

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТНИХ ПОСТАВОК НОУТБУКІВ
(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Студента 4 курсу, 1 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Кропивки
Олексія
Вікторовича

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного
менеджменту

Демків
Юлія
Михайлівна

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

П'янкova
Оксана
Василівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Спеціальність, освітня програма 073 Менеджмент

Затверджую

Зав. кафедри _____

«__» _____ 20__ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентові

Кропивка Олексій Вікторович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

Організація імпорتنих поставок ноутбуків (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Затверджена наказом ДТЕУ від «12» 01 2023 р. №38

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

22 травня 2023

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи. Формування ефективної організації імпортного постачання ноутбуків на базі ТОВ «Епіцентр К»

Об'єкт дослідження. Процес організації імпортної діяльності ТОВ «Епіцентр К».

Предмет дослідження. Практичні аспекти організації імпорту ноутбуків на ТОВ «Епіцентр К»

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

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 імпортої діяльності ТОВ «Епіцентр К»

2.Обґрунтування вибору країни-контрагента для організації імпортих поставок ноутбуків

2.1 Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку ноутбуків

2.2. Дослідження ринку ноутбуків України

3.Реалізація управлінського рішення щодо імпортих поставок ТОВ «Епіцентр К» ноутбуків

3.1 Організаційне забезпечення здійснення імпортих поставок ноутбуків

3.2. Прогнозована оцінка результативності імпортих поставок ТОВ «Епіцентр К» ноутбуків

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 грудня	15 грудня
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	до 1 лютого	1 лютого
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 15 березня	15 березня
4	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 10 квітня	10 квітня
5	Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 05 травня	05 травня
6	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові	до 15 травня	15 травня
7	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 22 травня	22 травня
8	Перевірка випускної кваліфікаційної роботи на унікальність	до 22 травня	22 травня
9	Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії	за окремим графіком	
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії	за окремим графіком	

6. Дата видачі завдання « _____ » _____ 20__ р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Демків Юлія Михайлівна

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми П'янкова Оксана Василівна

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Кропивка Олексій Вікторович

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Автором обрано актуальну тематику та наведено поглиблене дослідження питання організації імпорту ноутбуків. Аналіз етапів та загального розвитку міжнародного та регіонального ІТ-ринку демонструє поглиблений інтерес до роботи, що був би більш комплексним з дослідженням цінової, регуляторної політик опрацьованого товарного сегменту. Безпосередня оцінка готовності до ефективного забезпечення імпортової операції ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» доволі об'єктивна з позиції характеристики та аналітики, відповідно до основного комплексу дослідження та за вимогами масштабування, цільової реалізації проекту. Доцільно було б для наочності сформулювати більш поглиблений логічно-об'єктивний формат оцінки умов (у т. ч. на базі деталізації Контракту), схеми виконання проекту імпорту з Тайваня.

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

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

_____ (підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

_____ Кропивки О.В

_____ (прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____

_____ (підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

_____ (підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 20 _____ р.

АНОТАЦІЯ

Кропивка О.В «Організація імпорتنих поставок ноутбуків (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)».

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» освітньою програмою «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2023. Випускна кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорتنих поставок ноутбуків, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку ноутбуків, обґрунтування вибору країни-контрагента для реалізації імпортного потенціалу, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності імпортової операції.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, імпорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, ноутбуки, країна-контрагент.

SUMMARY

Kropyvka O.V. " Organization of import deliveries of laptops (based on the materials of Epicenter K LLC, Kyiv)".

Graduation qualification work in the specialty "Management" with educational program "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2023. The final qualification work is devoted to the practical aspects of the organization of import deliveries of laptops, which includes: research on the functioning of the enterprise subject to the ZED, analysis of the world laptop market, justification of the choice of a counterparty country for the realization of import potential, the implementation of management decisions on imports through organizational support and predictive assessment of the effectiveness of the import operation.

Keywords: foreign trade entity, import, management decision, organizational support, laptops, counterparty country.

Зміст

Вступ.....8

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

- 1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»..... 10
- 1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»..... 22

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТНИХ ПОСТАВОК НОУТБУКІВ

- 2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку ноутбуків...31
- 2.2. Дослідження ринку ноутбуків України..... 40

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТНИХ ПОСТАВОК ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» НОУТБУКІВ

- 3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпортних поставок ноутбуків..48
- 3.2. Прогнозована оцінка результативності імпортних поставок ТОВ «Епіцентр К» ноутбуків.....55

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....61

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....63

ДОДАТКИ.....69

Вступ

Актуальність теми. Сучасний процес глобалізації сприяє відкритості національних економік та відповідно активізує зовнішньоекономічні відносини між країнами. Тому зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це дуже важливий аспект на шляху розвитку діяльності підприємств та економіки України в цілому. Сутність імпорتنих операцій, як складової ЗЕД, полягає у закупівлі і ввезенні іноземних товарів для реалізації їх на внутрішньому ринку країни імпортера або виробничого споживання підприємством-імпортером, що є безумовно важливим для розвитку економіки та стабілізації країни. У сучасних умовах імпорт впливає не лише на загальну економіку, але й на підприємства, які здійснюють імпорتنі операції. Важливо зазначити, що імпорт окремих товарів, а саме ноутбуків, стає абсолютно необхідним в умовах глобального ІТ-розвитку. Ноутбуки стали необхідними пристроями для різних сфер життя, включаючи освіту, бізнес, розваги, наукові дослідження та багато іншого. Розуміння процесів та наслідків імпорту ноутбуків має практичну значущість і може сприяти ефективному прийняттю рішень в галузі економіки та розвитку суспільства. Дослідження імпорту ноутбуків ТОВ "Епіцентр К" сприятиме розумінню тенденцій та перспектив розвитку ринку ноутбуків в Україні, а також розвитку ІТ-сфери, з великим асортиментом ноутбуків для покупців вибір не буде проблемою. Це включає оцінку попиту на різні бренди та моделі, аналіз вимог споживачів та виявлення нових можливостей для розвитку цієї галузі.

Метою даної роботи є формування ефективної організації імпортного постачання ноутбуків на базі ТОВ «Епіцентр К»

Виходячи з мети, можна сформулювати певні завдання, які потребують дослідження:

- дослідити зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Епіцентр К»;

- дослідити світовий ринок ноутбуків;
- визначити основні тенденції на ринку ноутбуків в Україні;
- обґрунтувати доцільність здійснення імпоротної операції з певної країни-контрагента ТОВ «Епіцентр К»;
- проаналізувати алгоритм здійснення імпоротної операції ТОВ «Епіцентр К»;
- оцінити ефективність запропонованого імпортного контракту ТОВ «Епіцентр К» ;

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

Предметом дослідження є а практичні аспекти організації імпорту ноутбуків на ТОВ «Епіцентр К».

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження складають такі наукові методи пізнання: описовий метод, метод аналізу та синтезу, наукова дедукція та індукція, метод порівнянь, статистичний, інтуїтивний метод, метод аналогії та оптимізації.

Інформаційне забезпечення. Питання організації імпортних операцій висвітлювалися у наукових статтях вітчизняних науковців, інформаційною базою дослідження також є міжнародні та українські нормативно-правові акти, постанови Верховної Ради України, постанови Кабінету Міністрів України з питань міжнародної співпраці, статистична інформація, бухгалтерська звітність та інші матеріали, надані ТОВ «Епіцентр К».

Практична значущість. За результатами дослідження імпорту ноутбуків з Тайваню можна зробити висновок, що цей ринок є перспективним для ТОВ «Епіцентр К», та може розглядатися як постійний партнер. Проведені дослідження, їх методи та результати можуть бути використовувані в подальшій зовнішньоекономічній діяльності компанії.

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" є однією з найбільших торговельних компаній в Україні, яка займається продажем будівельних матеріалів, інструментів, товарів для дому та господарства, а також електроніки та побутової техніки. Компанія була заснована у 2003 році і на сьогоднішній день має понад 70 гіпермаркетів в Україні та Польщі. Спочатку магазини ТОВ «Епіцентр-К» працювали в форматі DIY (від англ. Do It Yourself – зроби сам). Далі з розширенням асортименту поступово стали торговими центрами. В таких центрах покупці можуть отримати вже весь асортимент непродовольчих товарів та сервісів.

Основна виробничо-господарська діяльність "Епіцентр К" полягає у продажі будівельних матеріалів, таких як цемент, штукатурка, плитка, металеві та пластикові труби, кабель, електроди, пінопласт та багато інших. Також компанія пропонує широкий вибір інструментів, включаючи ручні і електричні інструменти, свердла, шліфувальні машини, струги та інші.

У сфері товарів для дому та господарства "Епіцентр К" пропонує широкий вибір меблів, постільної білизни, кухонного посуду, різних електроприладів, таких як холодильники, пральні та посудомийні машини, телевізори, пилососи, кондиціонери та інші. Крім того, "Епіцентр К" також пропонує широкий вибір електроніки та побутової техніки, включаючи смартфони, планшети, комп'ютери, ноутбуки, фото- та відеокамери, аудіо- та відеоапаратуру, а також багато інших товарів.

Усі товари в "Епіцентрі К" представлені великим асортиментом, що дає змогу знайти необхідний товар для будь-якого клієнта. Також з 2020 року Епіцентр розвиває власний маркетплейс

Мережа гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр К» швидко розвивається. На сьогоднішній день Епіцентр є найбільшим в Україні торгово-роздрібним підприємством, що налічує 64 ТЦ «Епіцентр» та 9 гіпермаркетів «Нова Лінія» по всій Україні. Але 9 ТЦ було зруйновано російськими військами або не працюють.

За 18 років Епіцентр пройшов еволюцію від повністю будівельних гіпермаркетів до будівельно-господарських та переріс в найбільшу в Україні мережу торговельних центрів. За допомогою формату Shop-in-shop(красиво прикрашена локація в місцях торгівлі, яка служить місцем розкрутки марки або її визначеної продукції) дає змогу підприємству розширити власний асортимент та отримувати прибуток на продажі різних товарів.

Діяльність гіпермаркету «Епіцентр-К» диференційована та представлена різними напрямками представленими на рис.1.1.

- Гуртова та роздрібна торгівля будівельними матеріалами;
- Торгівля продукцією виробничо-технічного призначення;
- Торгівля товарами народного споживання;
- Надання послуг з доставки;
- Форматно-розкрійна дільниця;
- Комплектація об'єктів будівництва;
- Тюнінг дверей;
- Безкоштовне завантаження;
- Кафе.

Рис.1.1 Предмети діяльності гіпермаркетів «Епіцентр-К»

Джерело: побудовано автором на основі [1]

Структура гіпермаркету «Епіцентр-К» складається з торгових відділів неторгових відділів (рис.1.2).

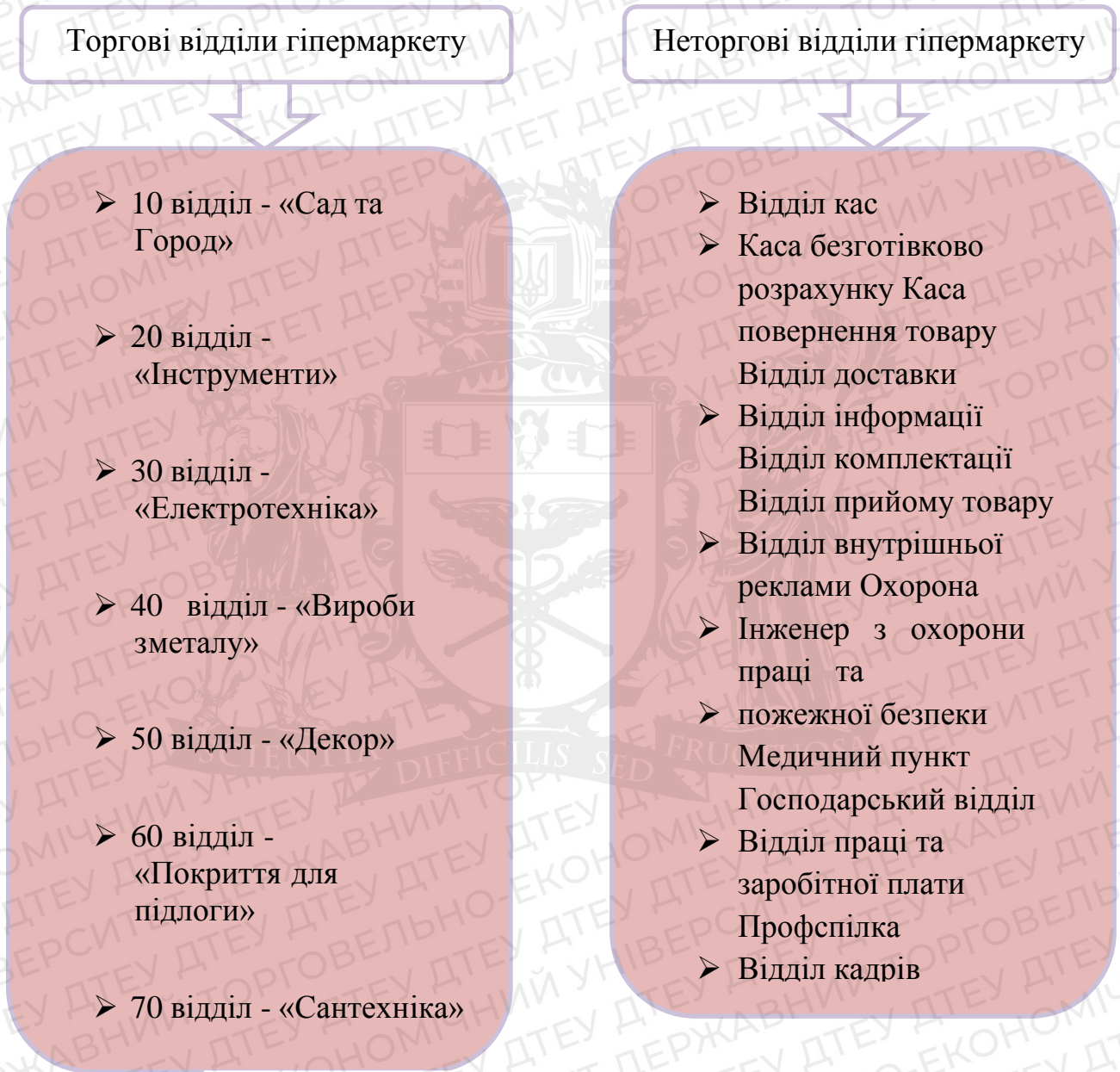


Рис 1.2. Торгові та неторгові відділи

Джерело: побудовано автором на основі [1]

Для початку проаналізуємо активи в динаміці, що покаже нам, як ТОВ «Епіцентр К» накопичує та розпоряджається власними активами

Табл. 1.1

Аналіз стану та динаміки активів ТОВ «Епіцентр К», 2018-2020 р., тис. грн.

Актив	Станом на 31.12.2018	Станом на 31.12.2019	Станом на 31.12.2020	Темпи росту, %	
				2019	2020
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи:	4870	12543	32720	2.6	2.6
первісна вартість	32540	44846	73004	1.4	1.6
накопичена амортизація	27670	32303	40284	1.2	1.2
Незавершені капітальні інвестиції	1500430	1869460	3692156	1.2	2.0
Основні засоби:	8568122	12304648	15231712	1.4	1.2
первісна вартість	11500250	17210534	21335058	1.5	1.2
знос	2932128	4905886	6103346	1.7	1.2
інші фінансові інвестиції	1750200	1755267	3129633	1.0	1.8
Відстрочені податкові активи	0	68629	23116		0.3
Усього за розділом I	11823622	16010547	22109337	1.4	1.4
II. Оборотні активи					
Запаси	13250000	13885925	15389033	1.0	1.1
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	770000	1467824	2182479	1.9	1.5
Інша поточна дебіторська заборгованість	3320100	4381455	3859491	1.3	0.9
Гроші та їх еквіваленти	690000	921054	642802	1.3	0.7
Витрати майбутніх періодів	2800	7322	5399	2.6	0.7
Інші оборотні активи	270000	217473	336837	0.8	1.5
Усього за розділом II	18302900	20881053	22416054	1.1	1.1
Баланс	30126522	36891621	44525391	1.2	1.2

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства [Додаток А]

На основі даного фінансового звіту можна зробити висновок про те, що компанія має стійкий розвиток та показує позитивні темпи зростання своїх активів протягом трьох років. Загальний темп зростання активів склав 1.2, що свідчить про те, що компанія успішно збільшує свій потенціал та ефективність діяльності.

Зокрема, значний ріст відбувся в нематеріальних активах, основних засобах та незавершених капітальних інвестиціях. Також оборотні активи також зросли протягом року. Однак, поточна дебіторська заборгованість зменшилась в порівнянні з попереднім роком.

Потрібно враховувати деякі ризики, зокрема зменшення відстрочених податкових активів та поточної дебіторської заборгованості, оскільки це може свідчити про проблеми зі сплатою податків та втрату довіри від клієнтів. Проте загальний стан компанії виглядає добре, що свідчить про успішну діяльність та перспективи подальшого зростання.

Також нам треба проаналізувати пасиви в динаміці, що дасть нам зрозуміти джерела формування активів, їх використання та кількість

Табл. 1.2

Аналіз пасивів ТОВ «Епіцентр К» та їх зміни», 2018-2020 р., тис. грн.

Показник	Станом на 31.12.2018	Станом на 31.12.2019	Станом на 31.12.2020	Темп росту, %	
				2019	2020
I. Власний капітал					
Зареєстрований (пайовий) капітал	158610	158610	158610	1.00	1.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	12300000	14542267	1769583	1.18	0.12
Усього за розділом I	12458610	14700877	12286335	1.18	0.84
Довгострокові кредити банків	910000	2008688	893477	2.21	0.44
Інші довгострокові зобов'язання	0	256738	658460		2.56
Усього за розділом II	910000	2265426	3870183	2.49	1.71
за довгостроковими зобов'язаннями	776000	776000	130671	1.00	0.17
за товари, роботи, послуги	13454053	14514081	310077	1.08	0.02
за розрахунками з бюджетом	180545	273257	15499	1.51	0.06
за у тому числі з податку на прибуток	130000	215457	244727	1.66	1.14
за розрахунками зі страхування	62528	24716	11479	0.40	0.46
за розрахунками з оплати праці	140000	160208	45930	1.14	0.29
Поточні забезпечення	250620	509245	509245	2.03	1.00
Інші поточні зобов'язання	1891166	3667811	272131	1.94	0.07
Усього за розділом III	16754912	19925318	17684259	1.19	0.89
Баланс	30126522	36891621	33840777	1.22	0.92

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства [Додаток А]

За роки 2018-2020 власний капітал компанії збільшився на 18%, що свідчить про збільшення її стійкості та потенціалу для подальшого розвитку. Однак, нерозподілений прибуток зменшився майже в 12 разів, що може свідчити про негативний вплив зовнішніх факторів на діяльність компанії у 2020 році.

Загальна сума довгострокових зобов'язань збільшилась на 171% за три роки, що може свідчити про залучення компанією додаткових ресурсів для розширення діяльності. Однак, поточні зобов'язання також значно збільшилися, але на кінець 2020 року скоротилися відносно попереднього року. Це може бути показником зменшення обсягу операцій у зв'язку зі змінами в економічному середовищі.

Усього баланс компанії збільшився на 22% за три роки, що свідчить про її стійкість та розвиток. Але, у 2020 році було зафіксовано невелике зменшення загального балансу, що може бути наслідком скорочення діяльності компанії.

Отже, компанія зберегла свою стійкість та має потенціал для подальшого розвитку, однак, необхідно звернути увагу на зменшення нерозподіленого прибутку та збільшення зобов'язань. Також, зменшення поточних зобов'язань може стати показником покращення діяльності компанії.

Проведемо дослідження фінансово-господарського стану підприємства ТОВ «Епіцентр К» для оцінки його ефективності за останні роки, як передового підприємства України.

Для цього далі проведемо ретроспективний динамічний аналіз за 2018-2020 роки фінансової діяльності підприємства і безпосередньо його результатів. Доречно для демонстративного ефекту представити дослідження базових фінансових характеристик в систематизованному табличному вигляді, що наведено нижче (табл. 1.3)

**Аналіз фінансових результатів господарської діяльності», 2018-2020 р.,
тис. грн.**

Показник	Роки			Темп росту, %	
	Станом на 31.12.2018	Станом на 31.12.2019	Станом на 31.12.2020	2019	2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	41400220	43979194	50382425	1,06	1,14
Валовий прибуток	10999640	13164443	14788755	1,19	1,12
Чистий фінансовий результат: прибуток	2960712	3602109	3171204	1,21	0,88
Сукупні активи	30126522	36891621	44525391	1,22	1,20
Чистий прибуток	9193404	10582601	11323620	1,15	1,07
Сукупний дохід	2960712	3602109	3171204	1,21	0,88

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства [Додаток А]

Проаналізувавши фінансові результати господарської діяльності підприємства за 2018-2020 можна зробити висновки:

Чистий дохід від реалізації продукції зріс з 41400220 у 2018 році до 50382425 у 2020 році, що свідчить про збільшення обсягів продажу продукції компанією. Темп росту чистого доходу з 2018 до 2019 року склав 6,8%, а з 2019 до 2020 року - 14,8%.

Валовий прибуток збільшився з 10999640 у 2018 році до 14788755 у 2020 році. Однак, темп зростання валового прибутку склав 19,9% від 2018 до 2019 року, але він зменшився на 10,3% від 2019 до 2020 року.

Чистий фінансовий результат, який відображає прибуток компанії після оподаткування та врахування витрат на фінансування, також зазнав змін. За три роки він зменшився на 11,6%, що свідчить про зменшення ефективності фінансової діяльності компанії в цей період.

Сукупні активи компанії зросли з 30126522 у 2018 році до 44525391 у 2020 році, що свідчить про збільшення обсягу бізнесу компанії. Однак, темп зростання сукупних активів склав 22,4% від 2018 до 2019 року і зменшився на 0,6% від 2019 до 2020 року.

Показник "Сукупний дохід" вказує на загальну суму грошових надходжень за рік. За даними, у 2018 році сукупний дохід становив 2960712 грн, у 2019 році він збільшився на 21,6% до 3602109 грн, але в 2020 році зменшився на 12,0% до 3171204 грн порівняно з попереднім роком.

Це може бути пов'язано з рядом факторів, таких як зміни в економічному середовищі, погіршення попиту на продукцію компанії, зміни в політиці ціноутворення тощо.

Зменшення сукупного доходу у 2020 році може бути спричинено економічними наслідками пандемії COVID-19, яка привела до скорочення попиту на товари та послуги.

Отже, можна зробити висновок, що компанія зазнала зниження свого сукупного доходу у 2020 році, але залишається успішною і збільшила свій дохід у 2019 році порівняно з 2018 роком.

Для розуміння повної картини діяльності підприємства та його ефективності в веденні бізнесу на ринку України важливо буде проаналізувати ділову активність Епіцентра, за допомогою якого ми зрозумієм, як він ефективно використовує власні фінансові ресурси (табл. 1.4)

Табл. 1.4

Аналіз ділової активності ТОВ «Епіцентр К» », 2018-2020 р., тис. грн.

Показники	2018	2019	Темп приросту, %
1. Період обороту, днів			
1.1. Всіх оборотних активів	172.73	179.7	1,04

1.2.Запасів	162.9	173.4	1,06
1.3. Дебіторської заборгованості	43.8	49.3	1,12
1.4.Кредиторської заборгованості	184.3	97.6	0,52
2. Коефіцієнт оборотності, разів			
2.1.Всіх оборотних активів	2.1	2.0	0,96
2.2.Запасів	2.2	2.1	0,94
2.3. Дебіторської заборгованості	8.3	7.4	0,88
2.4.Кредиторської заборгованості	2.0	3.7	188.9

Джерело: Розраховано автором на підставі фінансової звітності підприємства [Додаток А]

За поданими показниками видно, що період обороту всіх оборотних активів збільшився з 172.73 днів у 2018 році до 179.7 днів у 2019 році, що свідчить про збільшення часу, необхідного компанії для обертання своїх активів. З іншого боку, період обороту запасів збільшився лише на 6,4%, що може свідчити про зменшення кількості запасів або про покращення їх управління.

Показник періоду обороту дебіторської заборгованості збільшився на 12,6%, що може свідчити про погіршення якості кредитних операцій компанії. Показник періоду обороту кредиторської заборгованості зменшився на 52,9%, що може свідчити про ефективнішу роботу компанії з кредиторами.

Коефіцієнт оборотності всіх оборотних активів зменшився на 4%, що свідчить про менш ефективне використання активів компанією. Коефіцієнт оборотності запасів зменшився на 6%, що може свідчити про збільшення кількості запасів або про менш ефективне їх управління. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зменшився на 11,2%, що свідчить про менш ефективність управління кредитними операціями. Коефіцієнт

оборотності кредиторської заборгованості збільшився майже вдвічі, що свідчить про більш ефективну роботу з кредиторами.

Отже, на підставі аналізу показників можна зробити висновок, що компанія повинна звернути увагу на ефективність використання своїх оборотних активів та кредитних операцій, а також на управління.

Також одним з головних показників успішності та конкурентноспроможності є показники ліквідності та платоспроможності підприємства (табл. 1.5)

Табл. 1.5

Аналіз ліквідності підприємства», 2018-2020 р., грн.

Показники	2018	2019	2020	Темп росту, %	
1. Сума ліквідних активів, тис. грн	18302900	20881053	22416054	0,14	0,07
2. Сума швидколіквідних активів, тис. грн	4780100	6770333	6684773	0,42	0,01
3. Сума готових засобів платежу, тис. грн	690000	921054	642802	0,33	0,03
Коефіцієнт ліквідності	0,61	0,57	0,50	0,07	0,11

Джерело: Розраховано автором на підставі фінансової звітності підприємства [Додаток А]

За період з 2018 по 2020 роки спостерігався зростання ліквідних активів компанії. Однак темп росту знижувався з 14% у 2018 році до 7% у 2019 році та до 1% у 2020 році.

Швидколіквідні активи компанії також зростали з 2018 по 2019 рік, але в 2020 році відбулось незначне зниження.

Сума готових засобів платежу компанії також зросла з 2018 по 2019 рік, але в 2020 році відбулося зниження на 30%.

В цілому можна сказати, що компанія мала стабільне зростання ліквідних активів в період з 2018 по 2019 роки, але в 2020 році спостерігалось загальне зниження суми швидколіквідних активів та готових засобів платежу. Однак,

є необхідність у глибшому аналізі, щоб визначити причини цих змін (табл. 1.6).

Табл. 1.6

Показники рентабельності», 2018-2020 р.,

Показник	2018	2018	2020	Темп приросту, %	
				2019	2020
Рентабельність діяльності	0.07	0.08	0.06	1.145	0.768
Рентабельність власного капіталу	0.24	0.25	0.26	1.031	1.053
Рентабельність оборотних активів	0.162	0.173	0.141	1.066	0.820
Рентабельність операційної діяльності	0.088	0.101	0.082	1.147	0.812
Рентабельність сумарних активів	0.121	0.120	0.092	0.995	0.771
Валова рентабельність собівартості	0.362	0.427	0.415	1.181	0.973
Рентабельність операційних витрат	9.160	17.398	4.472	1.899	0.257
Чиста рентабельність витрат	0.119	0.144	0.116	1.202	0.806

Джерело: Розраховано автором на підставі фінансової звітності підприємства

[Додаток А]

Для аналізу рентабельності діяльності компанії, було проведено порівняння значень основних показників за 2018-2020 роки.

Загальна рентабельність компанії (рентабельність сумарних активів) знизилась з 2018 року до 2020 року. Це може бути зумовлено рядом факторів, таких як зменшення попиту на продукцію компанії, збільшення конкуренції на ринку, збільшення витрат на виробництво тощо.

Водночас, валова рентабельність собівартості зросла з 2018 року до 2020 року, що свідчить про збільшення валового прибутку на кожен проданий товар. Це може бути зумовлено, наприклад, зниженням витрат на виробництво, оптимізацією бізнес-процесів або збільшенням ціни на продукцію.

Рентабельність власного капіталу також зросла в період з 2018 до 2020 року. Це означає, що компанія заробляє більше на кожен інвестований долар власного капіталу. Це може бути позитивним сигналом для інвесторів і свідчити про успішність управління компанією.

Рентабельність операційної діяльності знизилась в період з 2018 до 2020 року. Це може бути зумовлено менш ефективним управлінням

компанією, збільшенням витрат на виробництво або зниженням ціни на продукцію.

Рентабельність оборотних активів також зменшилася в період з 2018 до 2020 року. Це може свідчити про менш ефективне використання оборотних активів компанією, наприклад, через збільшення запасів або зменшення швидкості обороту забезпечень.

У підприємства спостерігається зниження рентабельності у більшості показників. Особливо помітно це у рентабельності діяльності та оборотних активів, які знизилися відповідно на 25% та 18% за 2020 рік порівняно з 2019 роком.

Негативним є також зниження рентабельності операційної діяльності на 18%, що свідчить про зниження ефективності виробництва та збуту продукції.

Проте водночас збільшується рентабельність власного капіталу та валова рентабельність собівартості, що може свідчити про певну стійкість фінансової бази підприємства та успішне управління витратами.

Також можна помітити, що рентабельність операційних витрат дуже сильно зростала у 2019 році, але потім значно знизилася в 2020 році. Це може бути пов'язано зі зміною стратегії компанії, зміною ринкової ситуації або іншими факторами.

Отже, зробивши аналіз фінансових показників підприємства, можна зробити висновок про певне погіршення його фінансового стану в 2020 році порівняно з попередніми роками. Проте, наявність деяких показників, які збільшилися, свідчить про те, що підприємство все ще має потенціал для подальшого розвитку та вдосконалення своєї діяльності.

Проаналізувавши всі попередні дані про фінансову діяльність ТОВ «Епіцентр К» можна дійти до висновка, що за 2018-2020 компанія успішно розвивається та має позитивні тенденції, щодо подальшого розвитку. За показниками ми бачимо, що підприємство тільки нагромаджувало свої активи за 2018-2019 та за деякими показниками в 2020 був невеликий спад,

що спричинено пандемією, меншим товарообігом та закриттям кордонів, проте тенденції до розвитку все ще високі.

1.2 Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

Зовнішньоекономічна діяльність – це експорт та імпорт товарів. ТОВ «Епіцентр К» є компанією, що імпортує товари задля подальшої реалізації його на ринку України. Також компанія з 2019 року почала виробництво власних товарів, а саме плитки керамічної та керамограніту, якість якої дозволяє їй конкурувати на світовому ринку, 60% виготовленої продукції ТОВ «Епіцентр К» експортує на зовнішні ринки, а саме в Польщу, Голландію, Бельгію, Швейцарію, Угорщину, Німеччину, Литву, Естонію, Таджикистан та Туркменістан.

За допомогою власного автопарка в компанії не викликають труднощі питання логістики, як в країні, так і поза межами неї. Підприємство побудувало власний логістичний центр «Калинівка» площею 100 тис.кв.м., що дає їй змогу пришвидшити поставки товарів у власні магазини.

Що стосується імпорту товарів, то за 2018-2019 рік ТОВ «Епіцентр К» продовжувало активно імпортувати різноманітні товари з країн світу. Згідно зі звітами компанії, у 2018 році загальний обсяг імпорту становив більше 5,5 млрд грн, у 2019 році цей показник збільшився до 6,3 млрд грн, що свідчить про зростання імпоротної діяльності компанії на 14,5%.

Структура імпортних поставок ТОВ «Епіцентр К» за цей період також змінювалася. За даними компанії, у 2018 році найбільше імпортувалися

будівельні матеріали, обладнання та інструменти, а також товари легкої промисловості та продукти харчування. У 2019 році ситуація змінилася, і компанія найбільше імпортувала будівельні матеріали, товари для дому, електроніку та інші товари.

За регіонами походження товарів, у 2018-2019 роках основними країнами-постачальниками для ТОВ «Епіцентр К» були Китай, Туреччина, Польща, Німеччина, Італія, Франція, США, Корея, Канада, Іспанія, Чехія, Тайвань, Японія.

Проаналізувати обсяг імпорту з певної країни до повного обсягу можна за даними рисунками:

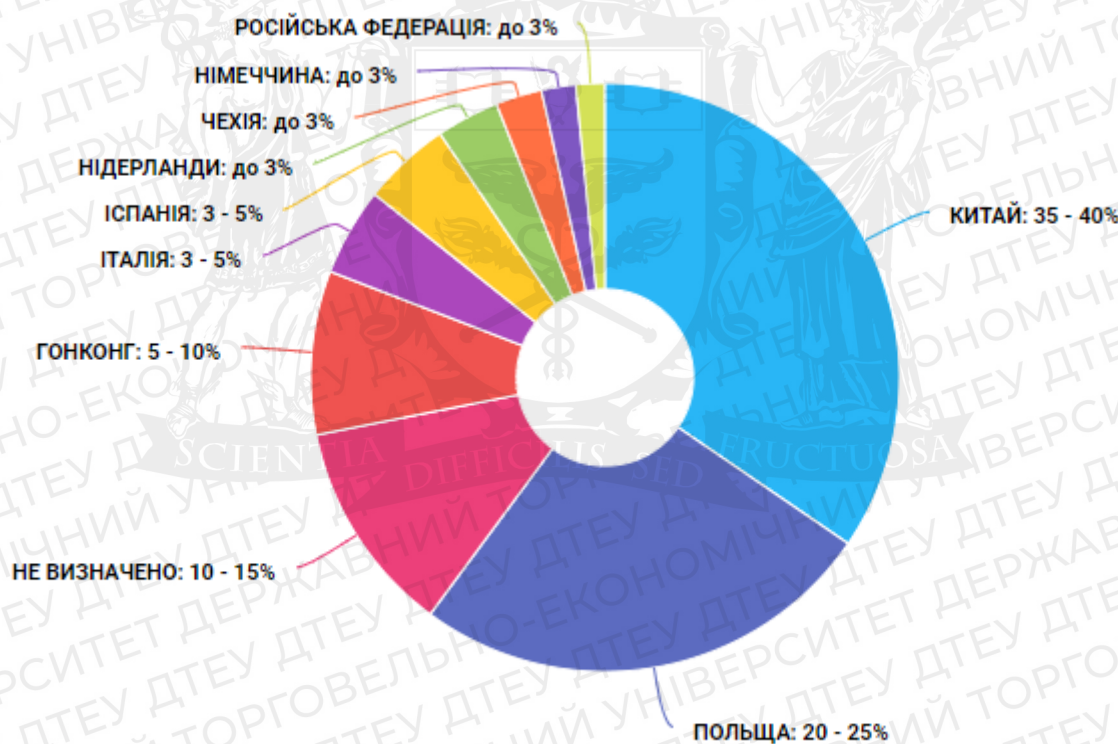


Рис. 1.1 Топ 10 контрагентів. Імпорт за 2020 рік

Джерело: побудовано автором на основі даних [4]

Як можна зрозуміти з рисунка, головними імпортерами ТОВ «Епіцентр К» в 2020 році являються Китай та Польща. Якщо ці дві країни складають приблизно 60% всього імпорту, то інші країни, так як країни Європейського

союзу та Російська федерація з Гонконгом, складають іншу половину, що вказує на те, що ТОВ «Епіцентр К» має постачальників в різних куточках світу та свідчить про глобальний характер бізнесу

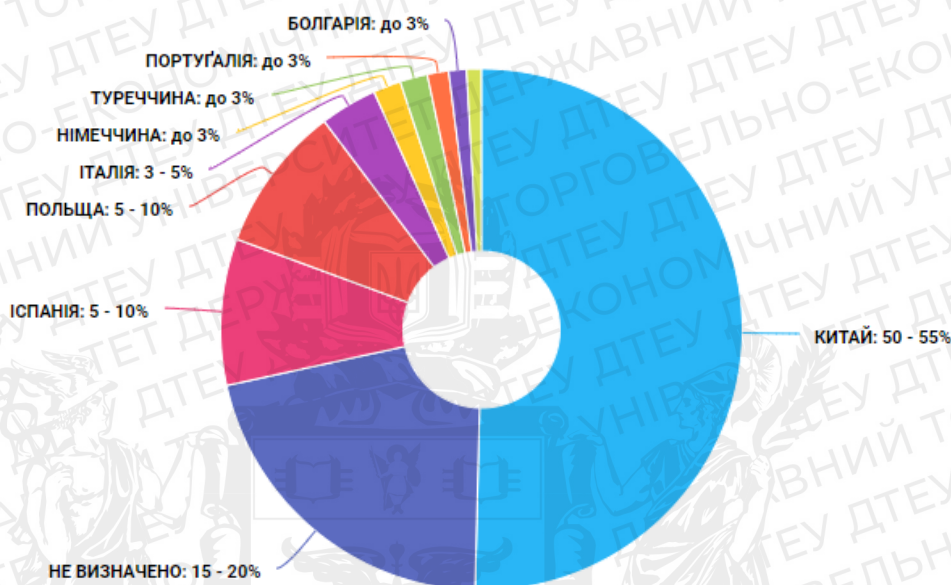


Рис. 1.2 Топ 10 контрагентів. Імпорт за 2019 рік

Джерело: побудовано автором на основі даних [4]

Згідно з цими даними, найбільша частка закупівель здійснюється в Китаї, який становить 50%. За значенням слідують Болгарія, Португалія, Туреччина та Німеччина, у яких частка закупівель становить до 3%. Італія, Польща та Іспанія мають більшу частку, від 5% до 10%. Ця інформація дозволяє зрозуміти, що підприємство активно співпрацює з різними країнами для закупівлі товару, приділяючи особливу увагу Китаю, який має найбільший вплив на ланку постачання.

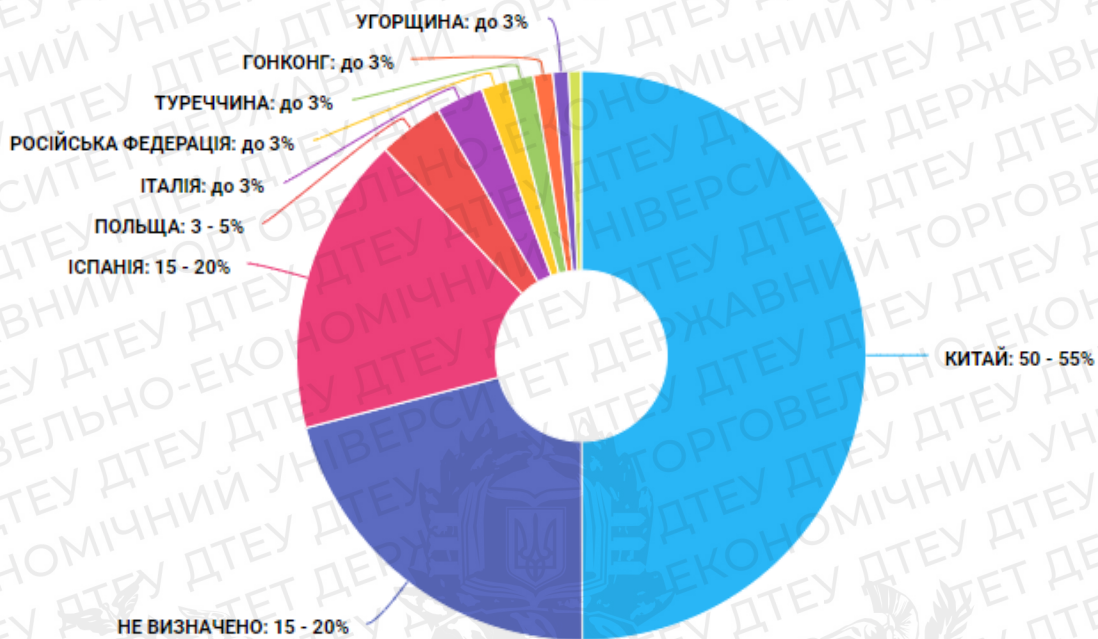


Рис. 1.3 Топ 10 контрагентів. Імпорт за 2018 рік

Джерело: побудовано автором на основі даних [4]

За даними, найбільша частка імпорту здійснюється з Китаю, яка становить 50%. Іспанія має значну частку у 15-20%, роблячи її другим найбільшим імпортером. Польща і Італія займають проміжні позиції зі значеннями 5-10% та 3-5% відповідно. Угорщина, Гонконг, Туреччина та Російська федерація мають менші частки до 3%. Цей аналіз показує, що Китай є основним постачальником для ТОВ "Епіцентр К", займаючи половину від загального обсягу імпорту. Іспанія також є важливим імпортером з великою часткою, вказуючи на активну співпрацю з цією країною. Імпорт з Польщі і Італії також відіграє значну роль у ланцюзі постачання ТОВ "Епіцентр К".

Підсумовуючи попередні 3 рисунки топ-10 контрагентів ТОВ «Епіцентр К», можна дійти висновку, що всі ці роки країни змінювалися за обсягом імпортованої продукції, що говорить нам про те, що підприємство постійно в пошуках нових контрагентів. Польща та Китай займають одні з головних позицій по імпорту ТОВ «Епіцентр К», що говорить про поглиблені

зв'язки цих країн, також з роками збільшується імпорт з країн ЄС, що вказує нам на те, що Україна все більше заходить на ринок Європейського союзу.

За даними ТОВ «Епіцентр К» імпортує такі товари:

- Електроінструменти: дрилі, шліфувальні машини, фрезери, циркулярні пилки, пневмоінструменти тощо від відомих виробників, таких як Bosch, DeWalt, Makita, Metabo, Hitachi і т.д.
- Будівельні матеріали: цемент, штукатурка, гіпсокартон, керамічна плитка, шифер, металочерепиця, водостічні системи та інші будівельні матеріали від різних виробників.
- Сантехніка: раковини, унітази, ванни, душові кабінки, змішувачі, кранів та інша сантехніка від відомих брендів, таких як Grohe, Hansgrohe, Villeroy & Boch, Roca, Ideal Standard, Duravit і т.д.
- Техніка для дому: холодильники, пральні машини, посудомийні машини, електрочайники, кавоварки, мультиварки, блендери, тостери, пилососи, кондиціонери тощо від відомих брендів, таких як Samsung, LG, Bosch, Siemens, Electrolux, Miele, Zanussi, Gorenje та ін.
- Електроніка та комп'ютери: смартфони, планшети, ноутбуки, комп'ютерні комплектуючі, монітори, приставки для гри, телевізори та інша електроніка від таких брендів, як Apple, Samsung, Sony, LG, Acer, Asus, HP, Dell та інші.
- Товари для саду та городу: садові інструменти, ручні та електричні газонокосарки, садові насоси, системи поливу, барбекю, мангали, меблі для саду, гамаки, шатри тощо.
- Меблі для будинку: дивани, ліжка, шафи, кухні, столи та стільці, комоди та інші меблі для всіх приміщень від відомих виробників.
- Інструменти для автомобілів: ключі, гайковерти, насоси, компресори, домкрати, мийки, акумуляторні стартери, автолампи, фільтри та інші

інструменти від таких брендів, як Kraftool, Bahco, Stels, BOSCH, Osram та інші.

- Товари для дому: постільна білизна, рушники, кухонне приладдя, скловарка, термоси, сковородки, каструлі, кавоварки, чайники, столові прибори та інші товари для дому від відомих брендів.
- Вироби з металу: профілі, труби, листи, дроти, арматура, залізні двері, огорожі та інші вироби з металу від відомих виробників.
- Товари для тварин: корми для собак, кішок, гризунів, птахів, а також акваріуми, клітки для тварин, іграшки та інші товари для домашніх тварин від відомих брендів.
- Спортивне обладнання: велосипеди, бігові доріжки, тренажери, м'ячі, гантелі, скакалки, літні майданчики та інше спортивне обладнання від відомих брендів.
- Товари для туризму: намети, спальні мішки, каремати, рюкзаки, фонарі, пальники та інші товари для туризму від відомих виробників.

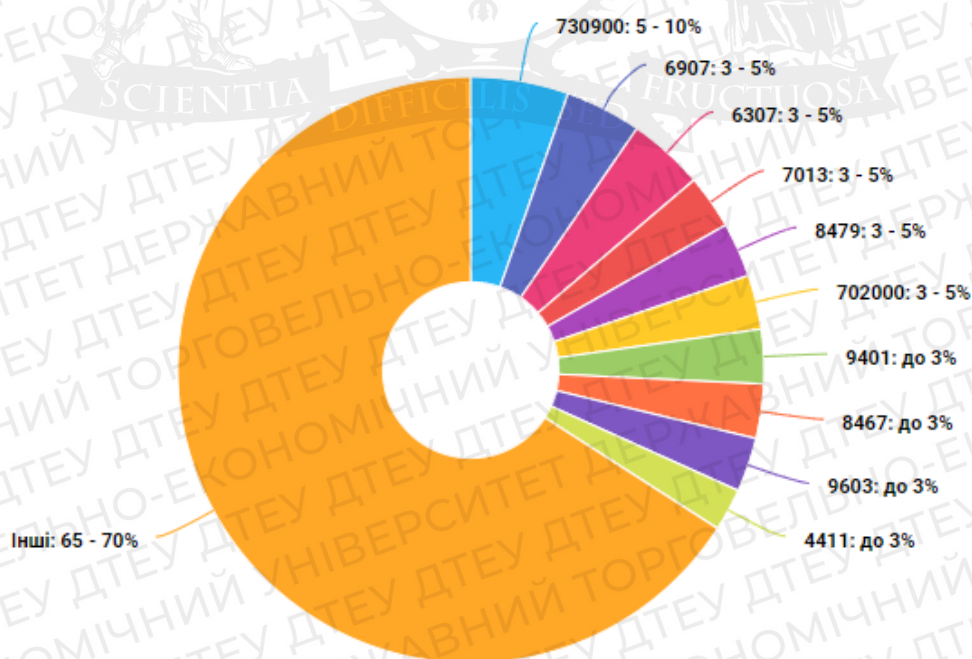


Рис. 1.4 Категорії товарів. Імпорт за 2020 рік

Джерело: побудовано автором на основі даних [4]

Проаналізувавши цей рисунок, ми бачимо, що підприємство найбільше імпортує такі товари як: 730900 - резервуари, цистерни, баки та аналогічні ємності з чорних металів, для будь-яких речовин, 6907 - плитка та плити для мостіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні неглазуровані, 6307 - інші готові вироби, включаючи викройки одягу, 7013 - посуд столовий, кухонний, туалетні речі, канцелярське приладдя, 8479 - машини та механічні пристрої спеціального призначення, 702000 - інші вироби із скла, 9401 - меблі для сидіння, 8467 - інструменти ручні пневматичні, гідравлічні або з вмонтованим електричним або неелектричним двигуном, 9603 - мітли та щітки (включаючи щітки, що є частинами механізмів, приладів або транспортних засобів), щітки ручні механічні без двигуна для прибирання підлоги, 4411 - плити деревоволокнисті з деревини або з інших здерев'янілих матеріалів з додаванням або без додавання смол або інших органічних зв'язувальних речовин. Та інші 273+ товарів, до яких входять побутова техніка, сантехніка, будівельні матеріали.

Табл. 1.7

Показники обсягу імпорту ТОВ «Епіцентр К», 2018-2020 роки, грн.

Показник	Обсяг імпорту, грн
2020	3 500 000 000
2019	4 000 000 000
2018	1 800 000 000

Джерело: побудовано автором на основі даних [4]

З огляду на дану таблицю, можна зробити висновки, що компанія з 2018 по 2019 рік імпортувала вдвічі більший обсяг товарів, що вказує на розвиток гіпермакетів по всій Україні та збільшення попиту на товари. У 2020 році обсяг імпорту залишився на рівні 2019 року, що вказує на зменшення загального попиту на товари загального користування у зв'язку з пандемією. Загальний тренд зростання обсягу імпорту вказує на те, що ТОВ «Епіцентр К» залежить від зовнішнього ринку і потребує ефективних

стратегій для зменшення цієї залежності та стимулювання внутрішнього попиту.

Це далеко не повний список товарів, які імпортує ТОВ «Епіцентр К». Підприємство має широкі імпортні зв'язки з виробниками ноутбуків в усьому світі. Загалом імпортується техніка від таких компаній як: Apple, Acer, Asus, Lenovo, HP, Dell та інші. Головними постачальниками з країн є: Китай, Німеччина, США, Тайвань, країни ЄС.

Приблизні обсяги імпорту ноутбуків ТОВ «Епіцентр К» наведено в таблиці 2.3.

Табл 1.8

Обсяги імпорту ноутбуків ТОВ «Епіцентр К», 2018 – 2020.дол. США.

Рік	Імпорт
2018	242001
2019	289743
2020	187688
2021	245369
2022	167144

Джерело: побудовано автором

Проаналізувавши таблицю, бачимо, що імпорт ноутбуків постійно коливається, в 2020 році це спричинено коронавірусною епідемією, у 2022 році повномасштабною війною на території України, але в мирні роки імпорт збільшувався, що вказує на збільшення попиту зі сторони покупців.

В останні роки Тайвань нарощує свої обсяги імпорту високотехнологічної техніки, а саме ноутбуків, мікросхем та чипів[8]. Та сама компанія все більше імпортує товари саме з цієї країни. Що говорить про розвиток двосторонніх зв'язків між Україною та Тайванем

Проблеми ТОВ «Епіцентр К», як великої мережі гіпермаркетів та великого імпортера майже такі, як і в інших суб'єктах ЗЕД. Зміни в міжнародних торговельних угодах: Епіцентр повинен стежити за змінами в тарифних ставках, вимогах до якості та безпеки товарів, технічних нормах тощо. Це може впливати на вартість товарів та вимоги до їх якості, що в свою чергу може відобразитися на прибутку підприємства.

Збільшення конкуренції: компанія може зазнавати тиску з боку конкурентів на зовнішньому ринку, які пропонують аналогічні товари або послуги. Це може призвести до зниження цін або зниження прибутковості.

Недостатній контроль над якістю товарів: підприємство повинне бути впевнене, що товари, які вони імпортують, відповідають вимогам щодо якості та безпеки. Якщо товари не відповідають цим вимогам, це може вплинути на репутацію підприємства та його прибутковість.

Ризики валютного курсу: ТОВ «Епіцентр К» зазвичай повинен проводити транзакції в іноземній валюті, що може призвести до ризиків змін курсів валют та впливати на вартість товарів.

Податкові та митні питання: компанія повинна розуміти складність податкових та митних вимог, які виникають при здійсненні міжнародної торгівлі.

Та ще однією, на даний момент, проблемою всіх підприємств ЗЕД є бойові дії на території України та окупація земель, адже Епіцентр має власні гіпермаркети по всій Україні, деякі зруйновані, до деяких немає доступу із-за постійних обстрілів. Так само і постраждав імпорту товарів, порушення логістики та недовіра інвесторів є найбільш важливими проблемами, які приносять величезні збитки кожного дня. Закриття повітряного та морського простору звузило можливості компанії до транспортування товарів із-за кордонів.

Загалом імпортна політика ТОВ «Епіцентр К» зорієнтована на забезпечення ефективного та стабільного постачання необхідних товарів загального попиту, а також задоволення потреб споживачів, з чим компанія успішно справляється, адже гіпермаркети знаходяться по всій країні та з майже однаковим асортиментом, що говорить нам про успішну та ефективну логістику, як в межах, так і поза межами країни. Бачимо за таблицюю основних контрагентів, що Китай посідає вагоме місце, що може погано відобразитись на загальному імпорті, адже залежність від одного постачальника може сповільнити поставки товарів, тому дуже важливо

диверсифікувати шляхи імпорту та його постачальників, щоб в майбутньому не було з цим труднощів. Загалом зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «Епіцентр К» є позитивною, подальший розвиток компанії, дозволить залучити ще більше контрагентів з інших країн світу, що дозволить фірмі розширити власний асортимент за залучити ще більше споживачів.



РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТНИХ ПОСТАВОК НОУТБУКІВ

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку ноутбуків

Ноутбук - це персональний комп'ютер, який був розроблений у 1980-х роках. Перший ноутбук був створений японською компанією Toshiba в 1985 році і називався T1100 [10]. Цей ноутбук мав дуже обмежені можливості порівняно з сучасними пристроями, був надзвичайно дорогим, однак саме з нього розпочалася історія розвитку портативних комп'ютерів.

У 1990-х роках ноутбуки стали більш доступними та функціональними. З'явилися нові технології, такі як кольорові екрани, CD/DVD приводи, бездротовий доступ до Інтернету та інші. У цей період ноутбуки стали основним інструментом роботи для бізнесу та людей, які мандрують. На початку 2000-х років ноутбуки стали значно компактнішими та легшими.

З'явилися такі нові форм-фактори, як нетбуки та ультрабуки, які були спрямовані на ринок портативних комп'ютерів для підприємств та використання вдома.

Сьогодні ноутбуки - це важливий інструмент для більшості людей. Їх використовують для роботи, навчання, розваг та спілкування. Сучасні ноутбуки мають значно більш потужні характеристики, ніж їх попередники - вони оснащені великими екранами з високою роздільною здатністю, потужними процесорами та великим обсягом пам'яті.

Останнім часом на ринку ноутбуків спостерігається тенденція до зменшення розмірів та збільшення мобільності. Такий спосіб розвитку ноутбуків обумовлений збільшенням кількості користувачів, які ведуть активний спосіб життя та потребують максимальної мобільності. У зв'язку з цим з'явилися такі нові форм-фактори, як 2-в-1 ноутбуки, які можуть функціонувати як ноутбук та планшет одночасно, та трансформери, які можуть згинатися та перетворюватися в інші форми. Окрім того, останніми роками на ринку ноутбуків спостерігається тенденція до зменшення товщини та ваги пристроїв. Це обумовлено не тільки потребами користувачів у максимальній мобільності, а й зусиллями виробників до створення більш привабливих та ергономічних продуктів.

Сьогодні ринок ноутбуків демонструє сталий ріст. У 2022 році світовий ринок ноутбуків, за даними аналітичного видання Expert Market Research, досяг рівня прибутку приблизно в 140,83 мільярда доларів США [11]. При цьому експерти компанії очікують, що в прогнозованому періоді 2023–2028 років ринок зростатиме на середньорічному темпі зростання на 4,7%.

За останні 5 років, згідно з статистичними даними сервісу Statista, ринок ноутбуків виріс приблизно на 8% (рис. 2.1). При цьому фахівці наводять дещо нижчі цифри, і прогнозують зростання до 143 мільярдів лише в 2027-2028 роках (рис. 2.2) [12].

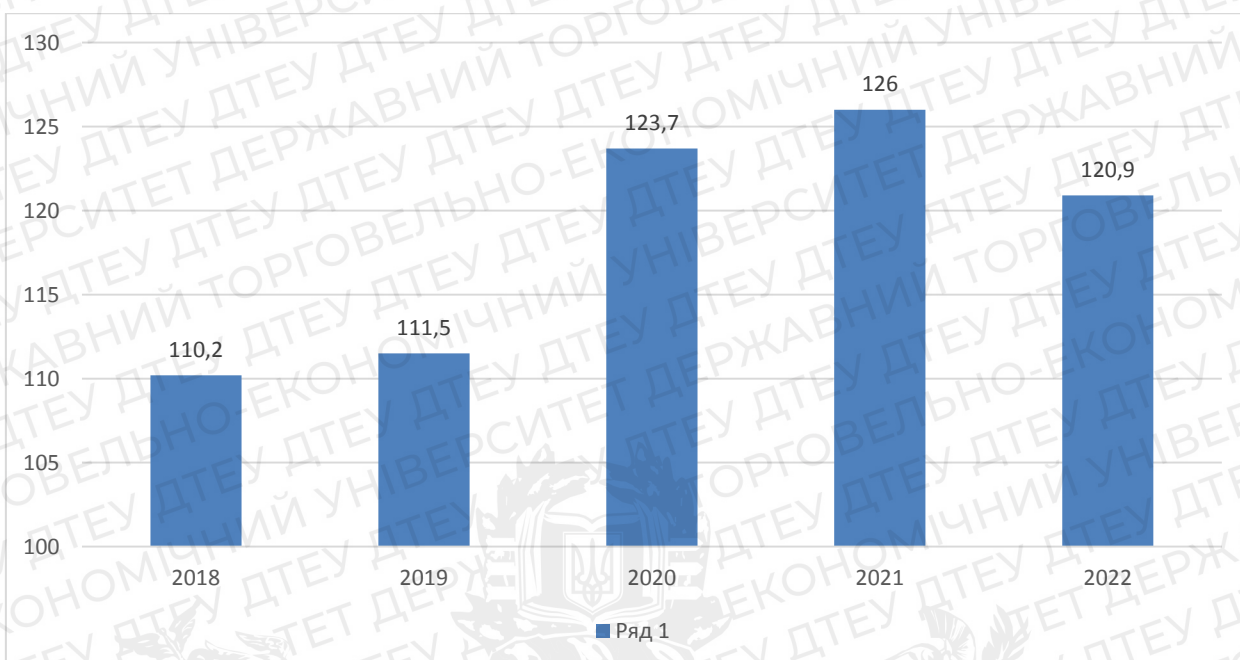


Рисунок 2.1. Розмір світового ринку ноутбуків за 2018 – 2022 роки, млрд. грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних [12]

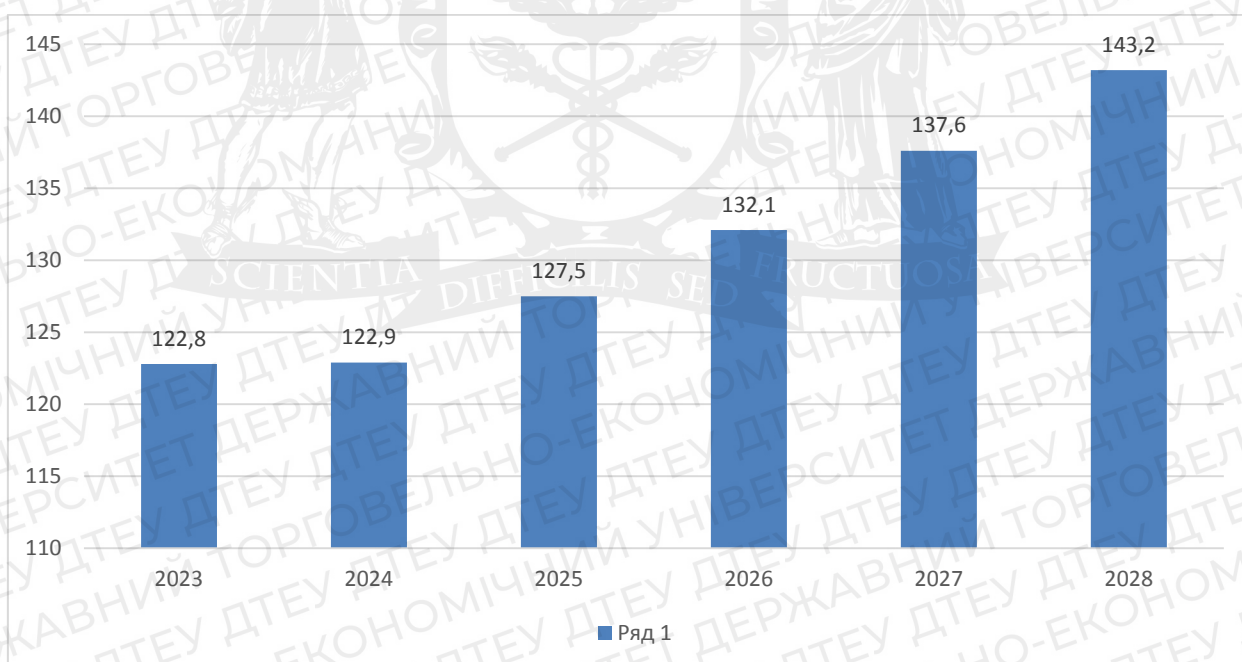


Рисунок 2.2. Прогнозований розмір світового ринку ноутбуків, 2023 – 2028 роки, млрд. грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних [12]

Як можна зрозуміти з рисунків, в 2020 та в 2021 відбувся різкий ріст продаж ноутбуків. Так, в 2020 ринок виріс майже на 11% в порівнянні з 2019. Це, звичайно ж, пов'язано з пандемією COVID-19, яка значно змінила споживчі звички та поведінку на ринку ноутбуків. Одним з основних впливів

пандемії стало підвищення попиту на ноутбуки, особливо на ті, які призначені для роботи та навчання з дому. Це пов'язано з тим, що багато компаній та навчальних закладів перейшли на режим дистанційної роботи та навчання. Окрім того, пандемія також призвела до збільшення кількості людей, які віддають перевагу роботі та навчанню з дому, що також збільшує попит на ноутбуки. Це може бути пов'язано зі зміною пріоритетів та зміною робочого та навчального середовища.

Подібна зміна потреб споживачів в напрямку дистанційної роботи та навчання поступово призводить до зміни характеристик ноутбуків, які бажані споживачами. Так, сьогодні споживачі віддають перевагу ноутбукам з більшими екранами, підвищеною продуктивністю та довшим часом роботи від акумулятора. Ще одна тенденція на ринку ноутбуків – зростання попиту на ігрові ноутбуки. Популярність кіберспорту та онлайн-ігор значно зросла за останні роки, що призвело до попиту на високопродуктивні ігрові ноутбуки. Ігрові ноутбуки створені для забезпечення високопродуктивних обчислювальних і графічних можливостей, що робить їх ідеальними для ентузіастів ігор [13].

На ринку ноутбуків діють декілька головних гравців, серед яких такі компанії, як Dell, HP, Lenovo, Asus, Acer та Apple. Кожен з цих гравців має свою стратегію, яка допомагає їм зайняти своє місце на ринку. Так, Dell зосереджується на виробництві бізнес-орієнтованих ноутбуків, які мають високу продуктивність та довгий термін експлуатації. HP також спеціалізується на виробництві бізнес-орієнтованих ноутбуків, однак, має широкий асортимент споживчих ноутбуків, включаючи гібридні моделі, які можуть перетворюватися з ноутбука в планшет. Lenovo займає лідерські позиції в глобальному ринку ноутбуків, пропонуючи широкий асортимент продуктів від бюджетних до преміальних моделей. Asus спеціалізується на виробництві ігрових ноутбуків, що мають потужні процесори та графічні карти, що дозволяють відтворювати високоякісні відеоігри. Acer займається виробництвом бюджетних та середнього класу ноутбуків, що дозволяє їй

досягати високих обсягів продажів та конкурувати з іншими гравцями на ринку. Окремо стоїть компанія Apple, яка пропонує свою продукцію під брендом MacBook, який відрізняється високою якістю матеріалів, елегантним дизайном та високими характеристиками.

На жаль, у відкритому доступі точних даних щодо розподілу ринку на сьогодні немає, але згідно зі статтею Н. Галова [14], можна отримати приблизні дані щодо ринкових часток лідерів ринку (рис. 2.3).

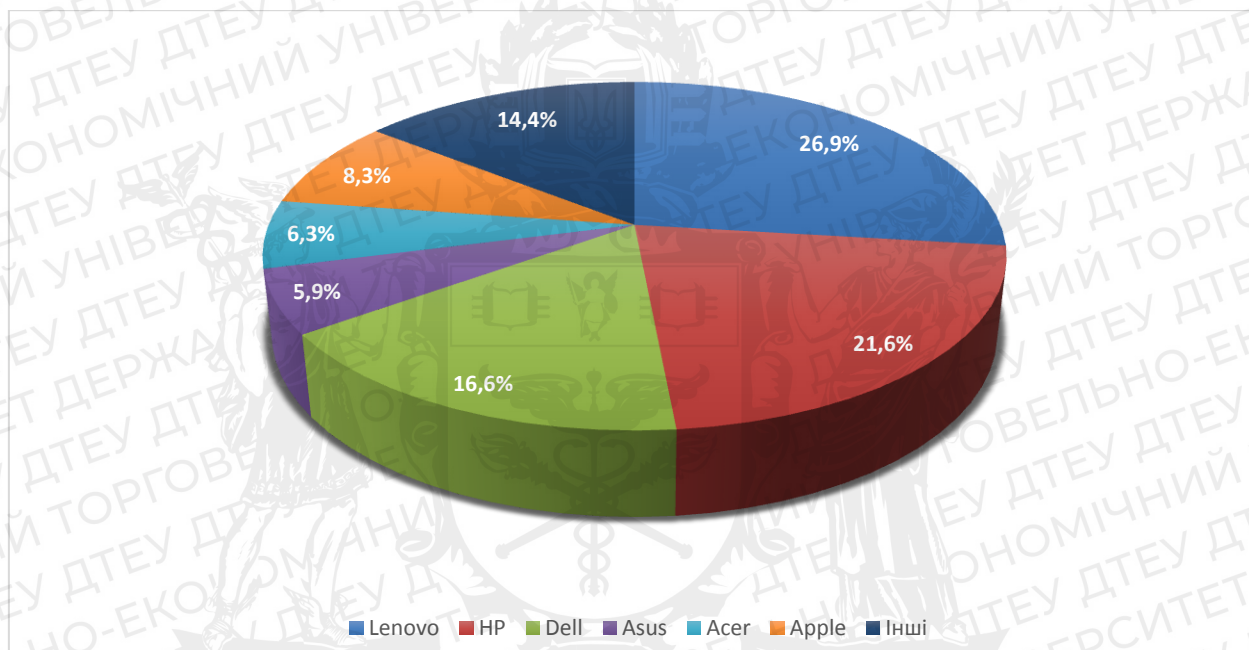


Рисунок 2.3. Частка ринку компаній на глобальному ринку ноутбуків, % на 2021 рік

Джерело: побудовано автором на основі даних [14]

Загалом, головні гравці на ринку ноутбуків пропонують різноманітні продукти та стратегії, що дозволяє їм займати свої позиції на ринку. Виробники ноутбуків також намагаються привернути клієнтів за допомогою інноваційних технологій та рішень, що полегшують користування та покращують продуктивність ноутбуків. Конкуренція на ринку ноутбуків є досить жорсткою, що спонукає виробників до постійного вдосконалення своїх продуктів та стратегій. Це призводить до того, що, згідно зі звітом компанії International Market Analysis Research and Consulting Group,

традиційні ноутбуки займають лише близько 60% ринку, в той час, як пристрої два-в-одному щороку збільшують свою частку [15].

Основними країнами, яка приносять найбільший прибуток виробникам, є США, Китай, Японія та інші (рис. 2.4).

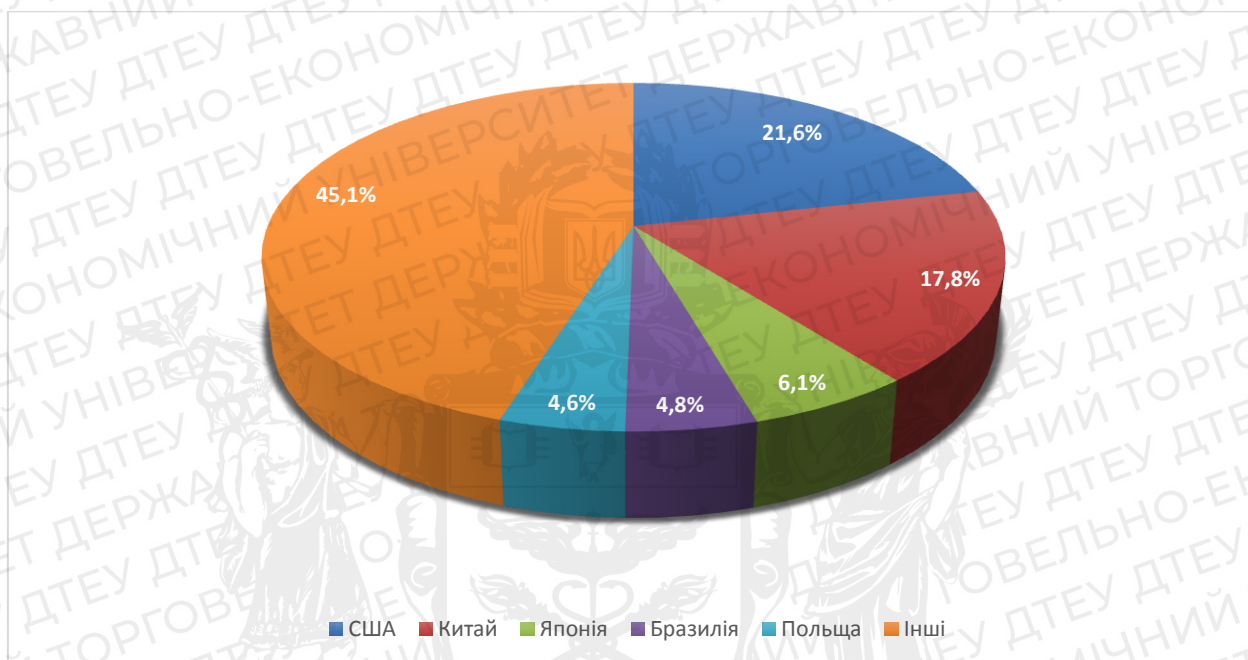


Рисунок 2.4. Частка країн в прибутку на ринку ноутбуків, % на 2021 рік

Джерело: побудовано автором на основі даних [16]

У вартісному вираженні Сполучені Штати, Китай і Японія є країнами, які разом складають 46% світового ринку ноутбуків. За цими країнами йшли Бразилія, Польща, Німеччина, Індія, Мексика, Великобританія, Франція, Канада та Туреччина, на які разом припадало ще 27%. З точки зору основних країн-споживачів, у Польщі спостерігаються найвищі темпи зростання розміру ринку, тоді як ринок ноутбуків в інших країнах-світових лідерах розвивався значно скромніше [16]. Такі потужні позиції Польщі можна легко пояснити тим фактом, що вона є хабом для багатьох східноєвропейських країн, зокрема, і для України.

Ключовими імпортерами є США, Нідерланди, Німеччина, Японія та Велика Британія. Ключовими ж експортерами є, звичайно, Китай, Нідерланди, Німеччина та США (рис. 2.5).

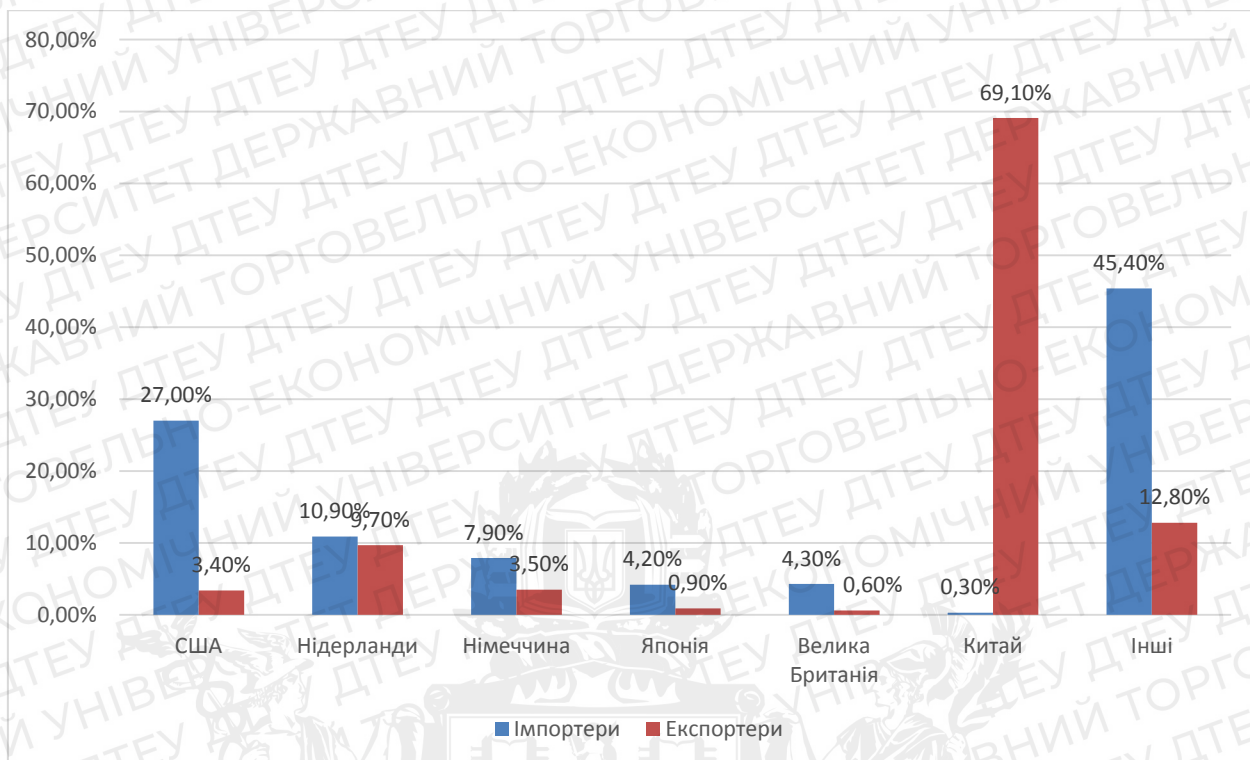


Рисунок 2.5. Частка країн в експорті та імпорті ноутбуків, % на 2021 рік

Джерело: побудовано автором на основі даних [15]

Для кращого розуміння також оцінимо обсяги експорту та імпорту у вартісному вираженні (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Головні експортери та імпортери на світовому ринку ноутбуків, 2019 – 2021 роки, млрд. дол. США

Країна	Експорт			Імпорт		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Китай	96	138	153	2,1	1,7	0,9
Нідерланди	2,4	1,8	2,2	5,7	20	24
Німеччина	5,2	6	7,8	11	14	18
США	5,5	6,3	7,5	41	51	60
Японія	1,7	1,5	0,9	8,2	11	10
Велика Британія	0,5	0,2	0,7	7,5	9,1	9,6

Джерело: побудовано автором на основі даних [15]

Таким чином, можна зробити висновок, що глобальний ринок ноутбуків є надзвичайно залежним від китайського виробництва. Українські виробники займають дуже скромні позиції на світовому ринку ноутбуків, і оцінити хоча б приблизно частку України на даному ринку практично неможливо. Станом на 2023 рік єдиним українським виробником ноутбуків є Impression, який доволі довгий час працює на ринку ноутбуків та намагається

зайняти свою нішу в цьому сегменті [16]. Однак, зважаючи на порівняно високі ціни ноутбуків даного бренду, на рівних конкурувати з моделями китайських виробників він не може. Загалом, оцінити точну позицію українських виробників на світовому ринку ноутбуків складно, оскільки вони не займають значної долі на ринку порівняно з головними гравцями.

Важливим показником для аналізу ринку є рівень цін. У 2021 році середня експортна ціна ноутбука становила 392 долари за одиницю, знизившись на -8,6% порівняно з попереднім роком. Існували значні відмінності в середніх цінах серед основних країн-експортерів. У 2021 році країною з найвищою ціною була Чехія (\$621 за одиницю), а Китай (\$352 за одиницю) був одним із найнижчих. З 2011 по 2021 рік найпомітніші темпи зростання цін були досягнуті в Гонконзі, тоді як в інших світових лідерів спостерігалися неоднозначні тенденції експортних цін [17].

Проведемо PEST-аналіз ринку, щоб виявити фактори бізнес-середовища, які впливають на даний ринок (табл. 2.2).

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що всі визначені фактори можуть здійснювати вплив на ринок ноутбуків, тому підприємствам, що здійснюють свою діяльність на даному ринку, необхідно приділяти їм суттєву увагу, оцінювати їх вплив на свій бізнес та адаптуватися до змін у вимогах та технологіях. Це дозволить виробникам залишатись конкурентоспроможними на глобальному ринку в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Таблиця 2.2

PEST-аналіз ринку ноутбуків

Політичні (P)	Економічні (E)
<ul style="list-style-type: none"> Регулювання експорту та імпорту. Уряди можуть встановлювати обмеження на експорт і імпорт комп'ютерної техніки, які можуть вплинути на ринок ноутбуків. Податкова політика. Зміни в 	<ul style="list-style-type: none"> Кон'юнктура ринку. Низький попит на ноутбуки може вплинути на зниження цін на них. Зростання ВВП. Зростання ВВП може сприяти збільшенню споживчої здатності та

<p>податковій політиці можуть мати вплив на вартість комп'ютерної техніки.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Політика конфіденційності даних. Законодавство, що регулює конфіденційність даних користувачів, може вплинути на те, які компанії можуть працювати на ринку ноутбуків. • Регулювання вільної торгівлі. Угоди про вільну торгівлю можуть сприяти зниженню вартості виробництва ноутбуків та збільшенню ринку для споживачів. • Політика щодо охорони праці. Законодавство, що регулює охорону праці, може вплинути на те, які компанії можуть виробляти та продавати ноутбуки. 	<p>збільшенню попиту на ноутбуки.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вартість виробництва. Збільшення вартості виробництва може призвести до збільшення цін на ноутбуки та зниження попиту на них. • Курс валют. Зміна курсу валют може вплинути на вартість імпортованих компонентів та національної валюти, що використовується для продажу ноутбуків, що може призвести до зміни цін на них. • Інфляція. Збільшення рівня інфляції може призвести до збільшення вартості виробництва ноутбуків та збільшення їх цін на ринку.
Соціальні (S)	Технологічні (T)
<ul style="list-style-type: none"> • Зміна споживчих тенденцій. Зміна у споживчих тенденціях, наприклад, зростання попиту на ноутбуки з великим екраном або з довгою тривалістю роботи від батареї, може вплинути на ринок ноутбуків. • Розвиток мобільних технологій. З поширенням мобільних пристроїв може відбуватися зменшення попиту на ноутбуки. • Ступінь освіти. Збільшення кількості людей з вищою освітою може призвести до збільшення попиту на ноутбуки, оскільки це є важливим інструментом для навчання та розвитку. • Ріст населення. Зростання чисельності населення може призвести до збільшення попиту на ноутбуки. • Культурні та етичні фактори. Культурні та етичні фактори, наприклад, уподобання до певних брендів та вимоги до екологічності виробництва можуть впливати на вибір ноутбука споживачами. 	<ul style="list-style-type: none"> • Швидкість технологічних змін може призвести до виникнення нових технологій та виробників ноутбуків, що може призвести до зміни конкурентної ситуації на ринку. • Інновації в галузі електроніки: Розвиток нових процесорів та дисплеїв, можуть призвести до випуску більш потужних та ефективних ноутбуків. • Розвиток штучного інтелекту та машинного навчання може призвести до випуску ноутбуків з більш високим рівнем інтелектуальних функцій та можливостей. • Впровадження екологічних технологій може вплинути на вартість виробництва та збільшити попит на екологічно чисті ноутбуки серед споживачів. • Впровадження бездротових технологій. Розвиток бездротових технологій, наприклад, Wi-Fi 6, може призвести до зміни вимог споживачів до ноутбуків та вплинути на конкурентну ситуацію на ринку.

Джерело: розроблено автором

Таким чином, дослідивши глобальний ринок ноутбуків, можна зробити висновок, що на сьогодні він характеризується досить великим об'ємом та великою кількістю виробників, що пропонують різні характеристики та цінові категорії. На сьогоднішній день лідерами ринку є такі компанії, як Lenovo, HP, Dell, ASUS, Acer та Apple. Китай є головним експортером, Сполучені Штати Америки – головним імпортером ноутбуків. За останні роки на ринку спостерігається підвищення попиту на ноутбуки зі збільшеними екранами та високою роздільною здатністю, що робить їх більш

привабливими для користувачів, які використовують ноутбуки для перегляду відео та графічної роботи. Також на ринку ноутбуків можна побачити збільшення попиту на тонкі та легкі пристрої з високою продуктивністю та тривалим часом роботи від акумулятора. Це пов'язано з ростом мобільності та потреби у користувачів у роботі в дорозі або віддалено.

2.2. Дослідження ринку ноутбуків України

Український ринок ноутбуків за останні 10 років був під впливом глобальних тенденцій і змін у технологічній сфері. Загалом, за останні роки на ринку і до початку повномасштабної війни спостерігалось стійке зростання попиту на ноутбуки.

У 2010-х роках на ринку України присутні були такі провідні виробники ноутбуків, як HP, Dell, Lenovo, Asus, Acer та інші. Водночас, зростання конкуренції та зниження вартості комплектуючих спричинили появу нових гравців на ринку, наприклад, вітчизняних виробників техніки, таких як Impression, які на основі імпортованих складових збирають власні ноутбуки [16].

У період з 2011 по 2015 роки на ринку ноутбуків на українському ринку спостерігалось зниження середньої вартості ноутбуків, що пов'язано зі зростанням попиту на бюджетні моделі ноутбуків, а також зі зниженням вартості комплектуючих та зміною валютного курсу. З 2015 року і до 2021 на ринку спостерігалась зворотна тенденція – збільшення середньої вартості ноутбуків, пов'язана зі зростанням попиту на високопродуктивні та ігрові моделі.

За останнє десятиліття на ринку ноутбуків в Україні відбулося збільшення попиту на ноутбуки з більшими діагоналями екранів, що спричинило збільшення виробництва і продажу ноутбуків з екранами 15-17 дюймів. Водночас, зростання мобільності та потреби в легких портативних пристроях призвело до збільшення попиту на ноутбуки з діагоналлю екрану 11-13 дюймів. Крім того, спостерігається зростання попиту на ноутбуки з

високими технічними характеристиками, зокрема, з потужними процесорами, великими обсягами оперативної та постійної пам'яті, високоякісними відеокартами та звуковими системами. Це пов'язано зі зростанням популярності ігрових ноутбуків, які стали доступнішими для широкого кола користувачів.

Як бачимо, український ринок ноутбуків за останні 10 років досить динамічний та пристосовується до потреб користувачів, відображаючи глобальні тенденції та зміни у технологічній сфері.

На жаль, здійснити дослідження конкретних статистичних даних щодо кількості реалізованих на українському ринку пристроїв та отриманих прибутків від їх реалізації неможливо, адже, по-перше, вітчизняні компанії не надають подібних даних, а, по-друге, на вітчизняному ринку при підрахунку прийнято об'єднувати персональні комп'ютери, ноутбуки та планшети в один кластер.

За даними аналітичної компанії IDC, за підсумками 2020 р. український ринок ПК (включаючи ноутбуки та десктопи) зменшився на 4.4%, до 973 тис. шт. Поставки ноутбуків склали майже 581 тис. пристроїв, що на 5.7% менше, ніж у 2019 р.; при цьому 63% річного обсягу ноутбуків прийшлося на другу половину року. Поставки настільних ПК в 2020 р. зменшилися на 3.5% і склали 391 тис. шт., при цьому частка моноблоків впала до 7% (рік тому складала 11%) [19]. На основі цих даних візуалізуємо інформацію (рис. 2.6)

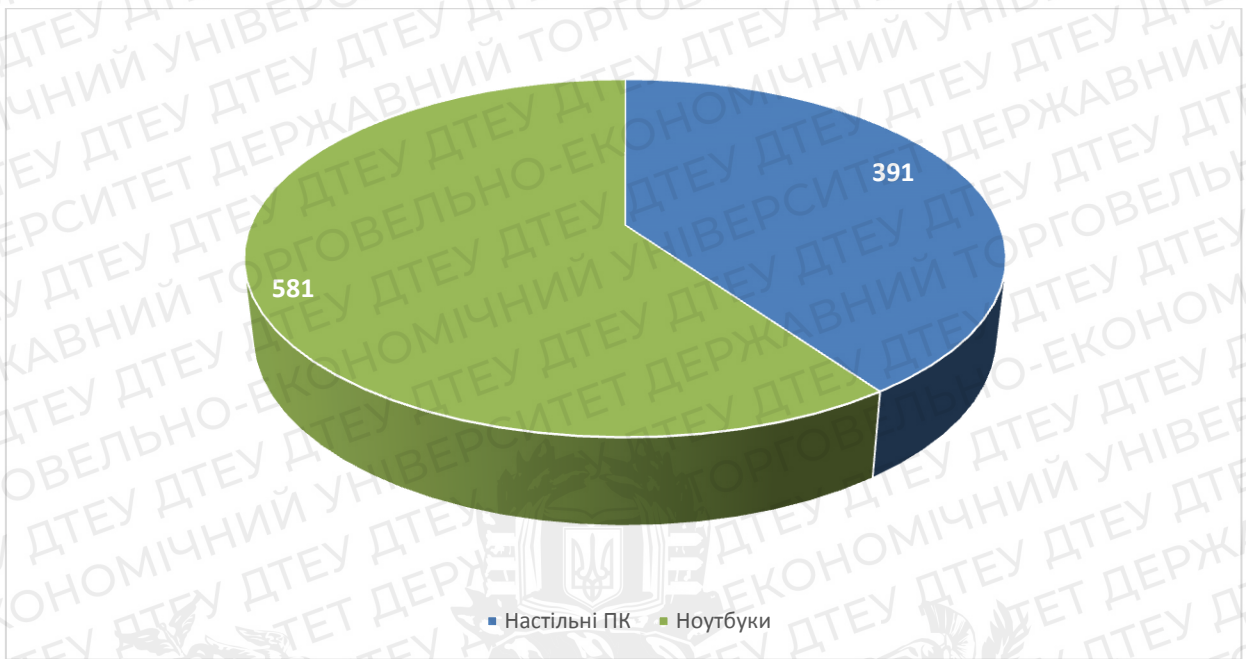


Рисунок 2.6. Український ринок ПК в 2020 році, тис. шт.

Джерело: побудовано автором на основі даних [19]

Якщо порівняти ці дані з даними рисунку 2.1, стає очевидним, що в Україні в 2020 році спостерігається тенденція до зниження обсягів продажі ноутбуків, в той час, як у світі наявний радикально протилежний тренд. На нашу думку, це свідчить про те, що український ринок надзвичайно сильно залежить від купівельної спроможності населення, яка в період пандемії суттєво знизилась, адже, згідно досліджень, понад 40% українців не відкладають гроші на чорний день [20], який, безперечно, для багатьох настав в період масових локдаунів.

Можна припустити, що ситуація стала ще гіршою в 2022 році, адже, по-перше, війна викликала значний ріст інфляції, який склав за підсумками року 26,6% [21], по-друге, за словами уповноваженого Верховної ради з прав людини, з України виїхало понад 14 мільйонів осіб [13], що значно зменшило цільовий ринок виробників та реалізаторів ноутбуків. За підрахунками Асоціації підприємств інформаційних технологій України, ринок побутової техніки в Україні впав через війну на 28%, хоча «ІТ продукти, навпаки, показали найкращі результати серед секторів БТЕ зі зниженням на 22%» [23].

Інформацію щодо обсягів експорту та імпорту ноутбуків в Україні наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Обсяги імпорту та експорту ноутбуків на ринку України, 2018 – 2022, млрд. грн.

Рік	Експорт	Імпорт
2018	0,5	3,2
2019	0,5	3,6
2020	0,1	4,0
2021	0,4	4,5
2022	0,4	4,4

Джерело: побудовано автором на основі [28]

Як бачимо, експорт, особливо з початком пандемії, суттєво знизився, що пов'язане зі світовим зниженням попиту на ноутбуки. Натомість імпорт стабільно зростає, і навіть в період війни не показує значного падіння.

Обсяги споживання та виробництва ноутбуків наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Обсяги споживання та виробництва ноутбуків на ринку України, 2018 – 2022, млрд. грн.

Рік	Споживання	Виробництво
2018	2,7	0,09
2019	3,1	0,1
2020	3,9	0,086
2021	4,1	0,091
2022	4,0	0,05

Джерело: побудовано автором [29]

Як видно, виробництво, особливо з початком війни, знизилось до дуже низьких значень, що пов'язане з втратою основними виробниками українських ноутбуків значної кількості виробничих потужностей. Натомість обсяги споживання стабільно зростають, хоча в 2022 році вони і знизились

Таким чином, зробити однозначні висновки щодо поточного стану ринку ноутбуків складно. З одного боку ми спостерігаємо однозначне падіння мінімум на 20%, зменшення платоспроможності населення та зменшення цільової аудиторії продукції, а з іншого боку – зростання

кількості безробітних до 2,9 мільйонів чоловік [24], підтримка бізнес-проектів громадян з боку держави, зростання популярності ІТ-проектів та потреби армії та волонтерів спричиняють позитивний вплив на попит на ноутбуки.

На українському ринку ноутбуків є кілька головних реалізаторів, серед яких можна виділити Comfy, Rozetka, Citrus, Foxtrot та інших. Більшість з названих реалізаторів – це мережеві магазини, що продають електроніку, включаючи ноутбуки. У них є широкий асортимент ноутбуків різних брендів та моделей з різними характеристиками. Також на українському ринку є багато інших офлайн та онлайн магазинів, що пропонують широкий вибір ноутбуків. Усі ці реалізатори мають різний вибір ноутбуків з різними характеристиками, які можуть відрізнятися за розмірами екрану, продуктивністю процесора, об'ємом оперативної та постійної пам'яті тощо.

Ціновий рівень ноутбуків на ринку України залежить від багатьох факторів, таких як бренд, модель, характеристики та конфігурація пристрою. Загалом, на ринку присутні ноутбуки різних цінових категорій, від дешевих бюджетних моделей до дорогих топових пристроїв.

Наприклад, найбільш доступні ноутбуки можуть коштувати від 5000 до 15000 гривень. Вони мають прості характеристики і підходять для базових завдань, таких як робота з офісними програмами та перегляд відео. Ноутбуки середньої цінової категорії зазвичай коштують від 15000 до 35000 гривень. Вони мають кращі характеристики, такі як потужніший процесор і більшу кількість оперативної пам'яті, що дозволяє виконувати більш складні завдання, такі як редагування фото та відео, графічний дизайн тощо. Топові ноутбуки можуть коштувати від 35000 гривень. Вони мають найкращі характеристики, такі як високоякісний процесор, великий обсяг оперативної пам'яті, швидкий накопичувач, відмінну графіку та інші функції, які дозволяють виконувати найвимогливіші завдання, такі як ігри, редагування відео високої якості тощо. Звичайно, ціни можуть відрізнятися в залежності

від специфікацій та бренду пристрою, іноді також можуть змінюватися через сезонні знижки та промо-акції [25, с. 92].

На ціноутворення на ринку впливає також митне та тарифне регулювання. Нині на українському ринку стосовно ноутбуків застосовується лише нарахування ПДВ, що становить 20% від митної вартості товару

Особливих умов щодо нарахування митних платежів на ноутбуки для окремих країн в українському законодавстві не передбачено, тому це не впливає на вибір країни-партнера при здійсненні імпорту.

Останнім часом на українському ринку ноутбуків спостерігається декілька трендів:

Зростання попиту на ноутбуки з високою продуктивністю та довгою тривалістю роботи від батареї. Це пов'язано зі зростанням популярності дистанційної роботи та онлайн-навчання, а також з масованими обстрілами, через які можливі проблеми з електропостачанням.

Розширення функціональності ноутбуків. Серед нових функцій можна відзначити сканери відбитків пальців, інфрачервоні камери для розблокування обличчя, підсвічування клавіатури та інші.

Зростання попиту на Chromebook. Це пов'язано зі зростанням популярності хмарних технологій та потребою в дешевому та простому в користуванні ноутбуку для онлайн-навчання та роботи.

Зростання попиту на моделі з меншою діагоналлю екрану. Все більше брендів випускають моделі лептопів зменшеного розміру, з матрицею в 13.5, 13 і навіть 12 дюймів. Головне, що це не впливає на потужність гаджетів [26]. Таким чином, український ринок ноутбуків на сьогодні переживає не кращі часи. Перш за все це пов'язане з війною, зростанням інфляції та зниженням купівельної спроможності споживачів, а також з великою кількістю біженців та внутрішньо переміщених осіб. Водночас для багатьох ноутбук стає основним джерелом заробітку, тому можна припустити, що в 2023 році ринок продемонструє позитивну динаміку.

Наступним кроком в дослідженні має стати визначення цільової аудиторії споживання. Споживачі ноутбуків можуть бути різних вікових категорій, від підлітків до людей похилого віку та відрізнятися за рівнем освіти та професійними потребами. Наприклад, студенти можуть шукати ноутбук для навчання та розваг, а професіонали можуть шукати потужний ноутбук для виконання складних завдань та роботи зі спеціалізованими програмами. Деякі споживачі можуть приділяти особливу увагу ергономіці та дизайну ноутбука, тоді як інші можуть бути зацікавлені тільки функціональністю та продуктивністю. Проте більшість споживачів ноутбуків шукають надійний та якісний пристрій, який буде служити їм протягом багатьох років.

Для визначення пріоритетної країни-партнера для здійснення імпорту ноутбуків в Україну, варто провести компаративний аналіз країн, що є провідними виробниками ноутбуків (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Країни-кандидати на роль партнера для імпорту ноутбуків

Країна	Кількість виробників	Якість продукції	Вартість продукції	Імпортні мита
Китай	Висока	Різна	Низька	Низькі
Тайвань	Середня	Висока	Середня	Низькі
Японія	Низька	Висока	Висока	Середні
Корея	Середня	Висока	Середня	Середні

Джерело: побудовано автором на основі даних [27]

Згідно з даними у таблиці, Тайвань є найкращим варіантом для здійснення імпорту ноутбуків в Україну. Тайвань має середню кількість виробників, високу якість продукції, а вартість продукції та імпортні мита є середніми, що робить його більш прийнятним варіантом, ніж Китай або Корея. Японія має високу якість продукції, але вартість продукції та імпортні мита є досить високими.

Таким чином, в даному розділі було оцінено світовий та вітчизняний ринок ноутбуків, визначено його особливості функціонування, оцінено потенціал різних країн до здійснення діяльності з імпорту ноутбуків до України. В результаті компаративного аналізу визначено, що оптимальним варіантом країни-партнера є Тайвань.



РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТНИХ ПОСТАВОК ТОВ «Епіцентр К» НОУТБУКІВ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту поставок ноутбуків

Процедура організації імпорту ноутбуків з Тайваню для ТОВ "Епіцентр К" з врахуванням відповідності регуляторній політиці Тайваню включатиме наступні кроки:

1. Регуляторна політика. Для відправлення до або з Тайваню потрібен комерційний рахунок-фактура, коносамент або авіатранспортна накладна та пакувальний лист. Для імпорту ноутбуків потрібен лише цей перелік документів, так як Україна та Тайвань є відкритими демократичними державами їх регуляторна політика є схожою. Щодо до інших документів, то сертифікат походження також потрібен для визначених товарів, таких як седани, інші невеликі легкові автомобілі та шасі, тютюнові та алкогольні вироби та деякі сільськогосподарські продукти.
2. Кадрове забезпечення. В ТОВ «Епіцентр К» в своєму відділі ЗЕД наявні працівники, що орієнтуються на Тайвань та країн сходу. Крім того, для проведення будь-якої операції, що стосується міжнародних відносин потрібні кваліфіковані фахівці, що розуміються на цьому.

Для цього проаналізуємо структуру робочої сили компанії (рис 3.1):

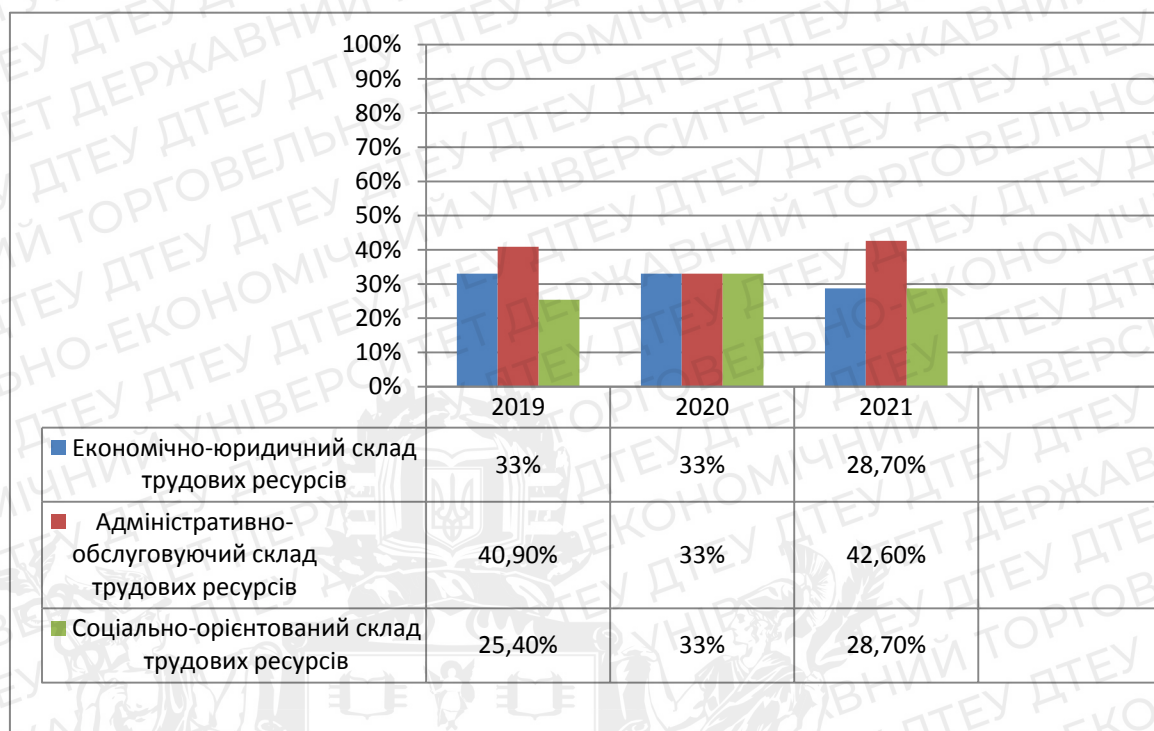


Рисунок 3.1 Структура робочої сили ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: побудовано автором на основі[1]

Згідно з рис 3.1 у ТОВ «Епіцентр К» цілком вистачає фахівців та звичайної робочої сили на проведення імпортової операції.

3. Планування логістичних процесів. Із-за війни в Україні морський транспорт є для нас заблокований, порти в Одесі та Миколаєві зараз працюють лише на «зернову угоду», тому при транспортуванні з Тайваню нам прийдеться використовувати транзитні порти сусідніх країн, а саме Польщі. Водний транспорт має перевагу над іншими видами транспорту, а саме велика перевізна спроможність та відносно не висока вартість транспортування. Тому для імпортової операції з Тайванем обраний морський транспорт

4. Митне оформлення: Для митного оформлення товару ноутбуки, обов'язковим має бути наявність одного з цих документів:

"5010" - Дозвіл на здійснення міжнародних передач товарів;

"5012" - Висновок на здійснення міжнародних передач товарів;

"5520" - Заява декларанта, про те, що товари, які декларуються не належать до товарів, що підлягають державному експортному контролю.

Потрібно мати при собі перелік цих необхідних документів, таких як комерційна інвойс, вантажні накладні, сертифікати походження, сертифікати відповідності, пакувальні списки та інші документи, які необхідно пред'явити при митному оформленні.

5. Організація доставки. Поставки будуть проходити морським транспортом. Товар буде завантажуватися в місті Гаосюн – це найбільший торговий порт в Тайвані. Звідти товар відправиться в місто Гданськ, портове місто в Польщі, де буде перевантажуватися на автомобільний транспорт, що буде прямувати в Україну. ТОВ «Епіцентр К» є компанією, що має у власності свій транспорт, а саме міжнародно ліцензовані комерційні вантажні автомобілі, тому витрати на цей вид транспорту буде мінімальним
6. Приймання товарів та перевірка якості: Після прийняття товару, потрібно обов'язково перевірити його на наявність браку та відповідності до сертифікатів якості. В разі виявлення потреб, потрібно звернутися до імпортера[31]
7. Складське зберігання та розподіл: Поставлений товар буде зберігатися в логістичному центрі «Калинівка», після чого буде розподілений по гіпермаркетам там, де буде попит на ноутбуки. Потрібно забезпечити належне складське зберігання ноутбуків, дотримуючись правил зберігання електронних пристроїв, включаючи відповідні умови температури, вологості та захисту від пошкоджень.
8. Маркетинг та продаж: За для цього створюється маркетинг-кіт. Це комплект маркетингових матеріалів, що продають не просто товар чи послугу, а історію компанії ТОВ «Епіцентр К». Маркетинг-кіт міститиме наступні елементи:

- Презентація компанії: інформація про історію компанії, її виробничі можливості, впливовість на місцевому ринку, позиціонування на міжнародному ринку, репутація серед постачальників.
- Інформація про ринок: опис ринку, на який спрямовується імпорт, аналіз його потенційних можливостей, конкурентне середовище, а також характеристики споживачів та їх потреби.
- Інформація про продукцію: детальний опис продукції, включаючи технічні характеристики, переваги порівняно з конкурентами, можливості застосування та інші особливості.
- Інформація про продаж: інформація про умови продажу, цінову політику, знижки та бонуси для клієнтів, умови доставки та інші важливі питання, що впливають на процес продажу.
- Маркетинговий план: опис стратегії маркетингу, включаючи канали продажу, підходи до просування продукції, рекламні кампанії та інші маркетингові інструменти.

Крім того, в Маркетинг-кит буде додано зразки продукції, фото та відео матеріали, що допоможуть потенційним клієнтам краще зрозуміти технічні характеристики та можливості застосування продукції (ноутбуків).

9. Слідкування за виконанням угоди: Після початку поставок з Тайваню буде відбуватись контроль виконання угоди з постачальником, а саме перевірки на вчасність поставок, якість товару та відповідність умовам угоди.

10. Постійне вдосконалення: На ТОВ «Епіцентр» відбувається проведення оцінки ефективності та якості імпорتنих процесів та співпраці з постачальниками. Процес реалізується в аналізі своїх досягнень, впровадження можливостей для оптимізації та вдосконалення процесів, залученні клієнтського фідбеку і

працівників для постійного покращення якості імпоротної діяльності.
[31]

11. Фінансові ресурси: Посилаючись на дослідження звітності ТОВ «Епіцентр» в розділі 1 для компанії в якій дохід переважає за витрати і решта фінансово-господарських показників надають можливість, не буде проблемою провести цю імпорту операцію.

Для вибору основного ринку було розглянуто три країни, з якими було б доцільно здійснювати зовнішньоторговельні операції, зокрема операції з імпорту. Для аналізу було обрано три країни, серед яких: Тайвань, Китай та Японія, оскільки ці країни є досить вагомими експортерами ноутбуків на світовий ринок (табл 3.2):

Табл 3.2

Обґрунтування вибору цільового ринку

№	Фактори, що визначають вибір ринку	Тайвань	Китай	Японія
1	Збутова політика	+	+	+
2	Асортимент ноутбуків	+	+	
3	Цінова політика	+	+	
4	Географічне розташування	+	+	
5	Валютна політика	+		+
6	Політичний стан в країні	+		+
7	Всього переваг	6	4	3

Отже, проаналізувавши всі фактори, що зазначені в таблиці 3.1, можна зазначити, що доцільно обрати ринок Тайваню так, як його можна оцінити як ринок з високим рівнем збуту, високим рівнем виробництва та асортименту ноутбуків та стабільною валютною валютною політикою.

Для вибору основного ринку було обрано чотири компанії, що спеціалізуються на виробництві та продажі ноутбуків, з якими було б доцільно здійснювати зовнішньоторговельні операції, зокрема операції з імпорту. Головна інформація зазначена в shortlist (табл 3.3):

Табл 3.3

Shortlist виробників ноутбуків Тайваню

Виробник	Інформація
Micro-Star International Co., Ltd	Компанія, найбільш відома ноутбуками. MSI славиться ігровими ноутбуками. Ноутбуки MSI виглядають неймовірно завдяки гарному дизайну. Ноутбуки MSI коштують приблизно від 1000 до 1500 доларів.
Acer	Бренд Acer добре відомий портативністю своїх ноутбуків. Цей бренд вважається одним з найбільш продаваних брендів ноутбуків у світі. Бренд привернув увагу з усього світу завдяки таким характеристикам, як корисність, портативність, простота тощо. Приблизна ціна ноутбука становить 700-1000 доларів
Asus	Компанія виробляє високоякісні та бюджетні ноутбуки. Ноутбуки, що випускаються цією компанією, мають багато функцій. Славиться дизайном та різноманіттям, компанія може запропонувати ноутбуки від середнього класу до ігрового. Орієнтовна ціна 900-1500 доларів
Republic of gamers	В основному орієнтація йде здебільшого на ігрові та високопродуктивні ноутбуки. Що є дуже вузькоспеціалізованим. Середня ціна становить 1500-2000 доларів

Джерело: побудовано автором на основі [39]

Склавши shortlist обов'язковим буде проаналізувати найкращого для нас партнера(табл 3.4):

Табл 3.4

Виробники-кандидати на роль партнера для імпорту ноутбуків

Виробник	Якість	Спеціалізованість	Ціна
Micro-Star International Co., Ltd	Висока	Вузька, в основному геймерські	1000-1500 дол. за одиницю
Acer	Висока	Широка	700-1000 дол. за одиницю
Asus	Висока	Широка	900-1500 дол. за одиницю
Republic of gamers	Висока	Вузька, в основному геймерські	1500-2000 дол. за одиницю

Джерело: побудовано автором на основі [39]

Згідно з даними у таблиці найкращим для нас партнером буде фірма Acer, завдяки різноманітності продукції, невисокої ціни та дизайну, ця компанія є для нас пріоритетною.

Важливим аспектом у формуванні імпоротної операції є поділ її на фази. Для цього використовується діаграма Ганта (рис. 3.2).

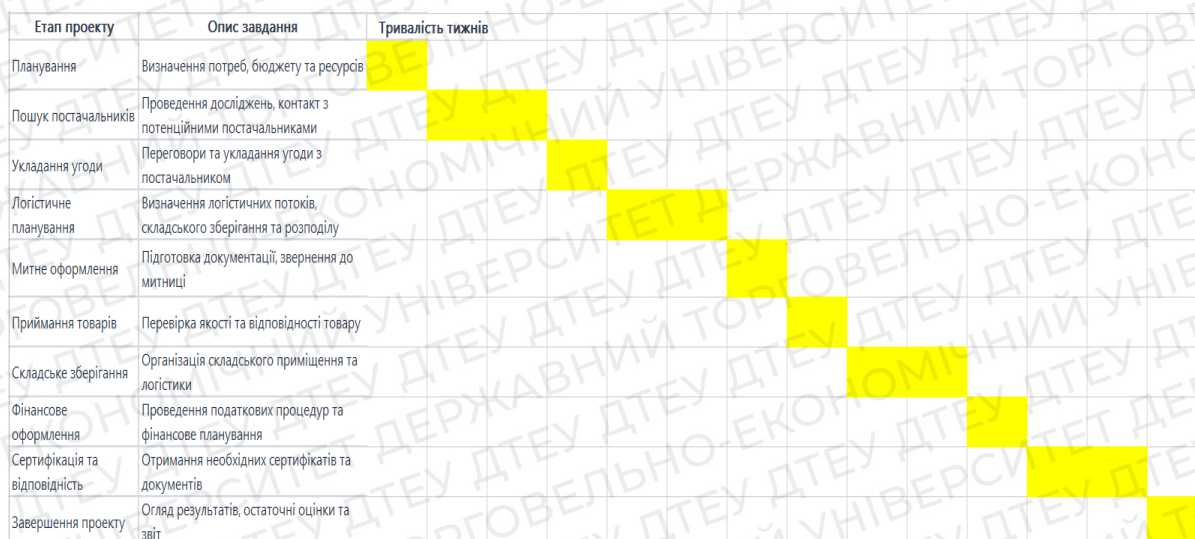


Рисунок 3.2 Графік виконання імпоротної операції (Діаграма Ганта)

Джерело: побудовано автором на основі [Додаток Б]

Підсумовуючи даний розділ, можна зробити висновки, що імпорту товарів з Тайваню є перспективним шляхом розвитку як і національної економіки, так і економіки ТОВ «Епіцентр К». Регуляторна політика є схожою, так як країна входить до СОТ, тому торговельні регулятори є спільними. Найкращим транспортом буде морський, адже він є відносно дешевим та може перевозити набагато більше вантажу ніж авіатранспорт. Фінансове та кадрове забезпечення виконання контракту проаналізоване і наявне. За допомогою аналізу виробників вдалося встановити перспективного партнера нашої імпортової операції компанію Acer. Низька ціна, високе різноманіття ноутбуків є найкращим вибором.

3.2 . Прогнозована оцінка результативності імпортних поставок ТОВ «Епіцентр К» ноутбуків

Управління ризиками є важливою складовою успішного імпортного проекту ноутбуків з Тайваню для ТОВ "Епіцентр К". Ризики можуть виникати на різних етапах проекту, включаючи пошук постачальників, логістичне планування, митне оформлення та інші процеси. Для забезпечення успішного виконання проекту, необхідно виявити потенційні ризики, оцінити їх вплив та розробити стратегії мінімізації та управління ними. [35]

Під час пошуку постачальників, можуть виникати ризики, пов'язані з надійністю та якістю товарів, відповідністю їх вимогам, а також з можливими затримками у поставках. Для управління цими ризиками, ми будемо проводити ретельну перевірку потенційних постачальників, звертатися до їх референційних відгуків та використовувати стандарти якості, щоб забезпечити високу якість ноутбуків та своєчасні поставки.

Управління логістичними ризиками включатиме планування ефективних логістичних потоків, розміщення на складі та відправку товарів до кінцевих пунктів призначення. Ризики можуть включати затримки в доставці, пошкодження під час транспортування та проблеми зі складським зберіганням. Ми будемо співпрацювати з надійними логістичними партнерами та встановимо контрольні точки для відстеження поставок та мінімізації можливості виникнення таких проблем. Також будемо стежити за станом товару під час транспортування, використовуючи належну упаковку та заходи безпеки.

Митне оформлення також може приховувати ризики, такі як затримки в процедурах митного контролю, помилки у документації або випадки невідповідності митним вимогам. Для управління цими ризиками ми будемо докладати необхідних зусиль для підготовки точної та повної митної документації, а також будемо співпрацювати з досвідченими митними брокерами для забезпечення гладкого протоколу митного оформлення.

Управління ризиками також включатиме систематичний підхід до контролю якості ноутбуків, щоб забезпечити, що вони відповідають вимогам і стандартам якості. Ми будемо проводити перевірку якості на різних етапах, включаючи приймання товарів, і встановимо процедури для виявлення та вирішення можливих відхилень. [35]

Забезпечення якості є важливою складовою процесу імпорту ноутбуків з Тайваню для ТОВ "Епіцентр К". Наша компанія буде дотримуватися встановлених стандартів якості та вимог клієнтів для забезпечення задоволеності покупців.

Для досягнення цієї мети ми будемо використовувати професійний підхід до вибору надійних постачальників, які відповідають нашим вимогам до якості та надійності ноутбуків. Крім того, ми будемо уважно контролювати процеси логістики та складського зберігання, щоб запобігти пошкодженню товарів під час транспортування та забезпечити їх правильне зберігання і обробку.

Зокрема, ми будемо вимагати від постачальників виконання умов контракту щодо якості товарів, включаючи використання відповідних компонентів та процесів виробництва, які відповідають нашим вимогам. Буде проведено ретельний аналіз сертифікатів та документації, щоб переконатися у відповідності ноутбуків вимогам стандартів безпеки та якості.

Крім того, ми встановимо систему контролю якості, яка охоплюватиме всі етапи імпортного процесу. Це включатиме огляд товарів під час приймання, перевірку на відповідність технічним специфікаціям, тестування функціональності та якості, а також випробування ноутбуків на відповідність міжнародним стандартам та регулятивним вимогам. Це допоможе забезпечити високу якість продукції, яка задовольняє потреби наших клієнтів.

Основні ризики під час проведення операції з імпорту поставок ноутбуків можна поділити на зовнішні та внутрішні ризики(табл 3.5):

Табл 3.5

Основні групи ризиків:

Внутрішні	Зовнішні
<p>Високий рівень витрат при розірванні контракту, неможливість забезпечити оплату товару</p> <p>Найдійність партнера, розрив контракту та відповідальність за недотримання умов</p> <p>Невідповідність культур країн, можливість не дотримання умов із-за низько кваліфікованого персоналу</p> <p>Різка зміна керівництва компанії, зміна їх політики всередині</p>	<p>Політичні ризики – ризики, що впливають на ділову активність обох сторін. До них відносяться: війна, заворушення в країні, зміна влади та інші</p> <p>Транспортні ризики, а саме аварії, неякісний транспорт</p> <p>Валютні та кредитні ризики, що включається в себе зміни курсу , інфляцією</p> <p>Технічні ризики, що пов'язані з</p>

підприємства. Страйк працівників

науково-технічною діяльністю
людини та неякісними продуктами

Джерело: побудовано автором на основі [46]

Завершенням процесу забезпечення якості буде підготовка документації, а саме головної документи у зовнішньоекономічній діяльності після проведення всіх підготовчих процесів та переговорів, а саме контракт [Додаток Б]

Контракт підписується обома сторонами в особі генерального директора, а саме компанія Acer inc. з директором Стен Ші та ТОВ «Епіцентр К» Герега Олександр.

Предметом контракта виступають ноутбуки Acer Aspire 5 в кількості 100 штук на умовах FCA Гаосюн (Інкотермс 2020). Сам Товар призначений для подальшого продажу

Сума контракта становить 60000(шістдесят тисяч) дол. США по курсу НБУ на сьогоднішній день(36.56 грн/дол.). Умова оплати – 100% передплата Контракта не пізніше 10 календарних днів Покупцем.

Поставка Товару буде здійснюватись морським транспортом, що буде навантажуватись в порті міста Гаосюн та слідувати до порта міста Гданськ Польща, де Товар буде перевантажуватись на вантажний автомобіль та їхати до України. Разом з цим Продавець зобов'язується поставити всі необхідні документи та запакувати Товар. До списку документів входять: пакувальний лист, транспортна накладна, сертифікат про проходження товару та сертифікат якості.

Відповідальність Продавця зберігається до моменту передачі товара Покупцю за умовами поставки FCA (Інкотермс 2020), до цього моменту всі ризики на транспортування Товару зберігаються за Продавцем та у випадку чого, він повинен буде відшкодувати збитки згідно з Контрактом. За Покупцем зберігається відповідальність у оплаті Товару.

Важливим аспектом у Контракті є Форс-мажорні обставини, тобто ті непереборні обставини, що можуть завадити веденню бізнесу чи транспортування товару. До них можна віднести: війна та її загроза, збройний конфлікт, революція, акт тероризму, захоплення підприємства, пожежа, стихійні катастрофи та інші. При появі такої ситуації обидві сторони звільняються від відповідальності за невиконання операції, а термін за цим договором відсувається на невизначений строк(припинення форс-мажорних обставин)

Контракт набуває своєї дії в момент підписання його обома сторонами, у разі, якщо Контракт достроково розірваний ініціатор повинен повідомити про це іншу сторону не менше ніж за 30 днів та відшкодувати збитки. Сам же Контракт складається на 2-х оригінальних мовах, тобто на українській та англійській.

Проведемо розрахунки потенційного доходу від реалізації ноутбуків з Тайваню на внутрішньому ринку України компанією ТОВ Епіцентр К з використанням наступних даних(табл. 3.6):

Табл 3.6

Умови угоди імпорту ноутбуків

Найменування умови	Дані
Найменування товару	Ноутбуки
Код УКТЗЕД	8471 30 00 00
Країна-експортер	Тайвань
Ціна за одиницю	600\$/шт.
Загальна кількість	100 шт.
Умови постачання	FCA Гаосюнь
Курс НБУ на момент здійснення операції	36,56грн/дол.
Ставка ПДВ:	20%

Ставка мита: повна пільгова	0%
Ціна ноутбуків на ринку України	850\$

Джерело: побудовано автором на основі [Додаток Б]
Орієнтована ціна ноутбуків на внутрішньому ринку України становить 850 \$/шт.

Структура витрат, пов'язаних з імпортом давальницької сировини, наведена у табл.3.7.

Табл 3.7

Структура витрат до ціни контракту

Витрати	% до ціни контракту
Оплата основного засобу (фрахт)	11 %
Страховання перевезення	2 %
Розвантаження в країні імпорту	0,5 %
Транспортування партії товару з Гданська до Києва	2 %

Джерело: побудовано автором на основі [Додаток Б]

Отже, проаналізувавши всі умови контракту, доцільним буде визначити ефективність операції. Спочатку обрахуємо фактурну вартість контракту, що дорівнює добутку кількості товару на ціну:

$$ФВ = К * Ц * ВК, \text{ де } ВК - \text{це валютний курс долара НБУ}$$

$$ФВ = 100 * 600 * 36,56 = 2193600 \text{ грн.}$$

Ставка мита на ввіз ноутбуків до України становить 0%, тому:

$$\text{Мито} = 2193600 * 0\% = 0$$

Розраховуємо митну вартість, додаючи до фактурної вартості вартість фрахту та витрат на страхування: $МВ = ФВ + Вфр + Встр.$

$$\text{Митна вартість} = 2193600 + 2193600 * (11\%+2\%) = 2478768 \text{ грн.}$$

Нарахування ПДВ – ПДВ нараховується у розмірі 20 % від суми митної вартості, мита та акцизного податку(ноутбуки не підлягають під акцизне оподаткування):

$$\text{ПДВ} = \text{МВ} * 20\%$$

$$\text{ПДВ} = 2478768 * 0,2 = 495753,6 \text{ грн}$$

Розрахунок імпоротної ціни контракту, яка вміщує в собі всі вище обраховані показники, зокрема митну вартість, мито, ПДВ, витрати на розвантаження (Вр) та витрати на транспортування на території України (ВТУ):

$$\text{ІЦК} = \text{МВ} + \text{М} + \text{ПДВ} + \text{Вр} + \text{ВТУ}$$

$$\text{ІЦК} = 2478768 + 495753,6 + 2478768 * (2\% + 0.5\%) = 3036490,8 \text{ грн}$$

Обраховуємо вартість реалізації ноутбуків на внутрішньому ринку України, враховуючи, що ціна становить 850\$

$$\text{Ввр} = \text{К} * \text{Цвр} * 36,56, \text{ де Цвр} - \text{ціна на внутрішньому ринку}$$

$$\text{Ввр} = 100 * 850 * 36,56 = 3107600 \text{ грн}$$

Щоб оцінити доцільність здійснення даної імпоротної операції, розраховуємо ефект, який дорівнює різниці вартості товару на внутрішньому ринку України та ІЦК.

$$\text{Е} = \text{Ввр} - \text{ІЦК}$$

$\text{Е} = 3107600 - 3036490,8 = 89206,4 \text{ грн}$. Коефіцієнт ефективності імпорту:

$$\text{КЕім} = \text{Ввр} / \text{ІЦК}$$

$$\text{КЕім} = 3107600 / 3036490,8 = 1,023$$

Отже, проаналізувавши результати дослідження, можна зробити висновок, що операція по здійсненню імпорту ноутбуків з Тайваню є ефективною. Коефіцієнт ефективності імпорту становить – 1,023

В перспективному впровадженні компанія ТОВ «Епіцентр» планує розглядати та аналізувати нові ефективні контракти та впроваджувати заходи оптимізації щодо збільшення ефективності імпорту та загалом ЗЕД.

Висновок

У даній роботі було розглянуто діяльність ТОВ «Епіцентр К», зокрема здійснення імпорتنних операцій. Так як, ТОВ «Епіцентр К» - це українська компанія, яка займається імпортом, експортом та оптовим та роздрібним продажем товарів та послуг. Одна із найбільших мережей гіпермаркетів в Україні. Іноземними партнерами підприємства є такі країни як: Китай, Тайвань, країни ЄС.

Якщо підводити підсумки про об'єми імпорту за 2018 – 2020 роки, то обсяг коливався в залежності від ситуації в світі(пандемія коронавірусу), країни, що були партнерами залишилися ті самі, про те ТОВ «Епіцентр К» тільки розширював список потенційних контрагентів до яких входять країни з різних кутків світу, що говорить про надійність компанії як партнера.

Розглядаючи світовий ринок ноутбуків та український, бачимо, що він постійно росте та за прогнозами тільки буде розширюватись вбираючи в себе все більше виробників та покупців. Станом на 2023 рік він все ще є перспективним з точки зору ефективності імпорту та подальшого його продажу на місцевих ринках.

Аналізуючи Розділ 3, мета якого полягала у виборі цільового ринку та обґрунтуванні його мінусів, плюсів, можна сказати, що обраний ринок Тайваню також може бути оптимальним у даній ситуації. Створений контракт та аналіз всіх чинників зовнішньоекономічної операції імпорту дозволяє побачити всі плюси та мінуси даної поставки ноутбуків. Для полегшення планування було створено діаграму Ганта, що дозволяє правильно розподілити час та роботу між працівниками компанії. Незважаючи на досить значну відстань між контрагентами, Тайвань виграє у кількості товарних пропозицій, достатній відповідності ціни і якості та низьким виробничим витратам. Розрахунок всіх можливих витрат та прибутку дозволяє побачити, що запропонована імпортна операція є ефективною, а саме 1,023

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Епіцентр. Про компанію
URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/>
2. Інформація про Епіцентр К. URL: <https://forbes.ua/profile/epitsentr-k-227>
3. ТОВ "епіцентр к". URL: <https://vkursi.pro/card/tov-epitsentr-k-32490244>
4. Досьє компанії ТОВ «Епіцентр К». Зовнішньоекономічна діяльність.
URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8803391&tb=external-economies>
5. ЗАКОН УКРАЇНИ Про зовнішньоекономічну діяльність (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 29, ст. 377). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
6. Epicenter K Llc Company Profile. URL: <https://www.volza.com/company-profile/epicenter-k-llc-51453378/>
7. АНАЛІЗ СТАНУ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА. Olha S. Brahina, Vladislav O. Romanovsky. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2021/No5/13.pdf>
8. TSMC розпочинає масове виробництво передових чипів на Тайвані
URL: <https://forbes.ua/news/tsmc-rozpochinae-masove-virobnitstvo-peredovikh-chipiv-na-tayvani-29122022-10814>
9. Eliuseev D. Toshiba T1100—why a laptop without a hard drive was named an IEEE milestone of electronic... *Medium*.
URL: <https://medium.com/geekculture/toshiba-t1100-why-a-laptop-without-a-hard-drive-was-named-an-ieee-milestone-of-electronic-574a8f71b5ec> (date of access: 06.04.2023).
10. Global Laptop Market Report and Forecast 2023-2028. *Expert Market Research: Industry Reports | Analysis | Consultant*.
URL: <https://www.expertmarketresearch.com/reports/laptop-market> (date of access: 06.04.2023).
11. Laptops - Worldwide | Statista Market Forecast. *Statista*.
URL: <https://www.statista.com/outlook/cmo/consumer-electronics/computing/laptops/worldwide#revenue> (date of access: 06.04.2023).

12. Miller D. Laptop market size, share, industry trends analysis to 2033.
URL: <https://www.linkedin.com/pulse/laptop-market-size-share-industry-trends-analysis-2033-david-miller> (дата звернення: 06.04.2023).
13. 17 must-know stats about the laptop market share in 2023. *WebTribunal*.
URL: <https://webtribunal.net/blog/laptop-market-share/> (date of access: 06.04.2023).
14. Laptop market share, size, growth and forecast 2023-2028. *Market Research Company, Market Research Reports and Consulting Services | IMARC*.
URL: <https://www.imarcgroup.com/laptop-market> (date of access: 06.04.2023).
15. IndexBox Inc. Laptop market - Market size, trends, statistics, forecasts, imports, production, sales, prices, and exports - IndexBox. *IndexBox - Market Intelligence Platform - 2 Million Reports*.
URL: <https://www.indexbox.io/search/laptop-market/> (date of access: 06.04.2023).
16. Планшети та ноутбуки. *IMPRESSION ELECTRONICS: Інтернет-магазин комп'ютерної техніки*. URL: <https://impression.ua/planshety-ta-noutbuky/> (дата звернення: 05.05.2023).
17. Inc I. Laptop Market Report 2022-2030: Global Trade, Suppliers, Prices, and Trends – IndexBox. *Yahoo Finance*. URL: <http://surl.li/gvapi> (date of access: 05.05.2023).
18. Український ринок ПК у 2020 році скоротився на 4.4% | *Новости | Компьютерное Обозрение. Компьютерное Обозрение*.
URL: https://ko.com.ua/ukrayinskij_rinok_pk_u_2020_roci_skorotivsvya_na_4_4_136414 (дата звернення: 06.04.2023).
19. Що таке фінансова подушка безпеки, навіщо вона потрібна і як її створити. *Ukr.Media*. URL: <https://ukr.media/business/407436/> (дата звернення: 06.04.2023).

20. Індекс інфляції (2000-2023). *Ставки, індекси, тарифи.*
URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> (дата звернення: 06.04.2023).
21. Slovo і Dilo. Омбудсмен розповів, скільки українців виїхало за кордон із 24 лютого. *Слово і Діло.*
URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/12/01/novyna/polityka/ombudsmen-rozpoviv-skilky-ukrayincziv-vyixalo-kordon-24-lyutoho> (дата звернення: 06.04.2023).
22. Ринок побутової техніки в Україні впав через війну на 28%, – дослідження - Асоціація підприємств інформаційних технологій України. *Асоціація підприємств інформаційних технологій України.*
URL: <https://apitu.org.ua/rynok-pobutovoi-tekhniky-v-ukraini-vpav-cherez-viynu-na-28-doslidzhennia/> (дата звернення: 06.04.2023).
23. Економічна правда. Кількість безробітних в Україні сягає 2,9 млн осіб – НБУ. *Економічна правда.*
URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/02/3/696678/> (дата звернення: 06.04.2023).
24. Miskevych O., Kahan I., Rozhko O. Як обрати оптимальний ноутбук для навчання. *Computer-integrated technologies: education, science, production.* 2021. № 43. С. 92–96. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2524-0560-2021-43-15> (дата звернення: 05.05.2023).
25. Тенденції ринку ноутбуків з точки зору споживача. *ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТІК Рівне.* URL: <https://www.infopotik.com.ua/tendenciyi-rinku-noutbukiv-z-tochki-zoru-spozhivacha/> (дата звернення: 06.04.2023).
26. Тенденції ринку ноутбуків з точки зору споживача. *ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТІК Рівне.* URL: <https://www.infopotik.com.ua/tendenciyi-rinku-noutbukiv-z-tochki-zoru-spozhivacha/> (дата звернення: 06.04.2023).
27. Обсяги імпорту та експорту ноутбуків в Україні. URL: <https://www.trademap.org/>
28. Український ринок ноутбуків. URL: <https://youcontrol.market/>

29. Гончаренко, І. В. (2019). Міжнародний бізнес: Навчальний посібник. Київ: Наукова думка.
30. Кучеренко, О. М. (2019). Сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі в умовах глобалізації економіки. Економічний часопис - XXI, 3-4(2), 91-94.
31. Полонська, І. І., & Дубина, І. І. (2021). Особливості організації зовнішньоекономічних операцій на підприємствах. Наукові записки Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя. Економічні науки, 1(80), 58-62.
32. Чумаченко, О. В. (2020). Міжнародна торгівля та зовнішньоекономічна діяльність: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури.
33. Дерев'янку, О. В. (2020). Зовнішньоекономічні операції в умовах глобалізації економіки. Економічні науки, 2(91), 17-23.
34. Степанова, О. І. (2022). Організація міжнародних закупівель на підприємствах: теоретичний аспект. Східноєвропейський журнал передових технологій, 2(12), 65-70.
35. Мельник, О. В. (2021). Організація та управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія: Економіка, 3(6), 67-73.
36. Доставка вантажів із Тайваню URL: <https://www.uvs.in.ua/ua/dostavka-vantazhiv-z-tajvanyu/>
37. Ноутбуки з Тайваню. URL: <https://stylus.ua/noutbuki/strana-proizvoditel-tovara:tayvan/>
38. Top 10 Best-Selling Laptop Brands in the World 2023 URL: <https://www.top10about.com/top-10-best-selling-laptop-brands-world/>
39. Бренди, власником яких є Тайвань URL: <https://dovidnyk.info/index.php/brandsCountry/7/p/4>

40. Огляд торговельної політики окремої митної території Тайвань URL: <https://export.gov.ua/157-ogliad-torgovelnoi-politiki-okremoii-mitnoi-teritorii-taiwan-pengkhu-kinmen-ta-matsu>
41. Import Requirements and Documentation Taiwan URL: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/taiwan-import-requirements-and-documentation>
42. Головний сайт Асер в Україні URL: <https://www.acer.com/ua-uk>
43. Доставка вантажів з Гаосюнь в Україну URL: https://a-f.com.ua/post_services/dostavka-hruzov-yz-tajvania-v-ukraynu
44. Довідка по товару УКТЗЕД URL: <https://qdpro.com.ua/uk/goodinfo/8471300000>
45. Виявлення ризиків зовнішньоекономічної діяльності підприємства URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/15_1_2017ua/29.pdf
46. Митний кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
47. Національний банк України (НБУ) URL: <https://bank.gov.ua/>
48. Податковий кодекс URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
49. Про митний тариф України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674-20#Text>
50. Про торгово-промислові палати в Україні Стаття 14. Діяльність Торгово-промислової палати України URL: <https://kodeksy.com.ua/pro-torgovo-promislovi-palati-v-ukrayini/14.htm>

Додатки

Додаток А

ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»

Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2020 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

На 31 грудня 2020 року

Форма №1

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

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

ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»

Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: 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	0
з бюджетом	1135	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160		0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621

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

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

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	50 382 425	43 979 194
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	35 593 670	30 814 751
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	14 788 755	13 164 443
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	737 243	530 835
Адміністративні витрати	2130	872 759	751 814
Витрати на 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

ІІ. СУКУПНИЙ ДОХІД

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

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

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

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

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

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-670 000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	2 960 712
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

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

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Додаток Б

КОНТРАКТ № 1

м. Київ «25» березня 2023 р.
Acer Inc., s.r.o., іменована надалі «Продавець», в особі **Стен Ші**, який діє на підставі Статуту, з одного боку, і **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «Епіцентр К»**, іменоване надалі «Покупець», в особі Директора Герега Олександр, діючого на підставі Статуту, з іншого боку, уклали цей Контракт про таке:

1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТУ

1.1. Продавець продає, а Покупець купує на умовах FCA, Гаосюн (ІНКОТЕРМС-2020) **ноутбуки Acer Aspire 5** в кількості 100 шт. (надалі іменованій "Товар").

1.2 Цей товар призначений для подальшого перепродажу.

2. СУМА КОНТРАКТУ ТА УМОВИ ОПЛАТИ

2.1. Загальна сума Контракту становить 60000 (шістдесят тисяч) Доларів.

2.2. Всі витрати по митному очищенню Товарів в Україні (сплата мит, податків та інших зборів, а також витрат на виконання митних формальностей, що підлягають оплаті при імпорті Товару) несе Покупець.

2.3. Покупець оплачує договірну продажну ціну Продавцю в установленому далі порядку:

2.3.1. Передплата - 100% суми Контракту, не пізніше 10 (десяти) календарних днів з дати підписання Угоди двома сторонами.

2.4. Всі банківські витрати, пов'язані із здійсненням платежів несе Покупець.

3. УМОВИ ПОСТАВКИ ТОВАРУ

3.1. Поставка товарів повинна бути здійснена не пізніше 2 (двох) тижнів з моменту перерахування покупцем авансового платежу згідно п. 2.3.1. цього контракту. Допускається часткова поставка та поповнення запасів.

3.2. Товари поставляються на умовах FCA, Гаосюн (ІНКОТЕРМС-2020).

3.3. Продавець гарантує, що Товари які поставляються вільні від будь-яких прав і / або домагань третіх осіб.

3.4. Продавець зобов'язується поставити разом з

CONTRACT № 1

Kyiv March «24» 2023
Acer Inc., s.r.o., hereinafter referred to as "Seller" represented by the person of **Mr. Stan Shih**, acting on the basis of the Statute, on the one hand, and **Limited liability company «Epicenter K»**, hereinafter referred to as the "Buyer", represented by Director Gerega Oleksandr, acting under authorities derived from the Articles of Association, on the other hand, have signed this Contract to the effect that:

1. SUBJECT OF THE CONTRACT

1.1. Seller shall sell, and the Buyer shall buy on the terms FCA, Kaohsiung (INCOTERMS 2020), **laptops Acer Aspire 5** in each 100 pcs (hereinafter referred to as "Goods").

1.2. These Goods are intended for further resale.

2. CONTRACT VALUE AND PAYMENT PROCEDURE

2.1. The total amount of the Contract is 60000 (sixty thousand) Dollars.

2.2. All charges for customs clearance of the Goods in the Ukraine (payment of fees, taxes and other charges, as well as the costs of customs formalities payable upon import of the goods) shall be born by the Buyer.

2.3. The buyer pays the sum of the Contract to the Seller in a following order

2.3.1. Prepayment 100% of the sum of the Contract, not later than 10 (ten) calendar days from the date of Contract signing by both parties.

2.4. All bank charges associated with making payments Buyer.

3. GOODS DELIVERY TERMS

3.1. The delivery of goods must be carried out no later than 2 (two) weeks from the moment the Buyer remits the advance payment in accordance with clause 2.3.1. of this Contract. Partial deliveries and replenishment deliveries are allowed.

3.2. The Goods are delivered on the terms FCA, Kaohsiung (INCOTERMS 2020).

3.3. Seller shall guarantee that the supplied goods are free from any rights and / or claims of third parties.

3.4. The seller undertakes to deliver together with the Product a complete set of documentation regarding the quality and composition of the Product in English.

Товаром повний комплект документації щодо якості та складу Товару англійською мовою.

3.5. Комплект нижченаведених документів поставляється разом з товаром:

3.5.1. - рахунок-фактура (інвойс) із зазначенням країни походження товару, ваги нетто і брутто - 3 прим .;

3.5.2. - пакувальний лист (вказується зміст вантажу, вага нетто і брутто, кількість упакованих місць та їх розміри) - 3 прим .;

3.5.3. - транспортні накладні (CMR) - 3 прим .;

3.5.4 – сертифікат про походження товару (оригінал);

3.5.5. – сертифікат якості (копія);

3.6. Ризик за збереження товару переходить від Продавця до Покупця відповідно до умов поставки FCA, Гаосюн (ІНКОТЕРМС-2020).

4. УМОВИ ПРИЙМАННЯ ТОВАРУ

4.1. Представник Покупця отримує Товари за адресою: Qixian 3rd Rd, Yancheng District, Kaohsiung City, Тайвань 803

4.2. Товар вважається зданим Продавцем і прийнятим Покупцем:

4.2.1. за кількістю - відповідно до кількості місць і масі, зазначених у транспортному документі пункту відправлення, і згідно з даними, зазначеними в товаросупровідних документах;

4.2.2. за якістю - за зовнішніми ознаками, а також відповідно до законодавства України.

5. УПАКОВКА І МАРКУВАННЯ

5.1. Товари повинні мати упаковку, що відповідає міжнародним стандартам при транспортуванні усіма видами автотранспорту.

5.2. Товари повинні бути марковані способом, придатним для ідентифікації вантажу англійською та українською мовами.

6. ЯКІСТЬ ТОВАРУ ТА ГАРАНТІЇ

6.1. Якість Товару повинні відповідати чинним стандартам країни.

6.2. Термін придатності Товару складає 12 (дванадцять) місяців з дати виробництва.

7. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

7.1. Збитки, понесені однією із Сторін через порушення умов цього Контракту іншою Стороною, підлягають відшкодуванню, з огляду на що:

3.5. Together with the Goods the Buyer will receive:

3.5.1. the invoice with country of origin of the goods, net and gross weights - 3 copies;

3.5.2. the packing list (cargo description, net and gross weights, quantity of the packed places and their sizes) - 3 copies;

3.5.3. CMR - 3 copies;

3.5.4 – certificate of product origin (original);

3.5.5. – quality certificate (copy);

3.6. All risks shall pass from the Seller to the Buyer in full correspondence with the delivery terms FCA, Kaohsiung (INCOTERMS 2020).

4.ACCEPTANCE OF THE GOODS

4.1. Representative of the Buyer shall receive the Goods at the address: Qixian 3rd Rd, Yancheng District, Kaohsiung City, Taiwan 803

4.2. The product shall be considered as delivered by the Seller and accepted by the Buyer:

4.2.1. by quantity - according to the quantity of units and weight specified in the shipping documents executed at the point of departure and according to information provided in shipping documents;

4.2.2. by quality - on external signs, and also it agrees legislations Ukraine.

5.PACKAGING AND MARKING

5.1. The Goods must be packed to meet international standards for transporting by all types of vehicles.

5.2. The Goods must be marked in English or Russian in the way allowing identification of the Goods.

6.QUALITY OF THE GOODS AND THE GUARANTEES

6.1. The quality of the goods must meet the current standards of the country.

6.2. The shelf life of the Product is 12 (twelve) months from the date of production.

7.LIABILITY OF THE PARTIES

7.1. Losses incurred by a Party due to breach of this Contract by the other Party shall be reimbursed provided that:

7.1.1. if the Buyer fails to comply with the requirements of paragraph 2.3.2., the Buyer shall pay to the Seller a penalty in the amount of 0.1% of the value of the delivered goods for each day of delayed, but not more than 10% of the total amount of the

7.1.1. в разі якщо Покупець не виконає вимоги п. 2.3.2, Покупець сплачує Продавцю пеню в розмірі 0,1% від вартості поставленого Товару за кожен день прострочення, але не більше 10% від загальної суми контракту;

7.1.2. в разі затримки поставки Товару, за умови, що Покупець виконав вимоги п. 2.3, Продавець сплачує Покупцю пеню в розмірі 0,1% від вартості не поставленого Товару за кожен день прострочення, але не більше 10% від загальної суми контракту;

7.2. При здійсненні своєї комерційної діяльності Покупець і Продавець зобов'язується не вживати будь-які дії корупційного характеру (хабарі, незаконне вплив на державні та муніципальні органи, посадових особи установ, підприємств, організацій і т.д.). Порухення зобов'язань за цим параграфом Контракту однією із Сторін є істотним порушенням договору і дає право стороні що дотримується зобов'язання по даному пункту не відшкодувати збитки передбачені п. 7.1 цього Контракту, стороні що порушила зобов'язання цього пункту.

8. ФОРС-МАЖОР

8.1. Сторони звільняються від відповідальності за невиконання та / або неналежне виконання зобов'язань за цим Договором, а термін виконання зобов'язань за цим Договором відсувається, в разі дії форс-мажорних обставин (стихійних лих, військових дій будь-якого характеру) та інших, незалежних від Сторін обставин, пропорційно часу дії таких обставин, якщо такі обставини підтверджені довідкою торгово-промислової палати Сторони що пред'являє вимогу і інших уповноважених на це органів.

8.2. При настанні або припиненні форс-мажорних обставин для однієї із Сторін, остання зобов'язана негайно інформувати про це іншу Сторону в письмовому вигляді. Не повідомлення або несвоєчасне повідомлення про форс-мажорні обставини позбавляє відповідну Сторону права посилаючися на них в майбутньому.

9. ІНШІ УМОВИ

9.1. З моменту укладення цього Контракту все попереднє листування і переговори Сторін щодо його предмета втрачають силу.

9.2. У разі розбіжності окремих положень цього Контракту з чинним законодавством України

contract;

7.1.2. in case of delayed delivery of the Goods, provided that the Buyer meets requirements of clause 2.3, the Seller shall pay to the Buyer a penalty at a rate of 0.1% on the value of undelivered goods per every delayed day, but not more than 10% of the total Contract value.

7.2. In the course of his business the Buyer and Seller agrees not to take any action of corruption nature (bribes, illegal influence to the governmental and municipal bodies, officials of institutions, enterprises, organizations, etc.). Breach of the obligations under this clause of the Contract will make a substantial breach of the Contract and give right to the party observing obligations on the given point not to indemnify losses under clause 7.1 herein, the party broken the obligations on the given point.

8.FORCE-MAJEURE

8.1. The Parties shall be released from responsibility for their failures and / or improper fulfillment of the obligations hereunder, and the term for fulfillment of the obligations hereunder shall be extended in the case of force majeure circumstances (natural disasters, military actions of any kind), and other circumstances beyond the Parties' control in proportion to the time of existence of such circumstances, provided these circumstances are confirmed by certificate issued by the Chamber of Commerce and Industry of the parties to make demands and other competent authorities.

8.2. Upon beginning and cease of the force majeure circumstances for one of the Parties, the latter shall immediately inform the other Party about in writing. Failure to inform or inform about the force majeure circumstances will denude the respective Party of the right to refer thereto in future.

9.MISCELLANEOUS

9.1. From the effective day of this Contract all previous correspondence and negotiations between the Parties regarding its subject matter become invalid.

9.2. In case of differences between certain provisions of the Contract and effective Ukraine laws within the term of the Contract, the Contract will remain effective in general, but the Parties will strive to find a solution that fits the best to meaning and economic benefit of such provision.

9.3. In case of differences between certain positions of the Contract of the Ukrainian and English version the basic to consider the Ukrainian.

9.4. All disputes arising from or in connection with

протягом терміну його дії він збереже свою силу в цілому, а сторони будуть прагнути знайти рішення, що найбільш повно за змістом і економічно відповідає цим положенням.

9.3. У разі розбіжності окремих положень цього Контракту української та англійської версії основною вважати українську.

9.4. Всі розбіжності, що виникають внаслідок або у зв'язку з цим контрактом, повинні вирішуватися шляхом переговорів між Сторонами. Якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, спір що виник підлягає судовому розгляду і вирішенню в установленому арбітражному суді Сторони що пред'являє вимоги. Рішення арбітражу буде остаточним і обов'язковим для виконання Сторонами і не може бути оскаржене.

9.5. Всі додатки, доповнення та зміни до цього Контракту є його невід'ємними частинами і дійсні лише в тому випадку, якщо вони письмово оформлені, підписані уповноваженими представниками Сторін та скріплені печатками Сторін.

9.6. Контракт, всі додатки до нього, підписані обома сторонами і передані факсом або за допомогою електронної пошти мають юридичну силу з подальшим наданням оригіналів.

9.7. Жодна із Сторін не має права передавати свої права та зобов'язання за цим Договором третій особі без попередньої згоди на те іншої Сторони.

9.8. У разі якщо протягом строку дії цього Контракту платіжні або поштові реквізити, зафіксовані в цьому Контракті, зміняться, Сторони оформляють зміни шляхом підписання Додаткової угоди.

9.9. Кожна сторона несе відповідальність за правильність вказаних ними у цьому Контракті реквізитів. У випадку неповідомлення або неналежного повідомлення іншої сторони про зміну реквізитів сторона що не повідомить несе відповідальність і ризику настання негативних наслідків такого неповідомлення.

10. ТЕРМІН ДІЇ ДОГОВОРУ

10.1. Цей Контракт набуває чинності з моменту його підписання уповноваженими представниками Сторін, а так само скріплення печатками і діє до виконання Сторонами зобов'язань за цим Договором.

10.2. У разі дострокового розірвання цього

this Contract shall be settled by way of negotiations between the Parties. If the parties can not reach agreement by negotiation, the dispute shall be subject to judicial review examined and settled by the Court of Arbitration established by the Parties show requirements. Award of the arbitration shall be final and binding to the Parties and may not be appealed.

9.5. All supplements, amendments and modifications to this Contract shall be an integral part hereof and are valid only if made in writing, signed by authorized representatives of the Parties and sealed by the Parties' seals.

9.6. The contract, all additions and appendices to it, signed by both parties and faxed or by means of e-mail have a validity with the subsequent granting of originals.

9.7. Neither Party may not assign its rights and obligations hereunder to a third party without the prior consent of the other Party.

9.8. If during the term of this Contract payment or postal details, recorded in the Contract change, the parties execute these changes by signing an agreement.

9.9. Each party shall be responsible for the authenticity of details provided for herein. In case of any Party's failure to inform or inform properly the other Party about change in the details, the Party at fault shall bear responsibility and risks of negative consequences of such failure to inform.

10. TERM OF THE CONTRACT

10.1. This Contract shall take effect upon its signature by the two Parties, as well as affixing of the seals and shall be valid to fulfillment of the Parties' obligations hereunder.

10.2. In the event of early termination of this Contract, the Party, which initiated the termination, shall not less than 30 working days prior to termination of this Contract notify in writing the other Party and not less than 15 working days prior to its termination shall indemnify all losses to the other Party in accordance with clause 7.1 herein.

10.3. This Contract is executed in 2 original counterparts in Ukrainian and English, in one copy for either Party, provided all copies have the same legal effect.

Контракту Сторона - ініціатор повинна не менше ніж за 30 робочих днів до розірвання цього Контракту письмово сповістити про це іншу Сторону, а також не менше ніж за 15 робочих днів до розірвання цього Контракту здійснити відшкодування збитків іншій Сторони згідно з п. 7.1 цього Контракту

10.3. Цей Контракт складено в 2-х оригінальних примірниках українською та англійською мовою, по одному примірнику для кожної Сторони, причому кожен екземпляр має однакову юридичну силу.

11. Юридичні адреси СТОРОН

ПРОДАВЕЦЬ

Acer Inc., банк продавця

Довірена особа _____

печатка

Покупець

ТОВАРИСТВО

З

ОБМЕЖЕНОЮ

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «Епіцентр К»

БАНК покупця

директор _____

печатка

11. REGISTERED ADDRESSES OF THE PARTIES SELLER

Acer Inc., Seller's BANK

Represented by the person _____

seal

BUYER

Limited liability company «Epicenter K»

Buyer's BANK

Director _____

seal