020 рр.**

Показники	Станом на 31.12.2018		Станом на 31.12.2019		Станом на 31.12.2020		Відхилення 2020 /2018 рр.	
	Обсяг, тис. грн	Частка, %	Обсяг, тис. грн	Частка, %	Обсяг, тис. грн	Частка , %	Абс. відх., тис. грн	Відн. відх., %
Активи								
Необоротні активи	11823622	39,25	16010547	43,40	22109337	49,66	10285715	86,99
Оборотні активи	18302900	60,75	20881053	56,60	22416054	50,34	4113154	22,47
- запаси	13250000	43,98	13885925	37,64	15389033	34,56	2139033	16,14
- дебіторська заборгованість	4090100	13,58	5849279	15,86	6041983	13,57	1951883	47,72
- грошові кошти	690000	2,29	921054	2,50	642802	1,44	-47198	-6,84
- інші оборотні активи	270000	0,90	217473	0,59	336837	0,76	66837	24,75
Витрати майбутніх періодів	2800	0,01	7322	0,02	5399	0,01	2599	92,82
Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	0	0,00	21	0,00	0	0,00	0	x
Всього активів	30126522	100,00	36891621	100,00	44525391	100,00	14398869	47,79
Пасиви								
Власний капітал	12458610	41,36	14700877	39,85	17846696	40,08	5388086	43,25
Довгострокові зобов'язання та забезпечення	910000	3,02	2265426	6,14	4455080	10,01	3545080	389,57
Поточні зобов'язання	16754912	55,62	19925318	54,01	22223542	49,91	5468630	32,64
- поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	776000	2,58	776000	2,1	767497	1,72	-8503	-1,10
- кредиторська заборгованість	13837126	45,93	14972262	40,58	16772254	37,67	2935128	21,21
- інші поточні зобов'язання	2141786	7,11	4177056	11,32	4683791	10,52	2542005	118,69
Всього пасивів	30126522	100	36891621	100	44525391	100	14398869	47,79

Джерело: розраховано автором на фінансовій звітності ТОВ «Епіцентр-К» (Додатки А-Б)

Упродовж 2018-2020 рр. відбулося зростання таких складових оборотних активів ТОВ «Епіцентр-К» як: запасів на 2139033 тис. грн або на 16,14%; дебіторської заборгованості на 1951871 тис. грн або на 47,72%; інших оборотних активів на 66837 тис. грн або на 24,75%.

Аналізуючи пасиви ТОВ «Епіцентр-К», варто відзначити, що упродовж 2018-2020 рр. спостерігаємо зростання фінансових ресурсів підприємства на 14398869 тис. грн. або на 47,79% (рис. 1.2).

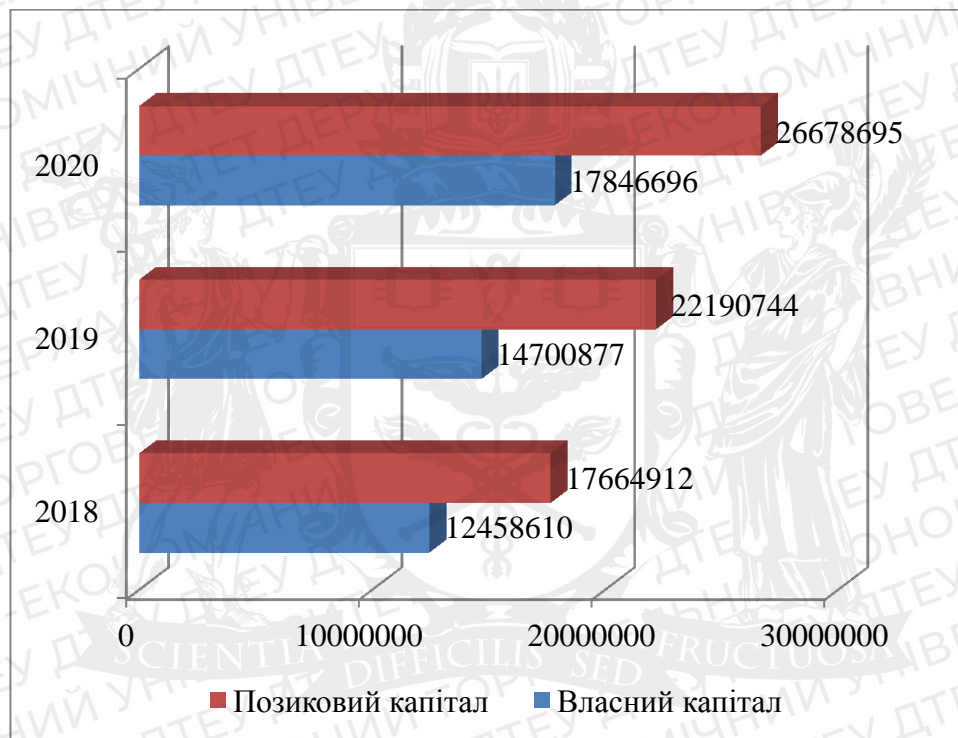


Рисунок 1.2. Динаміка складових пасивів ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 рр., тис. грн

Джерело: побудовано автором на основі [19].

Так, упродовж 2018-2020 рр. збільшення капіталу ТОВ «Епіцентр-К» відбулося у зв'язку із зростанням власного капіталу на 5388086 тис. грн або на 43,25% та зобов'язань і забезпечень на 9010783 тис. грн або на 51,00%.

Використовуючи дані офіційної фінансової звітності підприємства (додатки А-Б) проаналізуємо основні показники Звіту про фінансові результати ТОВ «Епіцентр-К» (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Динаміка основних показників Звіту про фінансові результати в
ТОВ «Епіцентр-К» станом на 31.12.2018 – 31.12.2020 рр. (тис. грн)**

Показники	Станом на 31.12.2018	Станом на 31.12.2019	Станом на 31.12.2020	Відхилення 2020 / 2018 рр.	
				Абс. відх., тис. грн	Відн. відх., %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	41400220	43979194	50382425	8982205	21,70
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	30400580	30814751	35593670	5193090	17,08
Валовий прибуток	10999640	13164443	14788755	3789115	34,45
Інші операційні доходи	260235	530835	737243	477008	183,30
Адміністративні витрати	540040	751814	872759	332719	61,61
Витрати на збут	6623200	7985945	8648047	2024847	30,57
Інші операційні витрати	396373	254271	920408	524035	132,21
Фінансові результати від операційної діяльності	3700262	4703248	5084784	1384522	37,42
Інші фінансові доходи	180000	3851	211555	31555	17,53
Інші доходи	52000	354733	554085	502085	965,55
Фінансові витрати	91550	250094	295646	204096	222,93
Втрати від участі в капіталі	0	24516	0	0	x
Інші витрати	210000	363438	1438592	1228592	585,04
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	3630712	4423784	4116186	485474	13,37
Податок на прибуток від звичайної діяльності	670000	821675	944982	274982	41,04
Чистий прибуток	2960712	3602109	3171204	210492	7,11
Елементи операційних витрат					
Матеріальні затрати	750000	887499	1254935	504935	67,32
Витрати на оплату праці	3950230	4711766	5208532	1258302	31,85
Відрахування на соціальні заходи	805124	952162	1056667	251543	31,24
Амортизація	602365	1096995	1667998	1065633	176,91
Інші операційні витрати	1806236	2581842	3465135	1658899	91,84
Всього операційних витрат	7913955	10230264	12653267	4739312	59,89

Джерело: розраховано автором на фінансовій звітності ТОВ «Епіцентр-К» (Додатки А-Б).

Отже, у 2020 р., порівняно з 2018 р., спостерігаємо зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Епіцентр-К» на 8982205 тис. грн. або на 21,70%. Також упродовж 2018-2020 рр. відбулося зростання собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 5193090 тис. грн. або на 17,08%. Упродовж 2018-2020 рр. спостерігаємо зростання валового прибутку підприємства на 3789115 тис. грн. або на

34,45%. Варто відзначити, що у 2018-2019 рр. ТОВ «Епіцентр-К» вело прибуткову діяльність (чистий прибуток склав 2960712 тис. грн. у 2018 р., 3602109 тис. грн. у 2019 р. та 3171204 тис. грн у 2020 р.). У 2020 р., порівняно з 2018 р., відбулося поліпшення фінансового стану підприємства (чистий прибуток підприємства збільшився на 210492 тис. грн або на 7,11%). Протягом 2018-2020 рр. відбулося збільшення операційних витрат підприємства на 4739312 тис. грн. або на 59,89%. Варто відзначити, що зростання операційних витрат в основному відбулося за рахунок збільшення матеріальних затрат на 504935 тис. грн або на 67,32%; витрат на оплату праці на 1258302 тис. грн або на 31,85%; відрахувань на соціальні заходи на 251543 тис. грн або на 31,24%; амортизації на 1065633 тис. грн або на 176,91%; інших операційних витрат на 1658899 тис. грн або на 91,84%.

Проведемо аналіз коефіцієнтів фінансового стану, використовуючи дані фінансової звітності за 2018 – 2020 рр. (додатки А-Б):

1. Аналіз ліквідності підприємства (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Аналіз показників ліквідності в ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 роки

Показники	Роки			Відхилення		
	2018	2019	2020	2019 / 2018	2020 / 2019	2020 / 2018
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,041	0,046	0,029	0,005	-0,017	-0,012
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,301	0,351	0,316	0,05	-0,035	0,015
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	1,092	1,048	1,008	-0,044	-0,04	-0,084
Власний оборотний капітал	1545188	948413	187101	-	-	-
				596775	761312	1358087

Джерело: розраховано автором на фінансової звітності ТОВ «Епіцентр-К» (Додатки А-Б).

Так, протягом 2018-2020 рр. спостерігаємо скорочення коефіцієнта абсолютної ліквідності на 0,012 та коефіцієнта загальної ліквідності (покриття) на 0,084. Натомість, за 2018-2020 рр. відбулося зростання

коефіцієнта проміжної ліквідності на 0,015. Упродовж 2018-2020 рр. власний оборотний капітал ТОВ «Епіцентр-К» зменшився на 1358087 тис. грн. Скорочення показників ліквідності підприємства свідчить про відсутність можливості у ТОВ «Епіцентр-К» забезпечити свої короткострокові зобов'язання з найбільше легко реалізованої частини активів – оборотних коштів.

2. Оцінка показників ділової активності в ТОВ «Епіцентр-К» (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Аналіз показників ділової активності в ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 роки

Показники	Роки			Відхилення		
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2020 / 2018
1	2	3	4	5	6	7
Оборотність дебіторської заборгованості	53,767	39,305	27,605	-14,462	-11,7	-26,162
Оборотність кредиторської заборгованості	2,26	2,204	2,311	-0,056	0,107	0,051
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	7	9	13	2	4	6
Період погашення кредиторської заборгованості, днів	162	166	158	4	-8	-4
Оборотність постійних активів	3,501	3,16	2,643	-0,341	-0,517	-0,858
Оборотність активів	1,374	1,312	1,238	-0,062	-0,074	-0,136
Оборотність чистих активів	3,096	2,625	2,424	-0,471	-0,201	-0,672
Оборотність товарно-матеріальних запасів	2,294	2,271	2,432	-0,023	0,161	0,138

Продовження табл.1.4

1	2	3	4	5	6	7
Період обороту товарно-матеріальних запасів, днів	159	161	150	2	-11	-9
Тривалість операційного циклу, днів	166	170	163	4	-7	-3
Тривалість фінансового циклу, днів	4	4	5	0	1	1

Джерело: розраховано автором на фінансовій звітності ТОВ «Епіцентр-К» (Додатки А-Б).

Таким чином, аналізуючи дані табл. 1.4, можна сказати, що коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості протягом 2018-2020 рр. зменшився на 26,162; натомість спостерігаємо зростання оборотності кредиторської заборгованості на 0,051. У зв'язку із скороченням оборотності дебіторської та збільшенням оборотності кредиторської заборгованостей, спостерігаємо зростання середнього періоду погашення дебіторської заборгованості на 6 днів та зменшення періоду погашення кредиторської заборгованостей на 4 день. Зростання собівартості реалізованої продукції вплинуло на зменшення оборотності постійних активів на 0,858. Негативною тенденцією господарської діяльності ТОВ «Епіцентр-К» є скорочення оборотності чистих активів на 0,672. У 2020 р., порівняно з 2018 р., відбулося збільшення оборотності товарно-матеріальних запасів на 0,138, що позитивно позначилося на зменшенні періоду обороту товарно-матеріальних запасів на 9 днів. Також, слід відзначити, що протягом 2018-2020 рр. відбулося зростання тривалості фінансового циклу на 1 день.

3. Аналіз показників фінансової стійкості в ТОВ «Епіцентр-К» (табл. 1.5).

**Аналіз показників фінансової стійкості та платоспроможності в
ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 рр.**

Показники	Роки			Відхилення		
	2018	2019	2020	2019 / 2018	2020 / 2019	2020/ 2018
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,414	0,398	0,401	-0,016	0,003	-0,013
Коефіцієнт фінансової залежності	2,418	2,509	2,495	0,091	-0,014	0,077
Коефіцієнт заборгованості	0,586	0,602	0,599	0,016	-0,003	0,013
Відношення довгострокових кредитів до капіталізації	0,068	0,134	0,2	0,066	0,066	0,132
Відношення довгострокових кредитів до власного капіталу	0,073	0,154	0,25	0,081	0,096	0,177
Відношення заборгованості до власного капіталу	1,418	1,509	1,495	0,091	-0,014	0,077

Джерело: розраховано автором на фінансовій звітності ТОВ «Епіцентр-К» (Додатки А-Б).

Отже, протягом 2018-2020 рр. відбулося зменшення коефіцієнта автономії на 0,013, що пов'язано із зменшенням довгострокових зобов'язань підприємства. Збільшення позикового капіталу підприємства за 2018-2020 рр. вплинуло на зростання коефіцієнта залежності та коефіцієнта заборгованості підприємства. Негативним моментом у діяльності підприємства стало зростання показника відношення заборгованості до власного капіталу підприємства на 0,077.

1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К»

Зовнішньоекономічна діяльність є істотним фактором розвитку ТОВ «Епіцентр-К». Місія ТОВ «Епіцентр-К» – здійснювати ефективне управління імпортом потенціалом підприємства. Завдання менеджменту зовнішньоекономічної діяльності в ТОВ «Епіцентр-К»: розширення зовнішніх ринків збуту товарів підприємства; поліпшення якості товарів, що імпортується із-за кордону; збільшення асортименту товарів, що імпортується із-за кордону; збільшення величини прибутку від проведення імпортової операцій. При цьому ТОВ «Епіцентр-К» зосереджує увагу на своїх споживачах, тому що місія найчастіше визначається з урахуванням купівельних інтересів, запитів, що задовольняються підприємством. Вважається, що формулювання місії повинне бути зручним для сприйняття, зрозумілим, досяжним, визначеним у часових рамках.

Упродовж 2018-2021 рр. ТОВ «Епіцентр-К» імпортувало продукцію із-за кордону. На рис. 1.3 представлена географічна структура імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2018 рік.

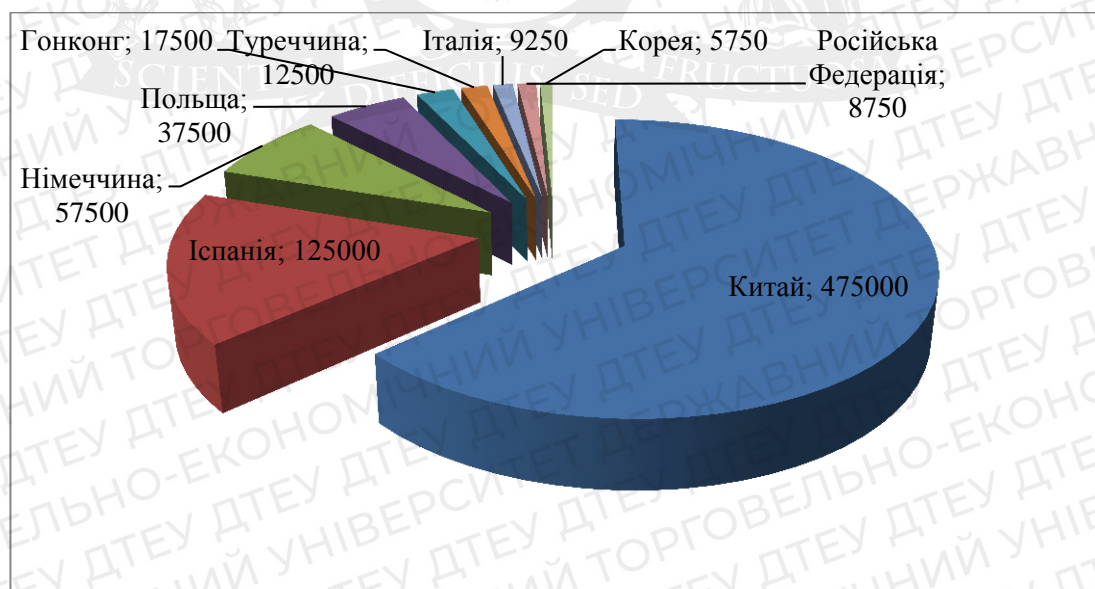


Рисунок 1.3. Географічна структура імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2018 р. (тис. грн)

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Так, у географічній структурі імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2018 рік найбільша частка належить продукції, яка була імпортована із Китаю (обсяг імпорту склав 475000 тис. грн), з Іспанії (125000 тис. грн) та Німеччини (57500 тис. грн). У 2018 році в ТОВ «Епіцентр-К» найбільша частка припадає на імпорт плитки для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї. У 2019 році в ТОВ «Епіцентр-К» найбільша частка припадає на імпорт плитки та плити для мостіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні неглазуровані; кубики керамічні неглазуровані для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї.

На рис. 1.4 представлена географічна структура імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2019 рік.

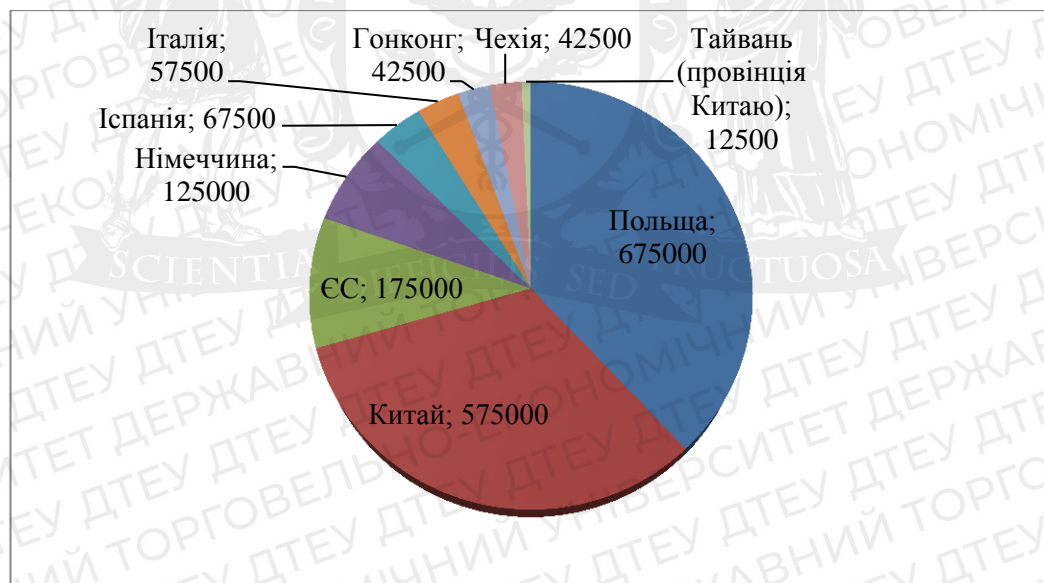


Рисунок 1.4. Географічна структура імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2019 р. (тис. грн)

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Так, у географічній структурі імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2019 рік найбільша частка належить продукції, яка була імпортована із Китаю (обсяг імпорту склав 575000 тис. грн), з Іспанії (67500 тис. грн) та Німеччини (125000 тис. грн).

На рис. 1.5 представлена географічна структура імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2020 рік.

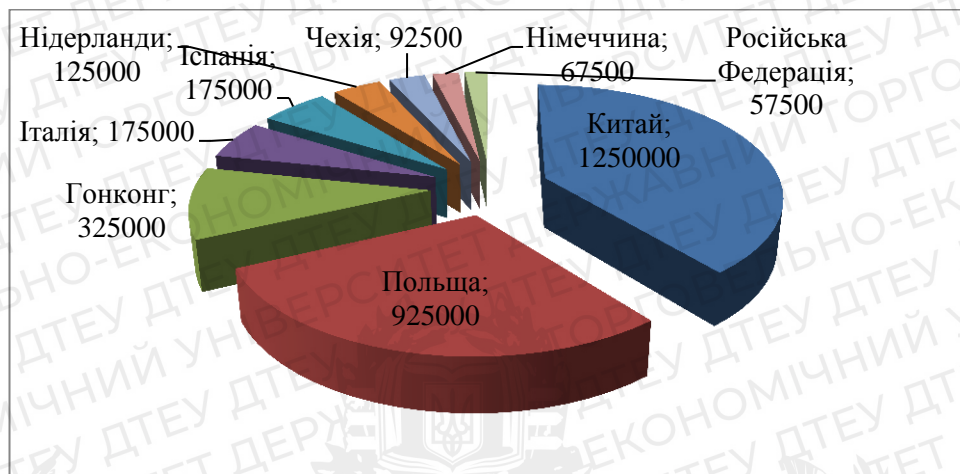


Рисунок 1.5. Географічна структура імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2020 р. (тис. грн)

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Так, у географічній структурі імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2020 рік найбільша частка належить продукції, яка була імпортована з Польщі (925000 тис. грн).

На рис. 1.6 представлена географічна структура імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2021 рік.

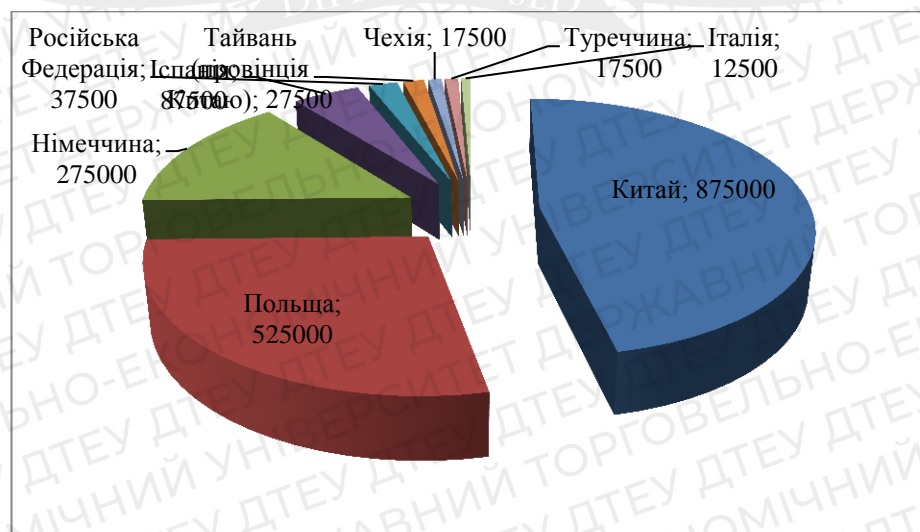


Рисунок 1.6. Географічна структура імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2021 р. (тис. грн)

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Так, у географічній структурі імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2021 рік найбільша частка належить продукції, яка була імпортована з Китаю (875000 тис. грн).

На стан зовнішньоекономічної діяльності товариства великий вплив здійснює зовнішнє середовище. Основне призначення аналізу зовнішнього середовища полягає у визначенні можливостей і загроз, на шляху розвитку ТОВ «Епіцентр-К», а також його стратегічних альтернатив. ТОВ «Епіцентр-К» здійснює збут кераміки.

У табл. 1.6 проаналізована структура імпортованої кераміки в ТОВ «Епіцентр-К» за основними країнами-імпортерами.

Таблиця 1.6

Структура імпортованої кераміки в ТОВ «Епіцентр-К» за основними країнами-імпортерами 2018-2021 рр. (тис. грн)

Країни	Роки				Відхилення 2021 / 2018 рр.	
	2018	2019	2020	2021	Абс. відх., тис. грн	Відн. відх., %
Китай	2375	2875	6250	4375	2000	84,21
Іспанія	625	337,5	875	437,5	-187,5	-30,00
Німеччина	287,5	625	337,5	1375	1087,5	378,26
Польща	187,5	3375	1625	2625	2437,5	1300,00
Італія	46,25	287,5	875	62,5	16,25	35,14
Інші країни	5228,75	11250	8787,5	14875	9646,25	184,48
Всього	8750	18750	18750	23750	15000	171,43

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Так, упродовж 2018-2021 рр. відбулося зростання загального імпорту в ТОВ «Епіцентр-К» за рахунок збільшення імпорту кераміки із таких країн-імпортерів (Китай, Німеччина, Польща та Італія).

На рис. 1.7 представлена структура імпортованої кераміки в ТОВ «Епіцентр-К» за основними країнами-імпортерами.

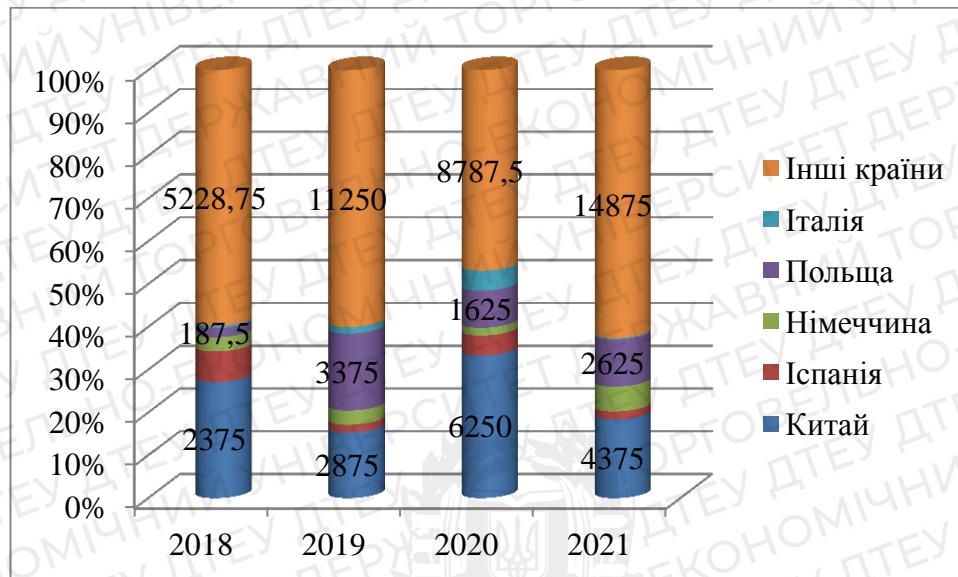


Рисунок 1.7. Структура імпортованої кераміки в ТОВ «Епіцентр-К» за основними країнами-імпортерами (тис. грн)

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Отже, у географічній структурі продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за основними країнами-імпортерами найбільша частка імпорту припадає на такі країни як: Китай, Іспанія, Німеччина, Польща та Італія.

Дані щодо асортименту кераміки, які імпортувалися в ТОВ «Епіцентр-К» представлені в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Динаміка імпорту кераміки в ТОВ «Епіцентр-К» за асортиментом кераміки упродовж 2018-2021 рр. (тис. грн)

Країни	Роки				Відхилення 2021 / 2018 рр.	
	2018	2019	2020	2021	Абс. відх., тис. грн	Відн. відх., %
Теракота	625	337,5	875	437,5	-187,5	-30,00
Майоліка	2375	2875	6250	4375	2000	84,21
Фаянс	187,5	3375	1625	2625	2437,5	1300,00
Кам'яна маса	287,5	625	337,5	1375	1087,5	378,26
Фарфор	46,25	287,5	875	62,5	16,25	35,14
Інші види кераміки	5228,75	11250	8787,5	14875	9646,25	184,48
Всього	8750	18750	18750	23750	15000	171,43

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Основні товарні позиції продукції кераміки, яка імпортувалася в ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2021 рр. представлені на рис. 1.8.

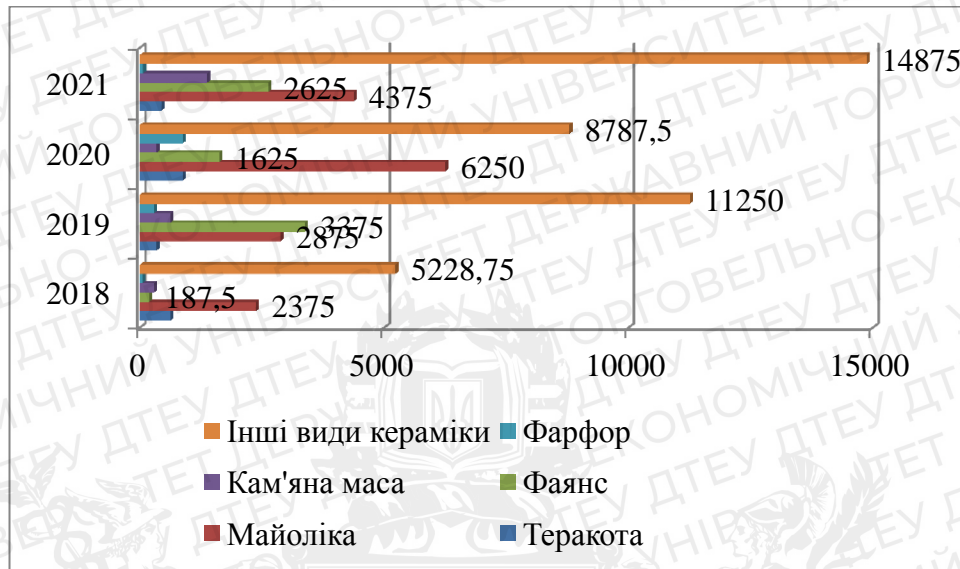


Рисунок 1.8. Основні товарні позиції кераміки, яка імпортувалася в ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2021 рр. (тис. грн)

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Так, упродовж 2018-2021 рр. найбільше в ТОВ «Епіцентр-К» імпортувалися такі види кераміки як: теракота, майоліка, фаянс, кам'яна маса та фарфор.

На рис. 1.9 представлена частка імпорту в загальному обсязі чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) в ТОВ «Епіцентр-К».

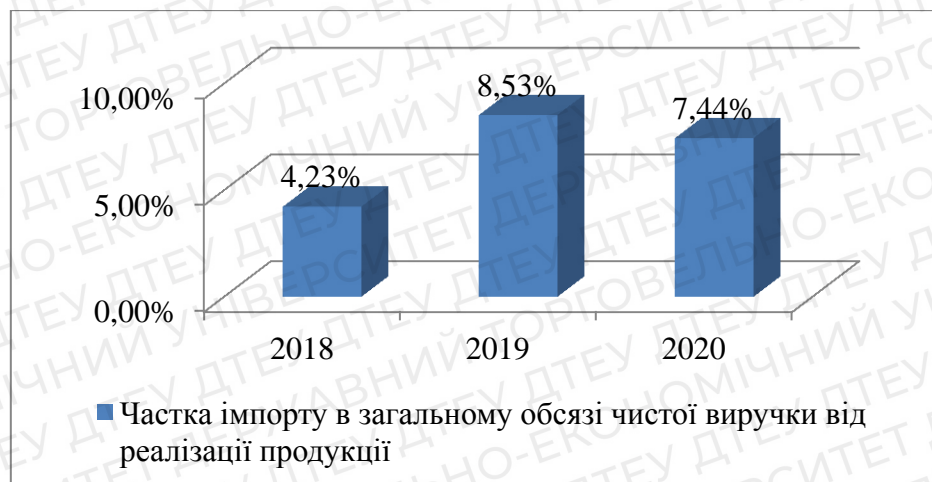
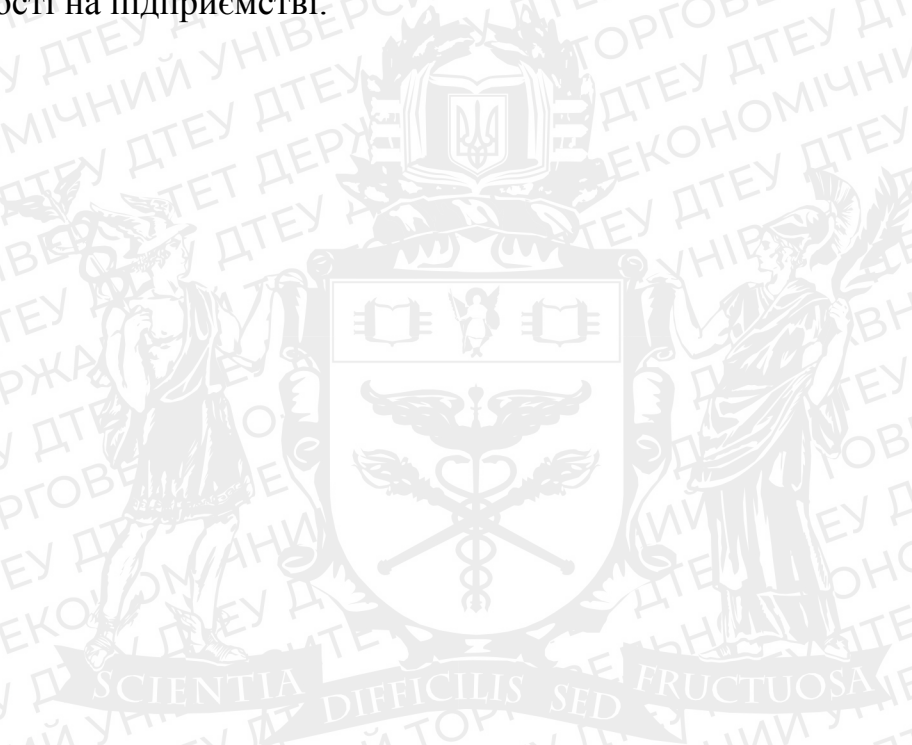


Рисунок 1.9. Динаміка частки імпорту в загальному обсязі чистого доходу від реалізації продукції в ТОВ «Епіцентр-К» (%)

Джерело: побудовано автором на основі [20].

Отже, протягом 2018-2020 рр. спостерігаємо поліпшення стану зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Епіцентр-К», що позитивно позначилося на зростанні чистого доходу від реалізації імпортової продукції підприємства. Упродовж 2018-2020 рр. частка імпорту в загальному обсязі чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) в ТОВ «Епіцентр-К» зросла на 3,21%, що свідчить про підвищення рівня імпортової діяльності на підприємстві.



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

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку кераміки

Кераміка – це неорганічні, неметалічні матеріали, створені шляхом формування та спікання природних або синтетичних сполук при високих температурах. Зазвичай їх виготовляють шляхом змішування глини, глиняних елементів, порошків і води та надання їм бажаної форми. Вони мають кілька властивостей, таких як високі температури плавлення, хімічна інертність, міцність і низька тепло- та електропровідність, і, отже, використовуються в різних сферах застосування, таких як кераміка, цегла, черепиця, цемент, скло, газотурбінні двигуни та інші [11].

Основні види кераміки – традиційна та вдосконалена. Традиційна кераміка виготовляється із звичайної природної сировини, як-от глинисті мінерали, польовий шпат і кварцовий пісок. Вони використовуються в конструкційних глиняних виробках, таких як цегла, черепиця та труби. Кінцеві користувачі кераміки включають будівництво та будівництво, промисловість та медицину, які використовуються для різних застосувань, включаючи плитку, сантехніку, абразиви, кераміку, цеглу, труби та інші види застосувань.

Ринок електричної та електронної кераміки складається з продажу електричних та електронних керамічних виробів суб'єктами (організаціями, приватними підприємцями та товариствами), які використовуються в широкому діапазоні електронних виробів, включаючи мобільні телефони, ноутбуки, телевізори, автомобільну електроніку та медичні прилади. Він також використовується для перетворення енергії, зберігання, промисловості, оптичних і магнітних застосувань. Електрокераміка відноситься до певного

типу керамічного матеріалу, який використовується для виконання різних електронних функцій і застосувань завдяки таким властивостям, як термічна, хімічна та механічна стабільність, а також електричні та магнітні властивості.

Необхідно акцентувати увагу на форматі тарифного регулювання, і в першу чергу митного, щодо досліджуваної операції. Відповідно до митної політики Європейської спільноти постачання кераміки з Польщі до України не буде обкладатись митом, точніше воно складе нуль відсотків, що формує додаткові переваги співпраці.

Відповідно до митного законодавства України, заходи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності – це заходи, які не пов'язані із застосуванням мита до товарів, що переміщуються через митний кордон України, встановлені відповідно до закону заборони та/або обмеження, спрямовані на захист внутрішнього ринку, громадського порядку та безпеки, суспільної моралі, на охорону здоров'я та життя людей і тварин, охорону навколишнього природного середовища, захист прав споживачів товарів, що ввозяться в Україну, а також на охорону національної культурної та історичної спадщини.

Варто відзначити, що зростання будівельної галузі сприятиме зростанню ринку кераміки. У зв'язку зі швидким зростанням урбанізації, як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються, ведеться більше будівництва, що збільшило попит на кераміку та пов'язані з керамікою виробни. За даними Invest India, у період з квітня 2000 року по березень 2021 року міський розвиток і будівельна діяльність в Індії склали 26,08 мільярда доларів США та 24,72 мільярда доларів США відповідно. десятиліття до 2030 р., причому обсяг виробництва, за оцінками, буде на 35% більшим, ніж за попередні десять років до 2020 р. Таким чином, зростання будівельної галузі стимулює зростання ринку кераміки.

Провідні країни-експортери кераміки у 2021 році представлені на рис.

2.1.

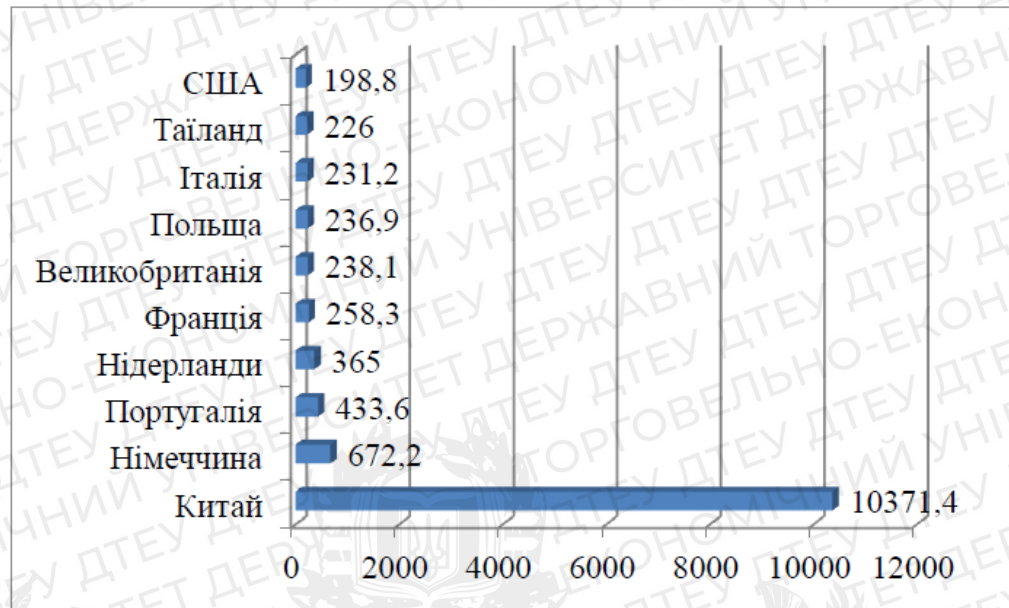


Рисунок 2.1. Провідні країни-експортери кераміки у 2021 році (у мільйонах доларів США)

Джерело: побудовано автором на основі [23].

Варто відзначити, що у 2021 році Китай експортував до решти світу кераміки на суму приблизно 10,37 мільярда доларів США. Німеччина була другим за величиною експортером кераміки із вартістю експорту близько 672 мільйонів доларів США того року. Вартість світового експорту кераміки у 2021 році становила 15,4 мільярда доларів США.

Провідні країни-імпортери кераміки в усьому світі у 2021 році представлені на рис. 2.2.

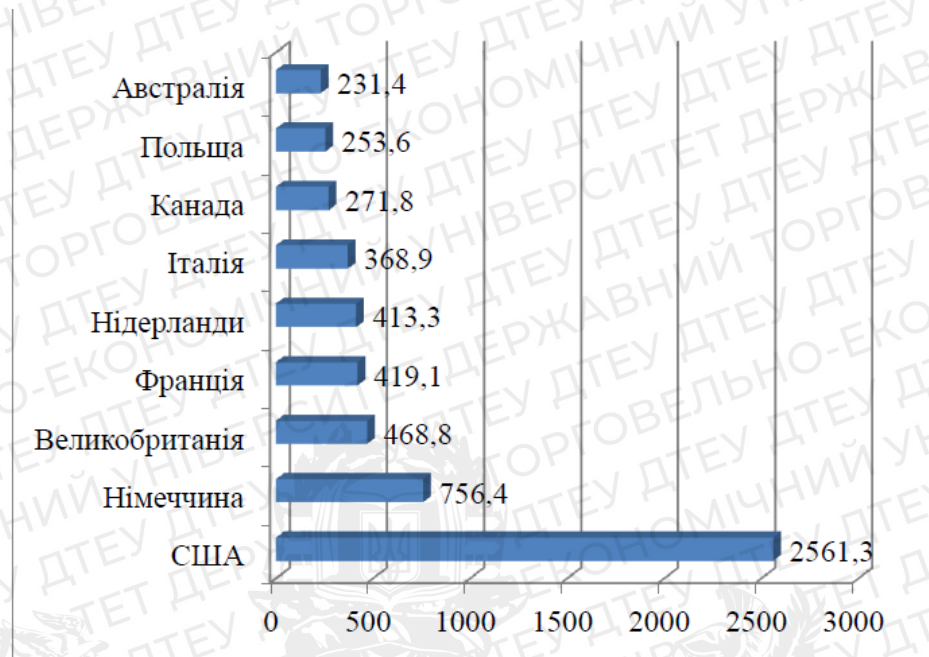


Рисунок 2.2. Провідні країни-імпортери кераміки у 2021 році (у мільйонах доларів США)

Джерело: побудовано автором на основі [23].

У 2021 році Сполучені Штати імпортували з решти світу кераміки на суму приблизно 2,56 мільярда доларів США. Німеччина була другим за величиною імпортером кераміки із вартістю імпорту близько 756,4 мільйона доларів США того року. У 2021 році вартість світового імпорту кераміки становила 10,6 мільярда доларів США.

Технологічний прогрес є ключовим трендом, який набуває популярності на ринку кераміки. Технологічні досягнення, такі як 3D-друк, є відкриттями знань, які просувають технологію. Наприклад, у лютому 2021 року CeramTec, німецький виробник керамічних виробів, розробив новий процес 3D-друку під назвою ROCAR 3D для виробництва елементів конструкції з технічної кераміки. Він поєднує в собі унікальні властивості карбіду кремнію (SiSiC) із швидкою та недорогою технікою 3D-друку. Нова технологія дозволяє розробляти компоненти, які пізніше можна виробляти великими серіями особливо економічно ефективним та інноваційним способом [11].

У листопаді 2021 року Victoria PLC, британський дизайнер, виробник і дистриб'ютор інноваційних продуктів для підлоги, придбала Graniser Ceramics на суму 9,54 мільйона доларів. Вікторія очікує, що в результаті цієї транзакції зможе використати виробничий досвід Graniser і силу бренду для збільшення операційного прибутку. Graniser є турецьким виробником і експортером керамічної плитки [11].

Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на ринку кераміки в 2021 році, а також очікується, що він буде регіоном, що розвивається найшвидше в прогнозований період. У 2021 році Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на ринку кераміки для електротехніки та електроніки. Очікується, що Азіатсько-Тихоокеанський регіон буде регіоном, що найшвидше розвиватиметься в прогнозованому періоді. Регіонами, охопленими у звіті про ринок електричної та електронної кераміки, є Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Східна Європа, Північна Америка, Південна Америка, Близький Схід і Африка [12].

Основними видами продукції в електричній та електронній кераміці є монолітна кераміка, керамічні матричні композити, керамічні покриття та ін. Монолітна кераміка використовується в комерційних цілях виробництва зброї, броні, човників і аерокосмічної промисловості. Монолітною керамікою називають кераміку, що складається з волокнистих або шаруватих композитів, що демонструють такі властивості, як висока жорсткість і твердість, стійкість до зношування, корозії та окислення. Різні типи матеріалів включають глиноземну кераміку, титанатну кераміку, цирконієву кераміку, кремнеземну кераміку та інші, які використовуються в побутових приладах, електромережах, медичних пристроях, мобільних телефонах та інших кінцевих користувачах.

Очікується, що зростаюча промисловість напівпровідників та електроніки сприятиме зростанню ринку електричної та електронної кераміки. Напівпровідники називаються матеріалами, опір яких припадає між провідниками та ізоляторами. Вони широко використовуються в електронній

промисловості та в електронних пристроях, таких як діоди, транзистори та інтегральні схеми. Електрична кераміка, також відома як п'єзоелектрична кераміка, набуває популярності в споживчій електроніці завдяки простоті виготовлення в широкому діапазоні форм і розмірів, що значно сприяє мініатюризації електромеханічних характеристик. Наприклад, за даними ІРС, американської торгової асоціації електронного обладнання та вузлів, у 2020 році американська промисловість виробництва електроніки відповідала за понад 1 трильйон доларів кінцевих продажів і опосередковано та прямо внесла 714 мільярдів доларів (3,7 відсотка) до ВВП США. Крім того, за даними Японської асоціації промисловості електроніки та інформаційних технологій, у 2020 році напівпровідникова промисловість США склала 433,1 мільярда доларів. Таким чином, очікується, що зростання напівпровідникової та електронної промисловості в найближчому майбутньому сприятиме зростанню ринку електричної та електронної кераміки.

Технологічний прогрес є ключовим трендом, що набуває популярності на ринку електричної та електронної кераміки. Основні компанії, що працюють у секторі електричної та електронної кераміки, зосереджені на розробці технологічно передових продуктів для зміцнення своїх позицій на ринку. Наприклад, у червні 2021 року CeramTec, німецька компанія з виробництва кераміки, випустила новий керамічний силовий напівпровідниковий модуль для приводних інверторів в електронній мобільності. Компанія розробила технологію керамічного чіпа на радіаторі, яка використовує керамічні охолоджувачі, які розігрівають напівпровідникові мікросхеми, забезпечуючи ефективне охолодження [17].

У травні 2021 року Fralock Holdings LLC, американський виробник інженерних рішень для критичних застосувань, придбала Ceramic Tech Incorporated (CTI) за нерозголошену суму. Це придбання дозволить Fralock Holdings LLC досліджувати нові склади як окисленої, так і неокисленої кераміки завдяки технічному досвіду CTI та домінуючій позиції на ринку. Крім того, це придбання розширить кадровий потенціал і глибоку технічну

компетентність Fralock Holdings на понад 30 нових співробітників. Ceramic Tech Incorporated (CTI) є американським виробником високочистих напівпровідникових та електронних керамічних матеріалів [11].

У 2022 році світовий ринок кераміки оцінювався в 239,53 мільярда доларів США, і очікується, що з 2023 до 2030 року він зростатиме на 5,2% у середньому на рік. Зростання будівельної галузі, де кераміка широко використовується для виробництва плитки, сантехніки та цегли, як очікується, рухатимуть ринок протягом наступних років. Останнім часом техніки та методи внутрішнього декору вдома змінилися в усьому світі, що вплинуло на застосування кераміки в будівництві. Сантехнічні вироби, такі як унітази, раковини, ванни та душові піддони, входять до сантехніки для ванних кімнат і виготовляються з глини та каоліну з додаванням кварцу та польового шпату перед фарбуванням. У результаті виходить надзвичайно міцний, пружний матеріал, який легко очищається, має гарну зносостійкість і хімічну стійкість [24].

Очікується, що попит на продукцію в США буде зумовлений зростанням використання плитки в країні. За даними Tile Council of North America, Inc., загальне споживання керамічної плитки в США становило приблизно 3,11 мільярда квадратних футів у 2021 році. Цей показник був на 9,9% більше, ніж у 2020 році. Це зростання пояснюється загальним збільшенням будівельної діяльності для будівництва нових житлових одиниць у США в поєднанні з економічним зростанням країни. Крім того, доступність такої сировини, як глина та каолін, які зазвичай виробляють у США, також сприяє зростанню ринку в країні. Кулькова глина практично повністю використовується для виробництва кераміки, з якої виготовляють сантехніку, підлогову плитку, посуд. Згідно з The Mineral Commodity Summaries 2022, виробництво шарової глини в США було на 1,85% більше у 2021 році, ніж у 2020 році [24].

Крім того, зростання медичної галузі є ще одним ключовим фактором розвитку ринку. Кераміка вже давно використовується в медицині. США є

однією з відомих країн із надійною системою охорони здоров'я. За даними Асоціації передових медичних технологій (AMTA), з 2011 року витрати США на заклади охорони здоров'я значно зросли. Зростання системи охорони здоров'я разом із високими витратами на медичне обладнання та пристрої позитивно вплинуло на попит на продукцію [24].

Однак ринок кераміки стикається з проблемами через високу вартість енергії. Остання криза вугілля та природного газу спричинила різке зростання цін на них, що безпосередньо вплинуло на собівартість виробництва кераміки. Наприклад, у серпні 2021 року кластер Morbi в Індії зіткнувся з тягарем у розмірі приблизно 100 крор індійських рупій (~12,25 мільйонів доларів США) через підвищення цін на газ [24].

Виходячи з продукту, традиційно займав частку доходу понад 57,0% у 2022 році на світовому ринку. За даними Університету Нового Південного Уельсу (UNSW), традиційна кераміка складається з трьох основних матеріалів або сполук: кремнезему (кварцу), глини та польового шпату. З перерахованих вище сполук найбільш часто використовуваним матеріалом є глина. Цей тип продукту зазвичай використовується у виробництві порцелянової плитки, глиняної цегли та посуду.

Удосконалена кераміка є чудовим вибором для широкого спектру професійних застосувань у кількох галузях промисловості. Вони вирізняються не тільки своїми чудовими характеристиками, включаючи неорганічні речовини та сполуки високої чистоти у виробництві кераміки та столового посуду. Завдяки високій стійкості до корозії їм надають перевагу в авіації, транспортних засобах і броні.

Крім того, через високі температури та зміни навколишнього середовища зазвичай виникають несправності внаслідок теплового розширення різноманітних енергетичних, аерокосмічних, оборонних і автомобільних компонентів, що призводить до виходу з ладу компонентів. Удосконалена кераміка демонструє значно нижче теплове розширення за тих самих умов навколишнього середовища, що й інші стандартні сплави та

метали. Цей аспект вплинув на споживання продуктів у ряді галузей кінцевого використання.

Виходячи з застосування, плитка займала найбільшу частку понад 47,0% у 2022 році. Існує величезний попит на візерунки настінної плитки в житлових приміщеннях, особливо для нових областей застосування за межами ванних кімнат і кухонь. У все більшій кількості сучасних домашніх приміщень, включаючи коридори, вестибюлі та спальні, використовується настінна керамічна плитка. Крім того, ця плитка замінила традиційні кам'яні матеріали в комерційних приміщеннях, включаючи корпоративні офіси, вестибюлі готелів і музеї, як більш доступний варіант [24].

Сантехніка є ще одним ключовим сегментом ринку, який, як очікується, зросте на 5,0% протягом прогнозованого періоду. Сантехніка на основі кераміки є економічною, довговічною, легко миється та має глянцево покриття. Сантехніка є предметом першої необхідності в громадських, приватних і комерційних приміщеннях. Зростаючий економічний розвиток і занепокоєння здоров'ям збільшили виробництво сантехніки, що, в свою чергу, очікується, що сприятиме зростанню сегменту в найближчі роки. Керамічна цегла має високу вогнестійкість і забезпечує ізоляцію від звуку, вібрації, електрики, електростатичного розряду та іонізуючого випромінювання, що робить її ідеальною для екологічного житла [24].

Основною сферою використання кераміки в промисловості є вогнетриви. Вони визначаються як речовини, які можуть витримувати робочі температури 1000°C або вище. Хоча на частку металургійної промисловості припадає понад 80% загального ринку вогнетривів для обробки чорних і кольорових металів, вогнетриви також використовуються у виробництві скла та цементу та в енергетичній промисловості.

За регіонами Азіатсько-Тихоокеанський регіон домінував на ринку з часткою понад 39,8% у 2022 році. Велика частка пояснюється швидким зростанням виробничого сектора в країнах регіону, що розвиваються. Стрімкий попит на передову кераміку з боку виробників напівпровідників ще

більше сприяє зростанню ринку. Так, у лютому 2022 року тайванська UMC оголосила про намір інвестувати 5 мільярдів доларів США в розширення своїх потужностей з виробництва мікросхем у Сінгапурі [24].

Очікується, що Північна Америка зареєструє CAGR на рівні 4,2% протягом прогнозованого періоду. Очікується, що стрімкі інвестиції вітчизняних і міжнародних інвесторів у житлове/комерційне будівництво в Північній Америці підвищать потреби в художньому та столовому посуді в регіоні. Крім того, очікується, що зростаючий розвиток інфраструктури виявиться плідним для зростання сегмента [24].

Як один із найприбутковіших ринків у світовій промисловості, керамічна плитка заслуговує на більшу увагу, а також її тенденції. Слідкуючи за величезною світовою індустрією, окрім зростання цін на керамічну плитку, ми не тільки отримуємо цікаву інформацію, але й допомагає нам торгувати на цьому ринку з меншим ризиком і більшим успіхом. У 2020 році ринок керамічної плитки оцінювався в 50,84 мільярда доларів США. Очікується, що ринок зросте з його поточної вартості в 54,41 мільярда доларів США в 2021 році до вартості в 77,82 мільярда доларів США в 2028 році при середньорічному темпі зростання (CAGR) на 5,2 відсотка з 2021 по 2028 рік. Через величезні та переважні Через вплив епідемії COVID-19 на світ попит на товари впав у всіх галузях. Виходячи з наших висновків, виявилось, що світовий ринок зазнає падіння на 9,7 відсотка в 2020 році [25].

У 2021 році фінансовий обсяг ринку керамічної плитки становив 207,7 млрд доларів США. Зростання додаткового доходу, зростання населення, реконструкція та будівельна діяльність, а також розширення споживчих і корпоративних інтересів сприяли зростанню ринку керамічної або мармурової плитки. Зростання скоординованого сектора роздрібної торгівлі та зростання популярності в країнах, що розвиваються, проклали шлях для розширення ринку. Тим не менш, розширення ринку стримується коливаннями цін на природні матеріали та посиленням правил і зборів. Коронавірус серйозно вплинув на ВВП кожної країни. Глобальна економіка

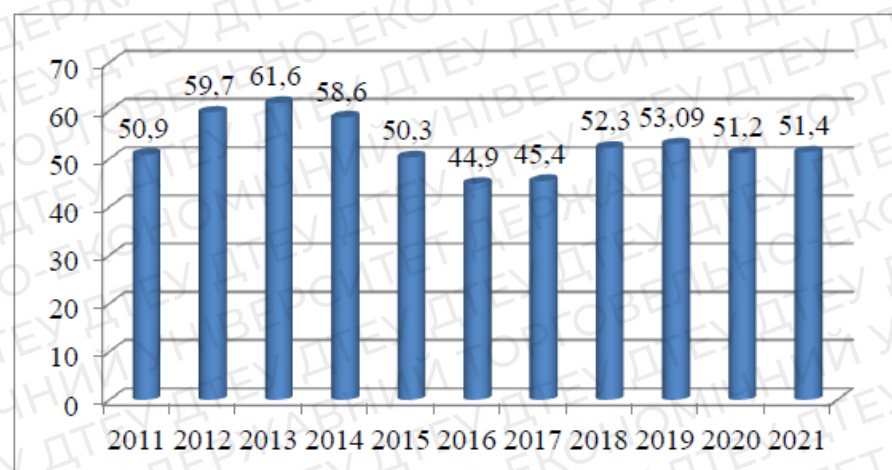
була зруйнована загальнонаціональними карантинами та закриттям малого бізнесу [25]. Коливання торгівлі сировиною впливає на підвищення цін на керамічну плитку. У секторі кераміки це слово почали часто використовувати в 2017 році. На початку квітня 2023 року також почнеться підвищення цін на 2021 рік. Цього року, на відміну від попередніх років, стрибки цін на плитку відбуваються частіше і були вищими [25].

Отже, через пандемію COVID-19 розмір світового ринку кераміки оцінюється в 45020 мільйонів доларів США в 2022 році, а до 2028 року прогнозується скоригований розмір 64 630 мільйонів доларів США з CAGR 6,2% протягом періоду огляду. Повністю враховуючи економічні зміни, пов'язані з цією кризою охорони здоров'я, за типом, традиційний облік у % світового ринку кераміки в 2021 році, за прогнозами, становитиме мільйони доларів США до 2028 року, зростаючи за переглянутим 5% у період після COVID-19. Хоча за застосуванням, житло та будівництво були провідним сегментом, на який припадало понад відсоток частки ринку в 2021 році, і змінився на % CAGR протягом цього прогнозованого періоду. Зростання кількості будівельних робіт, зростання попиту на кераміку з країн, що розвиваються, зростання попиту на керамічну плитку в торгових центрах, офісах, ресторанах і курортах, технологічний прогрес є одними з факторів, що сприяють ринку. Сегментний аналіз зосереджений на доходах і прогнозах за регіонами (країнами), типами та програмами на період 2017-2028 рр. Для ринку Сполучених Штатів цей звіт зосереджений на розмірі ринку кераміки за гравцями, типом і застосуванням за період 2017-2028 рр. Ключові гравці включають глобальних і місцевих гравців, які відіграють важливу роль у Сполучених Штатах. Обсяг ринку промислової кераміки Китаю оцінюється в мільйони доларів США у 2021 році, тоді як промислова кераміка США та Європи становить мільйони та мільйони доларів США окремо. Японія, Південна Корея та Південно-Східна Азія є ринками Азії, які заслуговують на увагу. Що стосується ландшафту промислової кераміки в Європі, прогнозується, що Німеччина досягне мільйонів доларів США до 2028 року.

Основними глобальними виробниками промислової кераміки є Kyocera, CMC, Cera, Anderman Ceramics, Elan Technology, Advanced Industrial Ceramics, Murugappa Group, Schaefer Industrial Ceramics, Techna Group і LSP Industrial Ceramics та ін.

2.2. Дослідження ринку кераміки України

Сьогоднішній день характеризується загальносвітовою тенденцією до підвищення вимог до енергоефективності будівель. Необхідність зниження енергоємності будівель, яка становить до 40 % загального енергоспоживання, зумовлена умовами зменшення запасів органічного палива та його подорожчання для споживачів [22]. Водночас для України такий розвиток подій призведе не лише до зменшення імпорту енергоресурсів, а й до щорічної економії понад 10 млрд дол. США. Ринок кераміки сегментований за регіонами (країнами), гравцями, типом і застосуванням. Ситуація з уповільненням темпів житлового будівництва в Україні у 2015 та у 2017 роках дещо порушила стабільність розвитку та зростання ринку керамічної плитки (рис. 2.3).



**Рисунок 2.3. Динаміка виробництва керамічної плитки в Україні
упродовж 2011-2021 роках, млн. м²**

Джерело: побудовано автором на основі [21].

На ринку вітчизняної керамічної плитки, починаючи з 2006 року, спостерігалось стабільне зростання обсягів виробництва в Україні. Після кризи в 2010 році зростання трохи сповільнилося.

У 2020 році обсяг виробництва вітчизняної плитки скоротився на 5 %. 2021 рік, зважаючи на пандемію COVID-19, на жаль, не показав приросту виробництва керамічної плитки, залишивши обсяг майже у межах 2019 року (рис. 2.4).

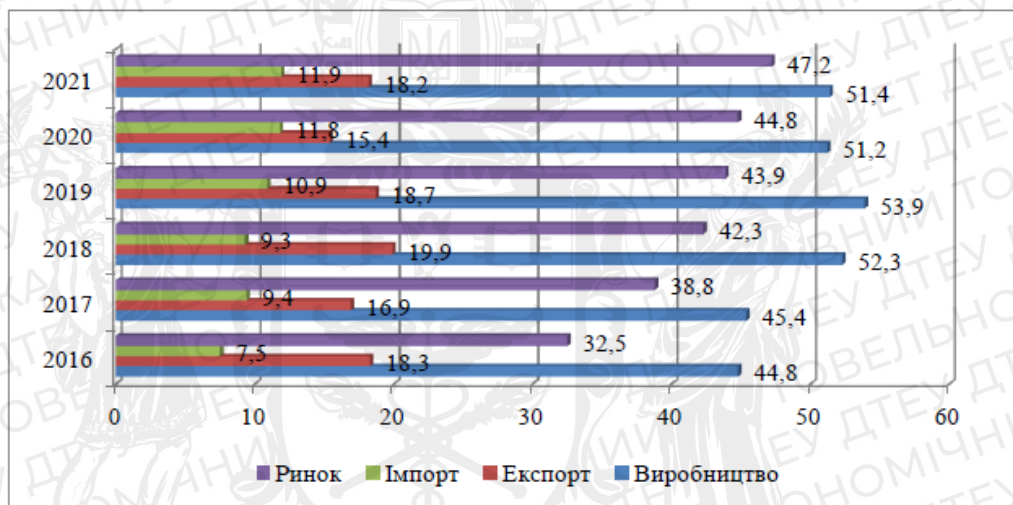


Рисунок 2.4. Ринок керамічної плитки в Україні за 2016-2021 рр. в млн. м²

Джерело: побудовано автором на основі [22].

Лідерами виробництва керамічної плитки в Україні є ТОВ «Атем» (Київ), «Голден Тайл (Харківський плитковий завод)», «Церсаніт Інвест» (Житомирська обл.) та ПрАТ «ІнтерКерама» (Дніпропетровська обл.), сукупна частка яких становить більше 92 % від загального обсягу виробленої плитки (Додаток В). При цьому ТОВ «Атем» з'явилося на ринку в 2003 р., ПрАТ «Інтеркерама» – у 2007 р., «Церсаніт Інвест» – у 2008 р.

Серед інших великих виробників керамічної плитки варто відзначити ПрАТ «Епіцентр» та АТ «Зевс кераміка». Розподіл виробництва керамічної плитки в Україні між основними виробниками наведено на рис. 2.5 [12].

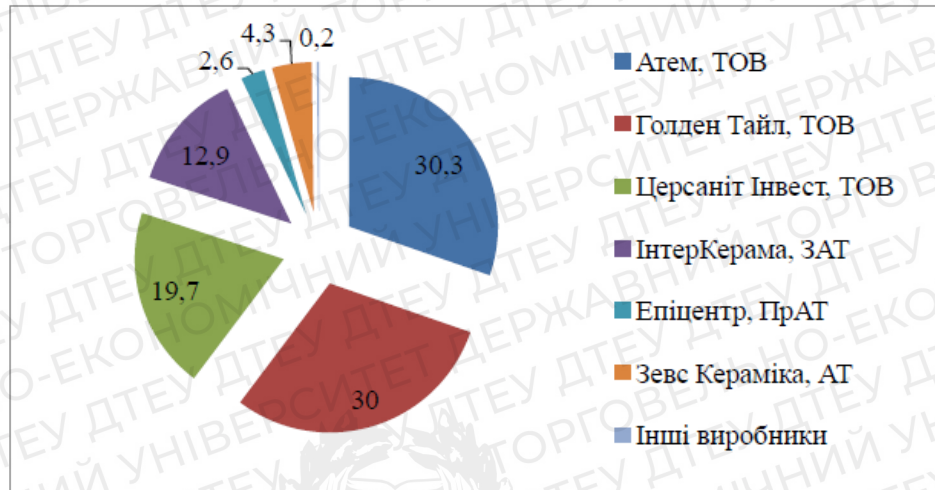


Рисунок 2.5. Розподіл виробництва керамічної плитки в Україні протягом 2021 рік, %

Джерело: побудовано автором на основі [22].

Незважаючи на стагнацію виробництва України вдалося зберегти загальний обсяг ринку керамічної плитки. Останнім часом вітчизняні забудовники віддають перевагу новим енергоефективним та економним формам будівництва, потенціал енергозбереження яких спрямований на економію фінансів. Це виявляється в процесі економічного використання споруджуваних будівель завдяки високій якості будівництва та можливості майбутньої економії коштів кінцевих споживачів. Тому цілком зрозуміло, що такі типи будинків набули популярності в європейських країнах, а критерій «енергоефективності будинку» поступово стає визначальним при виборі нерухомості в Україні для потенційних покупців. Щоб мінімізувати оплату рахунків за електроенергію – основну статтю кошторису витрат на експлуатацію будівель і споруд – необхідно вирішити проблему виробництва теплоефективних екологічних керамічних блоків з низьким коефіцієнтом теплопровідності (0,15–0,18 Вт). /К,) і з терміном служби конструкцій 100 років і більше. Як відомо, сьогодні в Україні основним стіновим матеріалом при будівництві промислових і цивільних споруд є керамічна цегла. Використовує різні види: як суцільні, так і порожнисті, пористі та

пористопорожнисті. Також популярні пустотілі керамічні камені, ефективні керамічні блоки та збірні панелі.

Керамічна плитка характеризується сезонним попитом, а отже, сезонними коливаннями у виробництві (рис. 2.6).

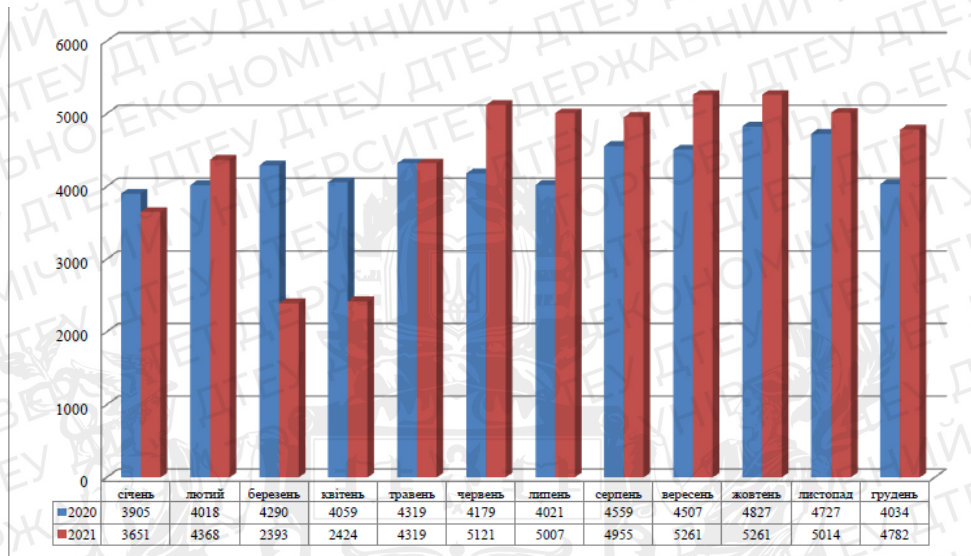


Рисунок 2.6. Сезонні коливання виробництва керамічної плитки в Україні, тис. м²

Джерело: побудовано автором на основі [22].

Найбільші обсяги виробництва фіксують у жовтні, коли сумарно підприємства – виробники керамічної плитки виготовляють на 12-20% більше продукції, ніж у середньому за рік. Найбільш застійний період у виробників керамічної плитки – січень – лютий, адже саме в цей період обсяги виробництва значно падають. Ринок керамічної плитки також, зазвичай, адекватно реагує на сезонні коливання виробництва керамічної плитки (Додаток Д).

Останні шість років ринок керамічної плитки України демонструє сталу тенденцію до зростання. Це добре видно на рис. 2.7.

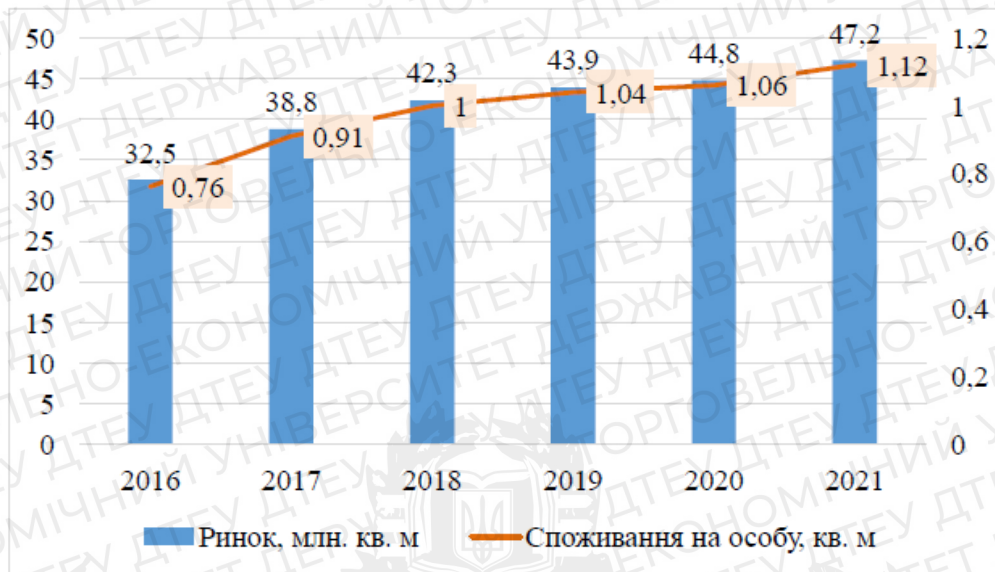


Рисунок 2.7. Динаміка ринку керамічної плитки в Україні за 2016-2021 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [22].

Таку ситуацію на українському ринку керамічної плитки спричинили як підвищення обсягів виробництва, покращення якості та дизайну продукції вітчизняних виробників, так і більший ріст цін на імпорتنу продукцію порівняно із продукцією українського виробництва, чому сприяло здешевлення української гривні відносно долара США.

У табл. 2.1 представлені основні характеристики керамічної плитки, яка виробляється в Україні.

Таблиця 2.1

Основні характеристики керамічної плитки, яка виробляється в Україні в 2021 р.

№	Найменування показника	Air Cerami c Brick	Air Ceramic Decor	Air Ceramic Block		Цегла будівельна	Керамзитобетон	Газобетон	Пінобетон неавтоклавний
				550	650				
1	Середня щільність, кг / м ³ , не більше	750	750	550	650	1600-1800	800-1800	600-800	300-1800
2	Межа міцності при стисненні, МПа, не менше	10	15	7,5	10	2,5-30	3,5-7,5	0,5-25	0,25-12,5
3	Коефіцієнт теплопровідності в сухому стані / А Вт / (м x С)	0,16	0,16	0,12	0,14	0,6-1,15	0,75-0,95	0,07-0,38	0,07-0,38
4	Марка по морозостійкості, цикли	100	100	100		25	25	35	35
5	Коефіцієнт паропроникності, мг / м x год x Па, не менше	0,16	0,16	0,22	0,18	0,08-0,12	0,19-0,09	0,17-0,14	0,23-0,02
6	Група горючості	НГ	НГ	НГ		НГ	НГ	НГ	НГ
7	Межа вогнестійкості, не менше	REI 240	REI 120	REI 240	REI 180	REI 90	REI 180	REI 240	R EI 6 0
8	Ціна, грн/м ³	1055	1055	775	915	3250	1310	1686	970

Джерело: побудовано автором на основі [26].

Регулювання зовнішньої торгівлі керамікою в Україні здійснюється, серед іншого, за допомогою економічних та технічних заходів оперативного регулювання, які можна умовно поділити на такі:

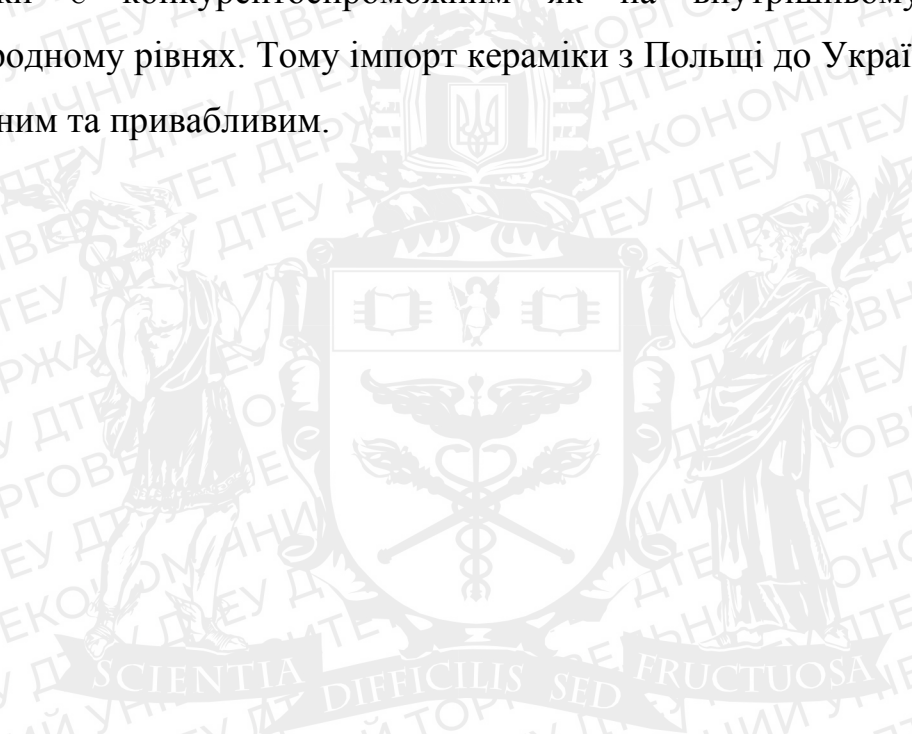
– тарифні – ґрунтуються на використанні Митного тарифу України, затвердженого Законом України «Про Митний тариф України», а також особливих видів мита, передбачених Законами України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» та «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну»;

– нетарифні – автоматичне або неавтоматичне ліцензування, тарифні квоти, субсидування, повне або часткове ембарго, національні і міждержавні технічні регламенти, стандарти або процедури підтвердження відповідності, режим попередніх імпорتنих депозитів, обмеження строків розрахунків за зовнішньоекономічними операціями в іноземній валюті тощо.

Отже, суттєвий вплив перманентної кризи в Україні, починаючи з 2008 року і до сьогодні, проявився в проблемах з фінансуванням проектів, спричинених погіршенням доступу позичальників до кредитних ресурсів. Раніше компанії мали декілька джерел фінансування будівельних проектів – власні кошти, кошти від продажу нерухомості на етапі будівництва та залучені кошти (переважно кредити банків); з 2009 року основним джерелом подальшого фінансування робіт стали кошти власників проекту. Згодом і це джерело фінансування було вичерпано. І сьогодні, в умовах подальшої кризи, для збереження галузі фінансування здійснюється переважно за рахунок державних і регіональних цільових програм та коштів внутрішніх інвесторів. Відповідно, зменшення обсягів будівельних робіт призвело до зниження попиту на будівельні матеріали, що призвело до зменшення обсягів їх виробництва. Тим не менш, аналіз ситуації на ринку будівельної кераміки в Україні показує, що сьогодні сектор промисловості будівельної кераміки має досить великий сегмент сучасних стінових і оздоблювальних матеріалів – великоформатних пористих блоків і керамічного клінкеру для облицювання фасадів. Найближчим часом потужності з виробництва великоформатних керамічних блоків будуть тільки збільшуватися, замінюючи неякісну «звичайну» цеглу. Але виробники сучасної будівельної кераміки зіткнулися з проблемою неприйняття будівельним ринком, який переживає кризу, нових матеріалів в обсягах, що виробляються. До 60–70 % якісної клінкерної цегли українських виробників експортується до країн СНД, Євросоюзу та Азії. Екологічно чиста, хімічно нейтральна кераміка повинна бути основним матеріалом для житлових будинків. Виробникам настінної кераміки спільно з архітекторами та дизайнерами новобудов та котеджних містечок необхідно працювати над цим питанням. З огляду на широку колірну гамму, різний сортування фактур і поверхонь – ці цегляні будівлі можуть бути архітектурними шедеврами на віки. Тому імпорт кераміки для забезпечення прибутковості всього українського будівельного ринку є актуальним та

дозволить підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності компаній, які співпрацюють на будівельному ринку України.

Основними країнами-виробниками кераміки в ЄС є Польща, Італія, Німеччина, Іспанія, Франція, Португалія та Австрія. Зокрема, керамічна промисловість Польщі орієнтована на експорт: 30% продукції, що виробляється в Польщі продається поза його межами. Сектор технологічної кераміки є конкурентоспроможним як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Тому імпорт кераміки з Польщі до України є найбільш доцільним та привабливим.



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

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі

Імпорт як вид діяльності має значний вплив на економіку країн і є одним з головних інструментів забезпечення розвитку країн в епоху глобалізації за рахунок надходження прибутків від реалізації товарів на нових ринках збуту за межами самої країни, залучення іноземної валюти, інтеграції в міжнародний поділ праці та відповідно забезпечення стабільної діяльності щодо продажу імпортованої кераміки в ТОВ «Епіцентр-К».

Побудуємо діаграму Ганта для забезпечення здійснення імпорту кераміки до ТОВ «Епіцентр-К» (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Діаграма Ганта для забезпечення здійснення імпорту кераміки в ТОВ «Епіцентр-К»

Назва періоду	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
1	2	3	4	5
1. ТОВ «Епіцентр-К» отримує оферту від компанії «Europages».				
2. Проходять переговори та укладається контракт.				
3. Укладання договору перевезення з транспортною компанією				
4. Формування та відправлення листа про укладання договору перевезення.				
5. «Europages» дає дозвіл на відвантаження товару.				
6. Формування доручення транспортно-експедиторській компанії (ТЕК) здійснити митне декларування і відвантаження товару.				

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4	5
7. ТЕК подає митниці вантажно-митну декларацію.				
8. Митне очищення і дозвіл на вивезення.				
9. «Europages» повідомляє імпортера, що товар готовий до відвантаження.				
10. Надсилання листа, де зазначає дату, час, перевізника, якому слід віддати товар.				
11. «Europages» віддає товар перевізнику.				
12. «Europages» надсилає транспортний документ ТОВ «Епіцентр-К», в якому зазначається, що товар у перевізника.				
13. Подання ТОВ «Епіцентр-К» до Промінвестбанку банківського переказу разом із комплектом фінансових документів.				
14. Перевірка Промінвестбанком одержаних документів і пересилання їх до Bank of Poland.				
15. Пред'явлення Bank of Poland банківського переказу й одержаних документів імпортереві з метою отримання від нього коштів.				
16. Отримання Bank of Poland платежу від імпортера.				
17. Переказ коштів з Bank of Poland.				
18. Зарахування коштів на рахунок «Europages»				
19. Виконання митних формальностей.				
20. Перевізник дає розпорядження про відвантаження товару.				

Джерело: розроблено автором.

Успішний розвиток ринку імпорту кераміки вимагає наявності адекватного кадрового потенціалу, формування, поповнення та розвиток якого у свою чергу залежить від якості підготовки торгового представника з Польщею. Зароджується потреба у залученні торгового представника з Польщею.

Ефективність господарської діяльності, а зокрема та імпортової діяльності, є однією з економічних категорій, що виступає підґрунтям для відбору та реалізації альтернативних варіантів економічного розвитку підприємства. Для ТОВ «Епіцентр-К» доцільним є знаходження резерву підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності, а саме шляхом обґрунтування умов альтернативної імпортової операції. Як вже було зазначено, ТОВ «Епіцентр-К» здійснює імпортову діяльність щодо реалізації готової продукції – кераміка. При виборі цільового ринку збуту підприємству слід брати до уваги багато чинників, які безпосередньо впливають та приваблюють країни як потенційного імпортера (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні імпортової операції ТОВ «Епіцентр-К»

№	Фактори, що визначають вибір ринку	Польща	Литва	Німеччина
1	Збутова політика	•		•
2	Цінова політика	•		•
3	Логістична політика		•	
4	Географічне розташування	•	•	
5	Розрахункова політика (схема розрахунків)	•		•
6	Політичний стан в країні	•		•
7	Всього переваг	5	2	4
8	Всього недоліків	1	4	2

Джерело: розраховано автором на основі міжнародних рейтингів

Підсумовуючи результати аналізу ринку країн у табл. 3.2, можна дійти висновку щодо привабливості польського ринку.

Базисною умовою поставки є умова FCA Інкотермс 2020. Відповідно до FCA Інкотермс продавець зобов'язаний оплатити витрати, пов'язані з перевезенням товару до названого пункту призначення.

Суттєвою умовою підготовки угоди кераміки є визначення доцільної схеми транспортування. Доставка товару може здійснюватись різними видами транспорту та їх комбінаціями. Потрібно проаналізувати кожен з

варіантів, який має свої особливі характеристики, такі, як тривалість перевезень, надійність зберігання товарами своїх якостей та цілісності в процесі доставки, необхідні витрати на доставку, необхідність перевантаження тощо. Продаж кераміки регулюється законодавством країн-імпортерів.

Аналіз імпортних операцій ТОВ «Епіцентр-К» показав, що їх ефективність закладається на етапі планування та попередньої підготовки до проведення, а оцінюється в результаті фінансового аналізу. Відзначимо, що останнім часом відбулося різке збільшення курсів іноземних валют, імпортні поставки обходяться набагато дорожче, ефективність імпортних контрактів знижується. Нестабільність макроекономічної ситуації в 2018-2021 рр. і коливання валютних курсів негативно вплинули, як на рівень цін на імпортні товари, так і на обсяги їх реалізації. Методи аналізу ефективності імпорту дозволяють чітко визначити які поставки вигідніше, порівнюючи товари купуються на території України з імпортною продукцією, що допоможе далі в прийнятті управлінських рішень.

Забезпеченість фінансовими ресурсами досліджуваного підприємства дає йому можливість обійтись без кредитних та запозичених коштів щодо організації розрахунків по імпорту кераміки з Польщі. ТОВ «Епіцентр-К» здійснюватиме імпорт кераміки з Польщі на умовах поставки FCA Варшава (Інкотермс-2020) з використанням банківського переказу. Алгоритм здійснення операції з використанням банківського переказу представлений на рисунку 3.1.

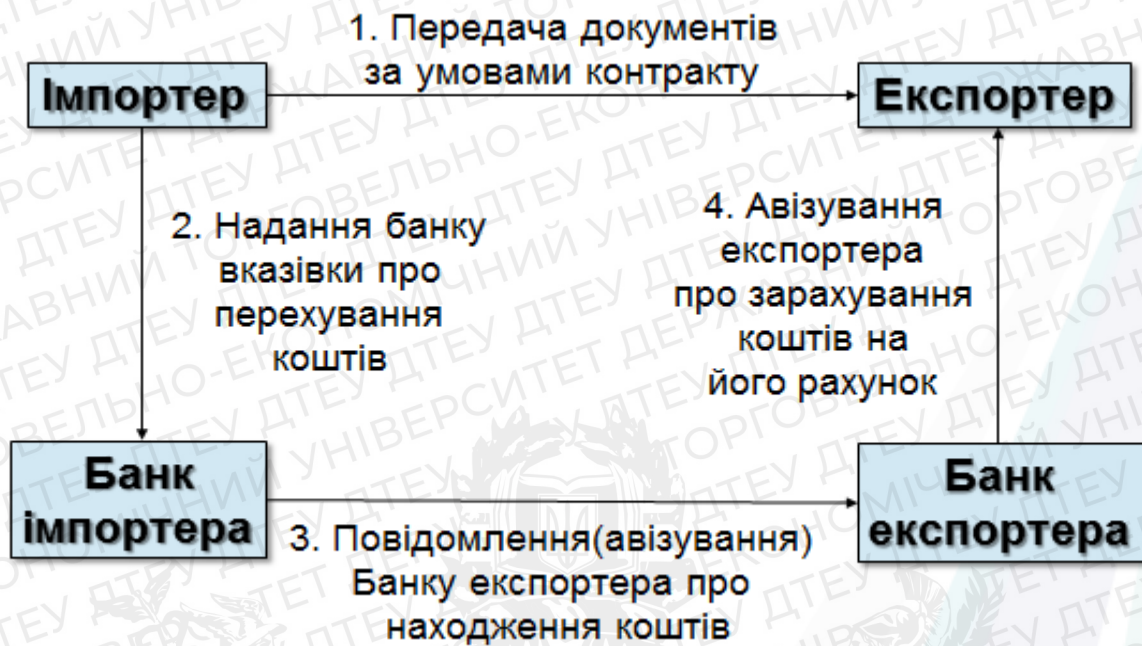


Рисунок 3.1. Схема здійснення банківського переказу

Джерело: складено автором

Банківський переказ як спосіб розрахунків за зовнішньоекономічними зобов'язаннями використовується сторонами договору з приводу імпорту кераміки. При ввезенні товарів на митну територію України базою оподаткування є договірна (контрактна) вартість, але не менша митної вартості цих товарів, з урахуванням мита та акцизного податку, що підлягають сплаті, за винятком податку на додану вартість, що включаються до ціни товарів згідно із ст. 190 Податкового кодексу України [2].

Важливим моментом ресурсної готовності до виконання імпорту є підготовлений кількісний склад працівників за досліджуванним напрямом. Далі проаналізуємо забезпеченість ТОВ «Епіцентр К» трудовими ресурсами за допомогою оцінки структури робочої сили (рис. 3.2).

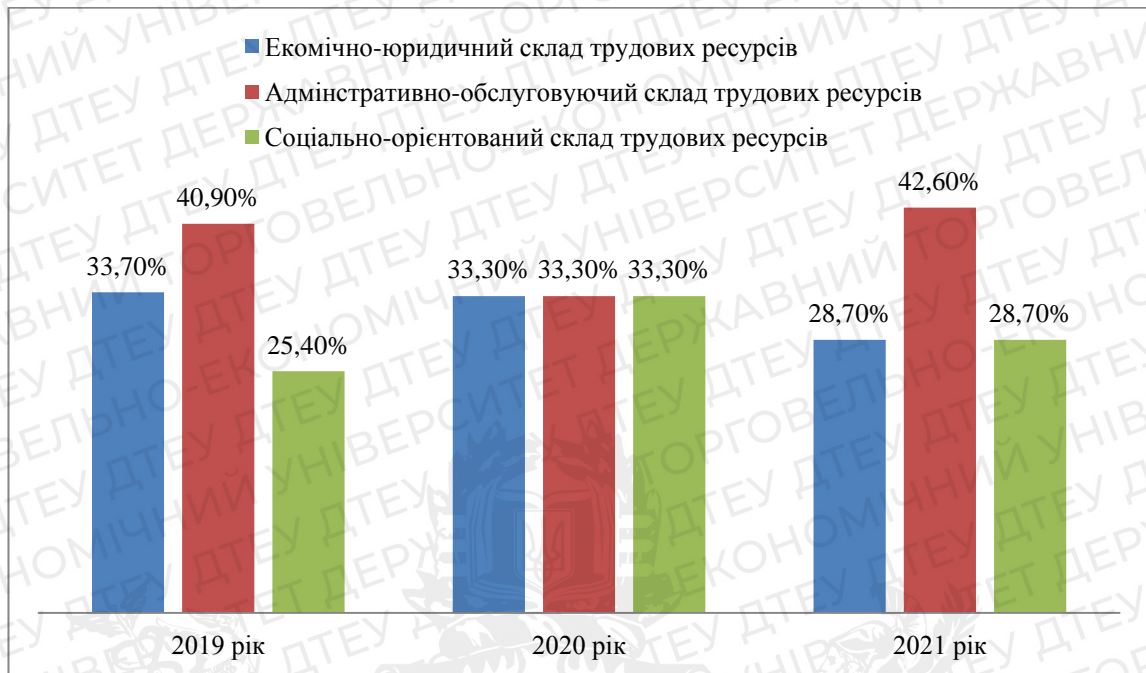


Рисунок 3.2. Структура робочої сили ТОВ «Епіцентр-К»

Джерело: складено автором на базі даних ТОВ «Епіцентр-К»

З рисунку 3.3 видно, що у 2021 році найбільша питома вага була відведена робочій силі з категорії адміністративно-обслуговуючий склад – 42,6 %, а найменша для економічно-юридичного складу – 28,6 %. У 2020 році частки робочої сили між обраними категоріями розподілились рівномірно та становили – 33,3 %.

Отже, в якості шляхів, здатних підвищити ефективність імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К» і звести ефективність імпортних операцій до позитивного значення, можна запропонувати наступні способи: детальний перегляд закупівель пов'язаних з іноземними постачальниками; оптимізація витрат з логістики товарів, як на митній, так і поза митної території України; оптимізація загальної структури імпортних операцій; перегляд і зміна асортименту імпортованих товарів.

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі

Відповідно до Контракту №12-3 від 18.05.2022 року, який представлений у Додатку Ж, компанія «Europages» (Польща) особі

Генерального директора (Явний Владислав) є продавцем, а ТОВ «Епіцентр-К» в особі Генерального директора (Михайлишин Петро Йосипович) – покупцем. Згідно із запропонованим зовнішньоекономічним контрактом, продавець зобов'язується передати у власність покупцеві, а покупець зобов'язується прийняти у власність від продавця на умовах FCA Варшава кераміку, обсягом 50000 м². Контрактна ціна товару становитиме 141,92 євро за 1 м². Країна походження товару – Польща. Товар за даним контрактом поставляється з Польщі. Умови оплати: 100% попередня оплата вартості робіт здійснюється протягом 5 (п'яти) банківських днів у формі банківського переказу.

Контракт (р.4.) регламентує схему та строки поставки в рамках двох тижнів до 01.06.2022р. Датою поставки вважається дата підписання Акту здачі-приймки кераміка.

Р.5 стандартно передбачає форс-мажорні обставини за загальними правилами.

Р.6,8 регулюють питання гарантій (в т.ч. і якості) та спорів по Контракту №12-3 та процедуру їх вирішення, відповідно до чинного законодавства.

Р.8,10 прописані питання регулювання санкцій та арбітража. Контракт передбачає наявність штрафних санкцій за невиконання умов постачання та розрахунків в розмірі 0,1% та встановлює можливі ліміти.

Оцінка ризиків по зовнішньоторгівельним операціям є важливим етапом прогнозування результату.

Ризик – це вибір дій, які необхідно здійснити, за умови нестачі інформації. Об'єктивність ризику в економічній сфері ґрунтується на тому, що він існує внаслідок об'єктивних, притаманних економіці категорій конфліктності, невизначеності, розпливчастості, відсутності вичерпної інформації на момент оцінювання і прийняття управлінських рішень.

При імпорті кераміки підприємство стикається із такими ризиками як: банківський ризик, пов'язаний із втратами, що можуть виникати через його недостатню фінансову надійність, неналежну організацію управління банком; валютний ризик – загроза втрат у результаті зміни курсів валют під час виконання контракту; ризик неплатежу, ризик невиконання контракту.

Зовнішньоекономічна діяльність є істотним фактором мінімізації ризиків ЗЕД на підприємстві. Ефективна зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «Епіцентр-К» сприяє зміцненню імпортного потенціалу країни, підвищенню конкурентоспроможності українських кераміки на світових ринках, формуванню раціональної структури імпорту, залученню іноземних інвестицій, сучасному переобладнанню підприємства тощо. Тому здійснення систематичної оцінки ефективності ЗЕД дозволяє підприємству своєчасно виробити відповідні заходи щодо її покращення.

Можливі наступні протиризикові заходи, які дозволять знизити рівень ризику. Диверсифікація – це розподіл ризиків між учасниками проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі. Розподіл ризиків є ефективним способом їх зниження, якщо можна зробити відповідальним за конкретний ризик того учасника проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі, який володіє можливістю точніше і якісніше розрахувати і контролювати даний ризик.

Метод зниження ризику резервування передбачає створення резервного фонду грошових коштів, які можуть бути витрачені на оплату непередбачених витрат. Досвід зарубіжних компаній в галузі ризикозахищеності вказує допустимий діапазон, в межах якого може змінюватись вартість проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі, від 7 до 12%. Для фінансування цих форс-мажорних витрат має бути створений резервний фонд. Створення резервного фонду передбачає встановлення співвідношення між можливими ризиками зміни витрат по проекту підвищення якості ризик-менеджменту

реалізації імпорту кераміки з Польщі, і розміром витрат, які можуть виникнути у зв'язку із невиконанням плану реалізації проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі. Наступним методом зменшення впливу ризиків є страхування. Цей метод передбачає передачу частини ризику страхової компанії. В залежності від обраного способу управління ризиками розрізняють різні джерела фінансування ризиків: власні кошти підприємств, у тому числі статутний фонд і резерви, що формуються з прибутку; зовнішні джерела (кредити, дотації, позики); страхові фонди.

Підсумковим документом на етапі планування ризиків є план реагування на ризики. Для нашого проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі план проти ризикових заходів приведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Протиризові заходи проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі в ТОВ «Епіцентр-К»

Код ризику	Ризик	Стратегія	Заходи	Відповідальний
1.1	Незацікавленість генерального директора компанії «Епіцентр-К»	Зниження	Спільна розробка концепції менеджером проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі та ініціатора, узгодження концепції на кожному етапі її розробки	Менеджери відділу ЗЕД
2.1	Відсутність інвестора	Прийняття	Створення резервного фонду у бюджеті проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі, фінансування з інших джерел	Ініціатор проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі
2.2	Затягування строків інвестування			
2.3	Не затверджено бюджет проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі	Прийняття	Пошук альтернативних постачальників/виконавців, зниження вартості проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі	Менеджери відділу ЗЕД
3.1	Несвоєчасний найм потрібних спеціалістів	Зниження	Формування кадрового резерву до найму та під час найму персоналу (співбесід)	Менеджери відділу ЗЕД
3.2	передчасне звільнення персоналу	Зниження		
3.3	Несвоєчасне отримання	Прийняття		

	фінансування на фазі виконання проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі		бюджеті проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі, фінансування з інших джерел	підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі
3.4	Несвоєчасне укладання угод із постачальниками ресурсів (офіс, обладнання, меблі)	Прийняття	Пошук альтернативних постачальників/виконавців, зниження вартості проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі	Менеджери відділу ЗЕД
3.5	Ускладнення в роботі команди, неможливість дійти консенсусу по певним пунктам законодавчих актів	Зниження	Проведення нарад, звітування членів команди, постановка чітких цілей, мотивація команди	Менеджери відділу ЗЕД
4.1	Супротив змінам при імплементації законодавчих документів з боку органів влади	Зниження	Регулярне звітування, контроль за виконанням цілей та вимог інвестора, обґрунтування доцільності проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі.	

Джерело: складено автором

До ключових проблем реалізації імпорту кераміки з Польщі можна віднести відсутність команди на початковому етапі проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі, велика завантаженість менеджера проекту підвищення якості ризик-менеджменту реалізації імпорту кераміки з Польщі.

Прейдемо безпосередньо та розглянемо умови аналізованої імпортової операції (таб.3.4) та структуру витрат (таб.3.5).

Таблиця 3.4

Вихідні умови для розрахунку ефективності імпортової операції на закупівлю кераміки з Польщі

Найменування товару	кераміка
Країна-експортер	Польща
Ціна за одиницю	141,92 євро
Загальна кількість	50000 м ²
Умови постачання	FCA Варшава
Курс НБУ (станом на 13.01.2023)	39,36
ПДВ	Згідно з законодавством (20%)
Ставка мита	ЄАВТ – 0%; ЄС – 0%
Акцизний податок	-
Вартість за одиницю, м ² при реалізації на ринку України	7976 грн

Джерело: побудовано автором.

**Структура витрат для розрахунку ефективності імпортової операції
на закупівлю кераміки**

Витрати	Структура (у % до фактурної вартості)
Витрати на страхування товару	3%
Витрати на навантаження товару на основний транспорт	1,1%
Витрати на транспортування товару до кордону країни імпорту	8%
Витрати на транспортування товару з кордону країни імпорту на склад підприємства-імпортера та розвантаження товару на склад підприємства-імпортера	4%

Джерело: побудовано автором.

Розрахунок ефективності імпортової операції по постачанню кераміки з Польщі (компанія «Europages») в Україну (ТОВ «Епіцентр-К») для подальшої реалізації на внутрішньому ринку:

1. Фактурна вартість = $141,92 \text{ євро} * 50000 \text{ м}^2 = 7096000 \text{ євро}$.

$7096000 * 39,36 = 279298560 \text{ грн}$

2. Польща входить до складу ЄС – ставка мита нульова

3. Митна вартість з урахуванням умов Інкотермс FCA Варшава = $279298560 \text{ грн} + 279298560 \text{ грн} * (3\% + 1,1\% + 8\%) = 279298560 \text{ грн} + 279298560 \text{ грн} * 12,1\% = 279298560 \text{ грн} + 33795125,8 = 313093685,8 \text{ грн}$

4. Витрати на ПДВ = $313093685,8 \text{ грн} * 20\% = 62618737,2 \text{ грн}$

5. Кераміка не є об'єктом акцизного оподаткування

6. Витрат на території України включають витрати на транспортування з кордону країни імпорту на склад підприємства-імпортера та витрати на розвантаження товару на склад підприємства-імпортера.

Витрати на території України = $279298560 \text{ грн} * 4\% = 11171942,4 \text{ грн}$

Загальні витрати по операції (ІЩК) = $313093685,8 \text{ грн} + 62618737,2 \text{ грн} + 11171942,4 \text{ грн} = 386884365,4 \text{ грн}$

Дохід від реалізації продукції = $50000 \text{ м}^2 * 7976 \text{ грн} = 398800000 \text{ грн}$.

Коефіцієнт еф-ті операції = $398800000 \text{ грн} / 386884365,4 \text{ грн} = 1,03$

Варто відзначити, що розрахований коефіцієнт ефективності запропонованої угоди із імпорту кераміки в розмірі 1,03 не є великим. Проте

в загальному обсязі операції отримано достатньо виликі доходи щодо даного виду товару. Тому запропонований зовнішньоекономічний контракт із імпорту кераміки з Польщі до ТОВ «Епіцентр-К» (Україна) можна вважати ефективним і продовжувати ще вдосконалювати схему операції за для зростання ефективності в майбутньому.

Отже, для вирішення проблем реалізації імпорту кераміки з Польщі необхідно дотримуватись календарного плану, застосовувати інструменти тайм-менеджменту для ефективної роботи згідно з планом. Протидія ризикам ЗЕД вимагає задоволення інформаційних потреб суб'єктів ЗЕД щодо організації діяльності, обліку, звітування, сплати податків і митних платежів та формувати ще більш ефективні імпорتنі схеми.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

Проведено оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К». ТОВ «Епіцентр-К» – мережа торговельних центрів в Україні, заснована 2003 року. Національна мережа торгових центрів «Епіцентр» – лідер з роздрібною торгівлі в Україні. Варто відзначити, що у 2018-2019 рр. ТОВ «Епіцентр-К» вело прибуткову діяльність (чистий прибуток склав 2960712 тис. грн. у 2018 р., 3602109 тис. грн. у 2019 р. та 3171204 тис. грн у 2020 р.). У 2020 р., порівняно з 2018 р., відбулося поліпшення фінансового стану підприємства (чистий прибуток підприємства збільшився на 210492 тис. грн або на 7,11%).

Проаналізовано імпорту діяльність ТОВ «Епіцентр-К». Упродовж 2018-2021 рр. відбулося зростання імпорту в ТОВ «Епіцентр-К» на 3000000 тис. грн або на 171,43%, кількість контрагентів за імпортною діяльністю підприємства скоротився на 200 шт. або на 27,59%. У 2021 р., порівняно з 2018 р., відбулося зростання кількості імпортних операцій у ТОВ «Епіцентр-К» на 18,18%. У географічній структурі імпорту продукції в ТОВ «Епіцентр-К» за 2021 рік найбільша частка належить продукції, яка була імпортована з Китаю (875000 тис. грн).

Визначено основні тенденції розвитку світового ринку кераміки. Через пандемію COVID-19 розмір світового ринку кераміки оцінюється в 45020 мільйонів доларів США в 2022 році, а до 2028 року прогнозується скоригований розмір 64 630 мільйонів доларів США з CAGR 6,2% протягом періоду огляду. У 2022 році світовий ринок кераміки оцінювався в 239,53 мільярда доларів США, і очікується, що з 2023 до 2030 року він зростатиме на 5,2% у середньому на рік. Зростання будівельної галузі, де кераміка широко використовується для виробництва плитки, сантехніки та цегли, як

очікується, рухатимуть ринок протягом наступних років. Останнім часом техніки та методи внутрішнього декору вдома змінилися в усьому світі, що вплинуло на застосування кераміки в будівництві. Сантехнічні вироби, такі як унітази, раковини, ванни та душові піддони, входять до сантехніки для ванних кімнат і виготовляються з глини та каоліну з додаванням кварцу та польового шпату перед фарбуванням. У результаті виходить надзвичайно міцний, пружний матеріал, який легко очищається, має гарну зносостійкість і хімічну стійкість.

Досліджено ринок кераміки України. Ринок керамічної плитки в Україні хоча і є досить перспективним, значною мірою залежить від обсягів житлового будівництва у країні. Варто відзначити, що суттєвий вплив перманентної кризи в Україні, починаючи з 2008 року і до сьогодні, проявився в проблемах з фінансуванням проектів, спричинених погіршенням доступу позичальників до кредитних ресурсів. Раніше компанії мали декілька джерел фінансування будівельних проектів – власні кошти, кошти від продажу нерухомості на етапі будівництва та залучені кошти (переважно кредити банків); з 2009 року основним джерелом подальшого фінансування робіт стали кошти власників проекту. Згодом і це джерело фінансування було вичерпано. І сьогодні, в умовах подальшої кризи, для збереження галузі фінансування здійснюється переважно за рахунок державних і регіональних цільових програм та коштів внутрішніх інвесторів. Відповідно, зменшення обсягів будівельних робіт призвело до зниження попиту на будівельні матеріали, що призвело до зменшення обсягів їх виробництва. Тим не менш, аналіз ситуації на ринку будівельної кераміки в Україні показує, що сьогодні сектор промисловості будівельної кераміки має досить великий сегмент сучасних стінових і оздоблювальних матеріалів – великоформатних пористих блоків і керамічного клінкеру для облицювання фасадів. Найближчим часом потужності з виробництва великоформатних керамічних блоків будуть тільки збільшуватися, замінюючи неякісну «звичайну» цеглу.

Обґрунтовано організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі. За результатами розрахунку конкурентного листа, ми отримали середню ціну на ринку на дану продукцію, яка дорівнює 141,92 дол. США. Дана ціна є оптимальною, дозволяє підтримати конкурентоздатність товару з Польщі. З метою розширити свою присутність на ринках Польщі та укласти імпортерний контракт для постачання кераміки в Україну.

Здійснено прогнозну оцінку результативності імпорту ТОВ «Епіцентр-К» кераміки з Польщі. Реалізація цього проекту дасть можливість розширити імпорт і підвищити показники його ефективності. Варто відзначити, що розрахований коефіцієнт ефективності запропонованої угоди із імпорту кераміки склав 1,03. Запропонований зовнішньоекономічний контракт із імпорту кераміки з Польщі до ТОВ «Епіцентр-К» (Україна) можна вважати ефективним і продовжувати ще вдосконалювати схему операції за для зростання ефективності в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI (поточна редакція від 01.01.2017, підстава 1771-19, 1796-19). Відомості Верховної Ради України. 2012. № 44-45, № 46-47, № 48. Ст. 552.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2012 № 2755-VI. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2013. № 13-14, № 15-16, № 17. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Цивільний кодекс України: закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40. Ст. 356.
4. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII. Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, N 29, ст. 377 . URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
5. Про Митний тариф України : Закон України від 19.09.2013 № 584-VII (поточна редакція від 10.11.2016, підстава 1645-19). Відомості Верховної Ради. 2014. № 20-21. Ст. 740.
6. Про підприємництво : Закон України від 07.02.1991 року № 698-XII (поточна редакція від 05.04.2015, підстава 191-19). Відомості Верховної Ради УРСР. 1991. № 14. Ст. 168.
7. Задников С. А., Пеляшенко К. Ю. Грецький керамічний імпорт Циркунівського городища. Давнина. Харківський історико-археологічний щорічник. 2018. № 15. С. 166-180.
8. Котуранова Т. В., Котенко А. В. Стан та перспективи розвитку ринку керамічних матеріалів. Економічний простір. 2022. № 161. С. 43-48.
9. Antybakterialna keramichna plytka. URL: <http://kerama-center.com.ua/9-news/144-antibacterialnaya-plitka.html>
10. Zhuk I. M. (Ed.) (2016). Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2015 rik. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 575 p.
11. Electrical And Electronics Ceramics Global Market Report 2022: Ukraine-Russia War Impact. URL:

<https://www.researchandmarkets.com/reports/5697613/electrical-and-electronics-ceramics-global-market>

12. Ceramics Global Market Report 2022 – By Type (Traditional, Advanced), By End-User (Building And Construction, Industrial, Medical), By Application (Tiles, Sanitary Wares, Abrasives, Pottery, Bricks and Pipes, Other Applications) – Market Size, Trends, And Global Forecast 2022-2026. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/ceramics-global-market-report>

13. Krayinnyi zvit Ukrainy (2020). Country report of Ukraine. URL: <http://ceramic.com.ua/cer-country-report-ukraine/>

14. Kharakterytyka budivelnykh materialiv. Characteristics of building materials. URL: https://blokbud.lviv.ua/pinobloku_harakterystyka.html

15. Plytka v chokoladi Tile in chocolate, Business (Ukraine). URL: <https://www.pressreader.com/search?query=керамічна%20плитка&languages=ru&groupBy=Language&hideSimilar=0&type=1&state=1>

16. Shevetovskij V. V. Keramicheskaja plita, proizvodstvo, jek-sport, import, syrevye vozmozhnosti Ukrainy. Prezentatsiya. Budi-velna keramika 2016: mater. konferentsii. URL: http://www.ceramic.com.ua/conf_svb/

17. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: http://ukrexport.gov.ua/ukr/econ_spivirob/?country=usa

18. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

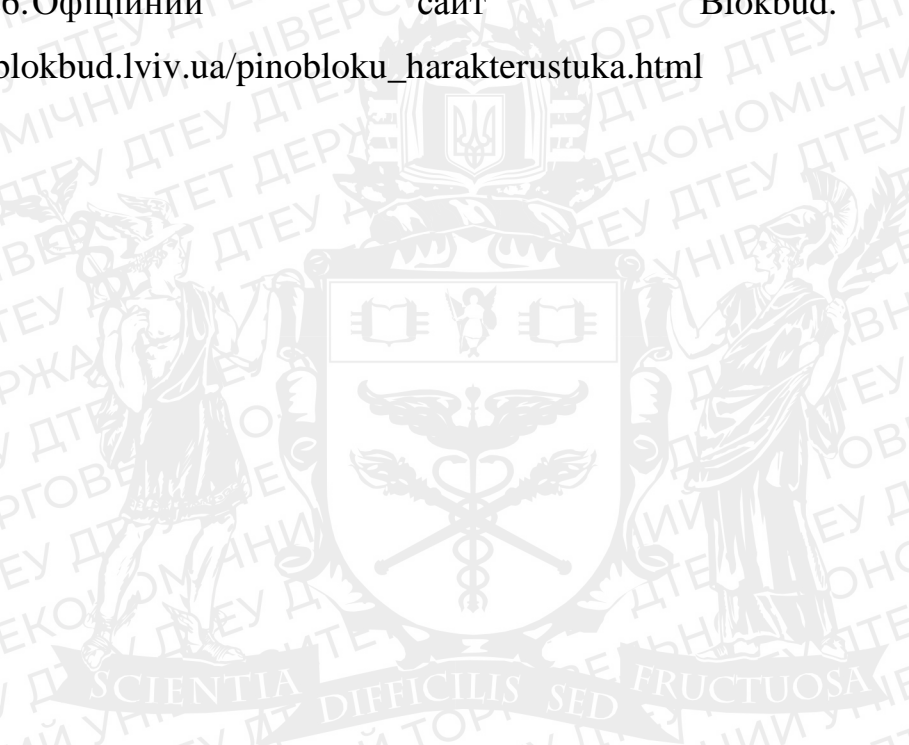
19. Офіційний сайт ТОВ «Епіцентр-К». URL: https://epicentrk.ua/about_company/

20. Офіційна звітність щодо імпорту в ТОВ «Епіцентр-К». URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8803391&tb=external-economies>

21. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/06/Arch_git_zb.htm

22. Офіційний сайт Української асоціації кераміки. URL: <http://www.ceramic.com.ua>

23. Офіційний сайт statista. URL:
<https://www.statista.com/statistics/1049653/pottery-leading-exporters-worldwide/>
24. Офіційний сайт Ceramics Market Size. URL:
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/ceramics-market>
25. Офіційний сайт Trends in Ceramic Industry 2023 Price List. URL:
<https://aradbranding.com/en/trends-and-price-increase-in-ceramic-tile-market/>
26. Офіційний сайт Blokbud. URL:
https://blokbud.lviv.ua/pinobloku_harakterustuka.html



ДОДАТКИ

Додаток А

ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»
Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року
Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

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

Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	12 300 000	14 542 267
Неоплачений капітал	1425		0
Вилучений капітал	1430		0
Усього за розділом I	1495	12458 610	14 700 877

II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	910 000	2 008 688
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	256 738
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	910 000	2 265 426
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	776 000
товари, роботи, послуги	1615	13 454 053	14 514 081
розрахунками з бюджетом	1620	180 545	273 257
у тому числі з податку на прибуток	1621	130 000	215 457
розрахунками зі страхування	1625	62528	24 716
розрахунками з оплати праці	1630	140 000	160 208
Поточні забезпечення	1660	250 620	509 245
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1891166	3 667 811
Усього за розділом III	1695	16 754 912	19 925 318
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1700		0
	1900	30 126 522	36 891 621

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.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	12 543	32 720
первісна вартість	1001	44 846	73 004
накопичена амортизація	1002	32 303	40 284
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 869 460	3 692 156
Основні засоби	1010	12 304 648	15 231 712
первісна вартість	1011	17 210 534	21 335 058
знос	1012	4 905 886	6 103 346
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	1 755 267	3 129 633
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	68 629	23 116
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	16 010 547	22 109 337
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 885 925	15 389 033
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 467 824	2 182 479
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	0	1

у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 381 455	3 859 492
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	921 054	642 802
Витрати майбутніх періодів	1170	7 322	5 399
Інші оборотні активи	1190	217 473	336 837
Усього за розділом II	1195	20 881 053	22 416 054
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	21	0
Баланс	1300	36 891 621	44 525 391
Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14 542 267	17 688 086
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	2 008 688	4 142 910
Інші довгострокові зобов'язання	1515	256 738	312 170
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	2 265 426	4 455 080
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	767 497
товари, роботи, послуги	1615	14 514 081	16 290 054
розрахунками з бюджетом	1620	273 257	326 833
у тому числі з податку на прибуток	1621	215 457	244 727
розрахунками зі страхування	1625	24 716	17 379
розрахунками з оплати праці	1630	160 208	137 988
Поточні забезпечення	1660	509 245	539 038
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3 667 811	4 144 753
Усього за розділом III	1695	19 925 318	22 223 615
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	36 891 621	44 525 391

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

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

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

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	3 602 109	2 960 712

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	887 499	750 000
Витрати на оплату праці	2505	4 711 766	3 950 230

Відрахування на соціальні заходи	2510	952 162	805 124
Амортизація	2515	1 096 995	602 365
Інші операційні витрати	2520	2 581 842	1 806 236
Разом	2550	10 230 264	7 913 955

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2020 рік Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

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

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
---------------------------------------	------	---	---

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

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Найбільші вітчизняні виробники керамічної плитки

Назва	Місто / регіон	Частка в загальному об'ємі випуску, у %	
		2020 р.	2021 р.
Атем, ТОВ	Київ	30,3	28,5
Голден Тайл, ТОВ	Харків	30,0	28,0
Церсаніт Інвест, ТОВ	Житомирська обл.	19,7	18,1
ІнтерКерама, ЗАТ	Дніпропетровська обл.	12,9	12,0
Епіцентр, ПрАТ	Закарпатська обл., Київська обл.	2,6	9,0
Зевс Кераміка, АТ	Донецька обл.	4,3	4,0
Інші виробники		0,2	0,2

Джерело: побудовано автором на основі [22].

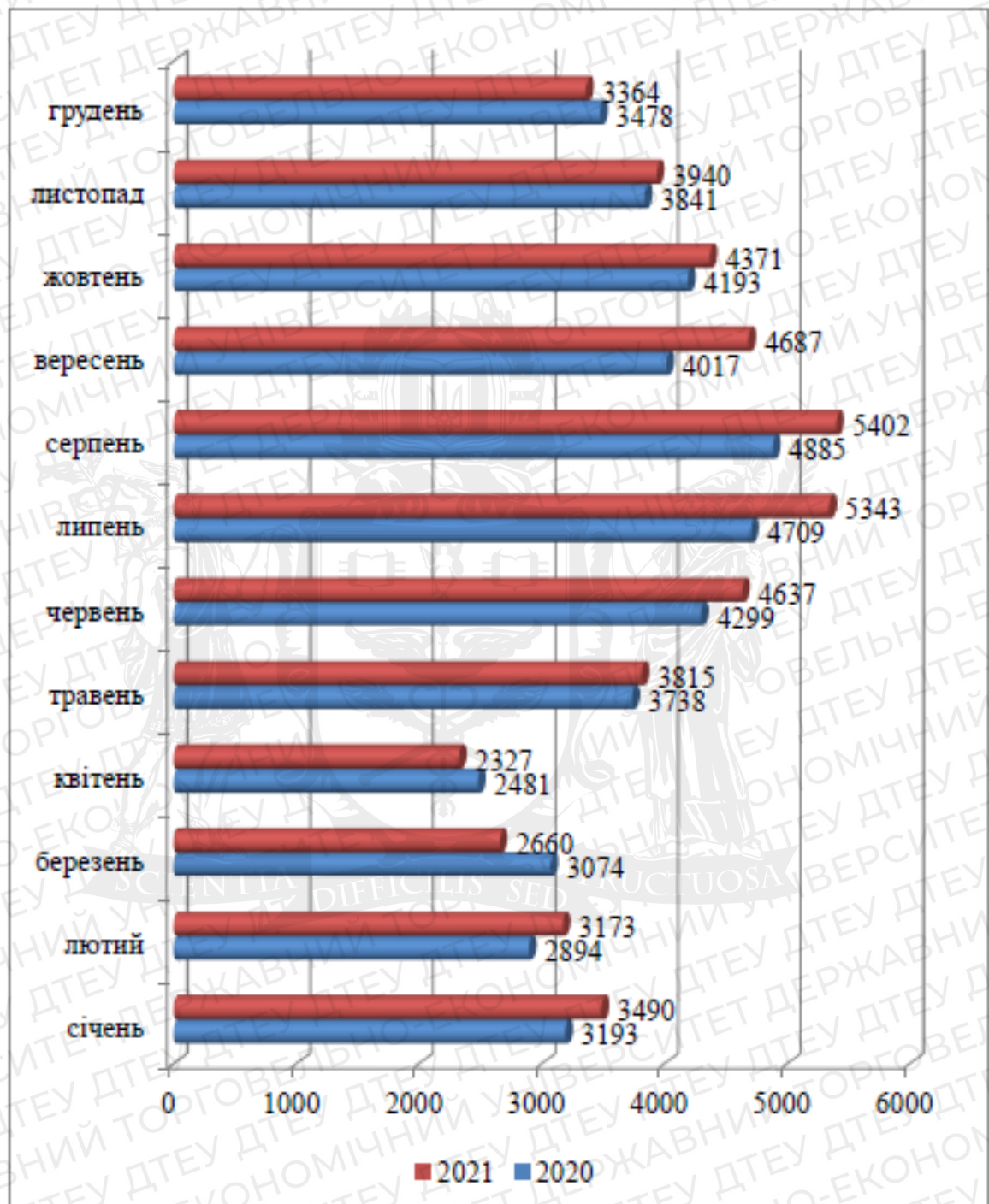


Рисунок Д.1. Сезонні коливання ринку керамічної плитки в Україні, тис. м²

Джерело: побудовано автором на основі [21].

КОНТРАКТ № 12-3
Київ, Україна 18.05.2022 р.

1. СТОРОНИ ДОГОВОРУ

Товариство з обмеженою відповідальністю «Епіцентр-К», надалі – **ПОКУПЕЦЬ** в особі Генерального директора Михайлишина Петра Йосипович, який діє на підставі Статуту, та Компанія «Europages», Польща, в особі Генерального директора Явного Владислава, який діє на підставі Статуту компанії, що надалі іменується **ПРОДАВЕЦЬ** які сукупно іменуються **СТОРОНИ**, уклали даний Контракт про наступне:

2. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

2.1. Згідно із запропонованим зовнішньоекономічним контрактом, продавець зобов'язується передати у власність покупцеві, а покупець зобов'язується прийняти у власність від продавця на умовах FCA Варшава (згідно з Правилами ІНКОТЕРМС-2020) кераміку. Країна походження товару – Польща. Товар за даним контрактом поставляється з Польщі.

3. ВАРТІСТЬ, КІЛЬКІСТЬ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ.

Замовник замовляє, а ТОВ «Епіцентр-К» постачає кераміку.

3.1. Загальна вартість кераміка становить 141,92 євро за 1 м². Умови постачання FCA Варшава.

3.2. Обсяг продажу кераміки: 50000 м².

3.3. Умови оплати: 100% попередня оплата вартості робіт здійснюється протягом 5 (п'яти) банківських днів у формі банківського переказу.

4. ПОСТАВКА

4.1. Термін поставки 2 тижні з моменту оплати.

4.2. Поставка частинами дозволяється протягом терміну, вказаному в п.4.1.

4.3. Датою поставки вважається дата підписання Акту здачі-приймки кераміки.

5. ФОРС-МАЖОР

В разі виникнення форс-мажору, а саме стихійних лих, пожеж, війн, страйків, військових дій, громадських заворушень, змін законодавства, ембарго, але не обмежуючись ними, Сторона, яка неспроможна виконати будь-які умови цього Договору, повідомляє про це іншу Сторону і звільняється від відповідальності за таке невиконання. Якщо форс-мажор триває більше одного місяця Сторони домовляються про продовження дії цього Договору.

6. ГАРАНТІЇ

Компанія «Europages» дає гарантію, що кераміка буде якісною, відповідно до сертифікатів якості.

7. ЗАГАЛЬНІ УМОВИ

7.1. Всі відносини між Сторонами цього Договору є предметом регулювання законів України.

7.2. Зміни та доповнення до цього Договору вносяться тільки в письмовій формі.

8. ВІДПОВІДНІСТЬ СТОРІН ТА ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

8.1. Усі спори, які можуть виникнути за цим Договором або у зв'язку з ним, Сторони будуть вирішувати шляхом переговорів.

8.2. Якщо Сторони не зможуть вирішити такі спори шляхом переговорів, то вони підлягають розгляду в арбітражному суді України відповідно до чинного законодавства України.

9. САНКЦІЇ ТА РЕКЛАМАЦІЇ

9.1 За невиконання зобов'язань, передбачених цим контрактом, кожна з винних сторін несе майнову відповідальність у розмірі фактично понесених іншою Стороною збитків.

9.2 За умов не постачання Товару в обумовлені строки Продавець компенсує Покупцю штраф у розмірі 0,1% за кожен день затримки.

9.3 За умов затримки сплати за Товар Покупець компенсує Продавцю штраф у розмірі 0,1% за кожен день затримки від несплаченої суми.

9.4 Загальна сума штрафу не повинна перевищувати 12% загальної вартості цього Контракту.

10. АРБІТРАЖ

10.1 Усі суперечки і розбіжності, що можуть виникнути з цього контракту чи в зв'язку з ним, підлягають вирішенню в арбітражному порядку в Міжнародному комерційному арбітражному суді при Торгово-промисловій палаті України в м. Києві відповідно до Правил проведення справ у зазначеному суді.

10.2 Правом, що регулює цей контракт є майнове право України.

10.3 Суд складається з одноособового арбітра, що обирається Позивачем.

10.4 Місце засідань суду м. Київ. Мова Арбітражного розгляду – англійська.

10.5 Рішення арбітражу вважаються остаточним і обов'язковими для обох сторін.

11. СТРОКИ ПОСТАВКИ.

11.1 Поставка здійснюється у строки до 01.06.2022 року.

11.2 Продавець має повідомити Покупця про дату ймовірного відвантаження товару не пізніше як за 7 днів до відвантаження.

11.3 Дострокова поставка можлива за узгодження Сторін.

12. ІНШІ УМОВИ

12.1 Даний Контракт підписаний у двох примірниках, один для Покупця, інший для Продавця, при чому кожен з них має однакову юридичну силу.

12.2 Контракт вступає в силу в момент підписання обома Сторонами і діє до виконання його умов.

12.3 Мова Контракту – українська.

Цей Контракт укладено у двох примірниках українською та англійською мовами. Обидва переклади є автентичними і тотожними.

ПРОДАВЕЦЬ	ПОКУПЕЦЬ
Явний Владислав	Михайлишин Петро Йосипович
Компанія «Europages»	ТОВ «Епіцентр-К»
Адреса: Porcelanowa 23 B, 40-246 Katowice, Польща	Адреса: Україна, 04128, м. Київ, вул. Берковецька, будинок 6-К