

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

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

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

Кралева
Нікіти
Андрійовича

Науковий керівник
доцент, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного
менеджменту

Ковальова
Марія
Леонідівна

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 «Менеджмент», «Менеджмент ЗЕД»

Затверджую

Зав. кафедри _____

«__» _____ 20__

р.

Завдання

на випускн кваліфікаційну роботу студентіві

Кралєв Нікіта Андрійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи Організація імпортих поставок електроприладів (на матеріалах ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Затверджена наказом ДТЕУ від «_12» _12_ 2023р. №38

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

20 травня 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи вивчення організації імпортих поставок електроприладів на матеріалах ТОВ Епіцентр К, м. Київ.

Об'єкт дослідження імпортна діяльність ТОВ «Епіцентр К»

Предмет дослідження теоретичні та практичні аспекти організації імпорту електроприладів на матеріалах ТОВ «Епіцентр К».

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К», м. Київ

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

1.2 Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»

РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ– КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ЕЛЕКТРОПРИЛАДІВ

2.1 Аналіз та вивчення основних тенденцій розвитку світового ринку електроприладів

2.2 Аналіз ринку електроприладів України

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ЕЛЕКТРОПРИЛАДІВ З КИТАЮ

3.1 Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю

3.2 Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	до 15 грудня	12 грудня
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	до 1 лютого	31 січня
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	5 травня
6	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові	до 15 травня	15 травня
7	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	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	за окремим графіком
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії	за окремим графіком	за окремим графіком

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

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Ковальова М. Л.

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми _____

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент _____

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи
Випускна кваліфікаційна робота Кралєва Н. А. виконана на тему «Організація імпорتنних поставок електроприладів (за матеріалах ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)». В першому розділі досліджено діяльність ТОВ «Епіцентр К», надано оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану, сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К», а також проведений аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К». У розділі проаналізовано основні тенденції розвитку світового ринку електроприладів та здійснений аналіз ринку електроприладів України. В третьому розділі ВКР запропоновано управлінське рішення щодо імпорту ТОВ «Епіцентр К», м. Київ електроприладів з Китаю, надано алгоритм організаційного забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю, та зроблені розрахунки ефективності запропонованої імпоротної операції. В цілому, випускна кваліфікаційна робота Кралєва Нікити Андрійовича відповідає вимогам вищої школи та може бути рекомендована до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Ковальова Марія Леонідівна

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Кралева Н.А.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційної комісії.

Гарант освітньої програми

П'янова Оксана Василівна

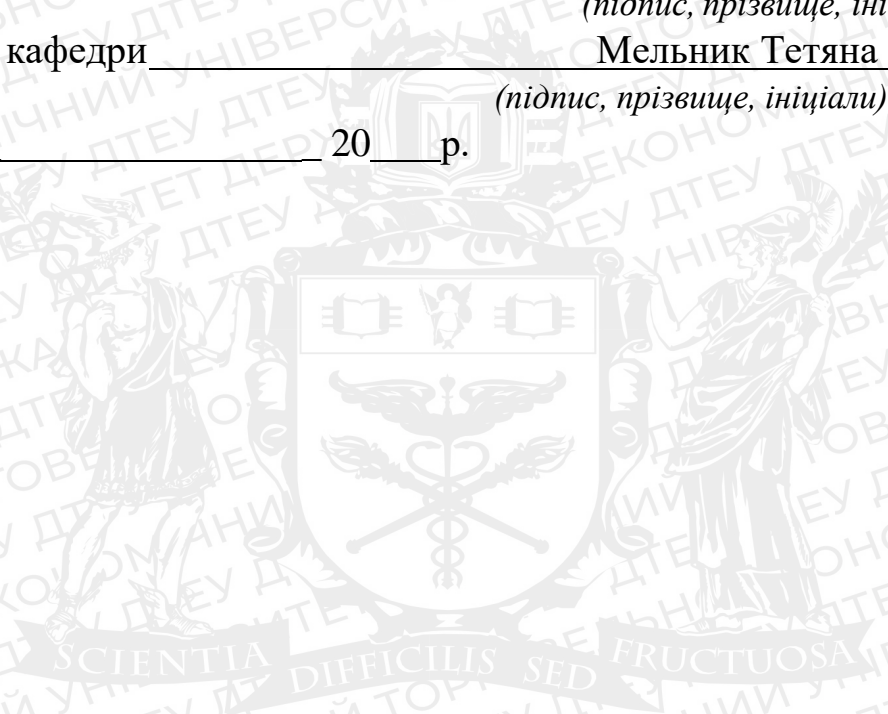
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Мельник Тетяна Миколаївна

(підпис, прізвище, ініціали)

«_____» _____ 20__ р.



АНОТАЦІЯ

Кралєв Н.А. «Організація імпорту електричних приладів на матеріалах ТОВ Епіцентр К», м. Київ»». Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» Освітньою програмою «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, 2023.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту електричних приладів з Китаю, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку електричних приладів, обґрунтування вибору Китаю як країни-контрагента для реалізації імпортного потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогностичну оцінку результативності поставки електричних приладів з Китаю.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, імпорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, електричні прилади, Китай.

SUMMARY

Kraliev N.A. "Organization of the import of electrical appliances using the materials of Epicenter K LLC", Kyiv). Manuscript.

Graduation qualification work in the specialty "Management" with educational program "Management of foreign economic activity". Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, 2023.

The graduation qualification work is devoted to the practical aspects of the organization of the import of electrical appliances from China, which includes: the study of the functioning of the enterprise subject to the FEZ, the analysis of the world market of electrical appliances, the justification of the choice of China as a counterparty country for the realization of the import potential of the domestic manufacturer, the implementation of the management decision regarding the import through the organizational provision and predictive assessment of the effectiveness of the delivery of electrical appliances from China.

Keywords: foreign trade entity, import, management decision, organizational support, electrical appliances, China.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»	
11.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»	10
11.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»	23
РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ – КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ЕЛЕКТРОПРИЛАДІВ	
2.1. Аналіз та вивчення основних тенденцій розвитку світового ринку електроприладів	32
2.2. Аналіз ринку електроприладів України	36
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ЕЛЕКТРОПРИЛАДІВ З КИТАЮ	
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю	42
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю	47
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58

ВСТУП

З точки зору короткострокового ринкового потенціалу, український ринок побутової електроніки входить до четвірки найбільших ринків серед усіх європейських країн і до двох найбільших ринків у Європі в довгостроковій перспективі.

Споживчі характеристики електроприладів дуже високі. Сьогодні ринок пропонує дуже широкий асортимент продукції. Це дозволяє споживачам задовольнити свої вподобання при виборі продукції, але водночас ускладнює контроль якості у разі виявлення прихованих дефектів у пристроях або виникнення суперечок між сторонами.

Оскільки дана група товарів має широкий асортимент, встановлення коду за УКТЗЕД є складним процесом при митному оформленні. Також однією з важливих причин недоплати митних платежів є неправильна класифікація електроприладів згідно з УКТЗЕД, заниження їх митної вартості.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що тема даної роботи є актуальною.

Метою роботи є вивчення організації імпорتنих поставок електроприладів на матеріалах ТОВ Епіцентр.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- оцінити виробничо-господарську діяльність, фінансовий стан та сукупний дохід ТОВ «Епіцентр К»;
- проаналізувати імпорتنу діяльність ТОВ «Епіцентр К»;
- провести аналіз та вивчення основних тенденцій розвитку світового ринку електроприладів;

- проаналізувати ринок електроприладів України;
- розглянути організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю;
- провести прогнозну оцінку результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю.

Об'єктом роботи є імпортна діяльність ТОВ «Епіцентр К».

Предметом роботи є теоретичні та практичні аспекти організації імпортних поставок електроприладів на матеріалах ТОВ «Епіцентр К».

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.



РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

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

Назва: «ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«ЕПІЦЕНТР К»

ЄДРПОУ: 32490244

Основний вид діяльності:

47.78 Роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах.

Компанія «Епіцентр-К» - національна мережа сучасних будівельно-господарських гіпермаркетів з широким асортиментом товарів відповідно до європейських стандартів обслуговування. ТОВ "Епіцентр-К" 27.08.2003 р. 02139, вул.Київ, вул. Братиславська, 11.

За 10 років розвитку відкрито 42 гіпермаркети по всій Україні, 36 у регіонах та 6 у центрі. Хмельницький «Епіцентр-К» був відкритий 15 грудня 2007 року. Максимально повне задоволення потреб споживачів і девіз компанії «Покупець завжди правий!» Для реалізації основного девізу компанія постійно вдосконалюється, вдосконалює сервіс, розширює асортимент продукції та послуг. практика.

Керівництво ТОВ «Епіцентр-К»:

1. Голова товариства - Герега Олександр Володимирович;
2. Директор з корпоративних фінансів - Герега Галина Федорівна;
3. Корпоративний віце-президент - Суржик Тетяна Федорівна;
4. Генеральний директор товариства - Михайлишин Петро Йосипович;

5. Регіональний директор Західного регіону – Юрій Яковлев;

6. Директор Східний регіон-Артари-Колум Борис Юрійович;

«Епіцентр К» має загальну площу 18 000 кв. і може обслуговувати близько 10 000 покупців. Наразі перший поверх цього гіпермаркету є найбільшим у Європі.

Мережа гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр-К» реалізує всю продукцію, яка використовується для будівництва, ремонту та оздоблення. Продукти розділені на 10 частин, від великих будівельних об'єктів до декору з більш ніж 1 мільйоном частин. Мережа «Епіцентр-К» пропонує товари вітчизняного та іноземного виробництва (Польща, Іспанія, Німеччина, Росія, Франція, Китай, Туреччина).

Продукція доставляється у великі мережі супермаркетів за допомогою нашого транспорту та співпраці з 5000 постачальниками товарів. ТОВ «Епіцентр-К» розраховане на будь-яку категорію клієнтів і може задовольнити потреби будь-якого клієнта. Експерти ринку прогнозують, що цей сегмент ринку продовжить розвиватися, навіть якщо інфраструктура України буде занепадати протягом тривалого часу. Клієнтами компанії є великі будівельні компанії і роздрібні покупці. Завдяки своєму досвіду та прагненню підвищувати якість послуг і розширювати вибір продукції, компанія склала жорстку конкуренцію іншим будівельним галузям по всій Україні.

Прогресивне управління організацією сприяє розвитку співробітників, кар'єрному росту та зростанню матеріального забезпечення всіх співробітників компанії. Основні види діяльності ТОВ «Епіцентр-К»:

1. Наша мета – створити максимально комфортні умови для будівництва, обслуговування та планування будинків для кожного жителя України.

2. Наша місія – забезпечити українців широким асортиментом якісних і доступних товарів. Зручна технологія обслуговування економить час клієнтів

та надає повний спектр товарів і послуг в одному місці.

3. Наша стратегія — стати лідером на українському ринку роздрібної торгівлі «туди-сюди». Розвиток та розширення великих мереж супермаркетів у всіх обласних центрах та великих містах України, що пропонують різноманітні товари та забезпечують високий рівень обслуговування споживачів. Гіпермаркет безпосередньо підпорядковується директору гіпермаркету, який призначається генеральним директором. Гіпермаркет є юридичною особою, яка сплачує внески до фондів пенсійного та соціального страхування щодо нарахованої та виплачуваної заробітної плати працівникам а також є платником окремих податків відповідних податкових органів.

Аналіз попиту є основою дослідження ринку. Метою аналізу є кількісна оцінка потенціалу (ємності) ринку та фактичного рівня початкового попиту.

Товарний попит підприємства «Епіцентр-К» - це частина ринкового попиту, що відповідає частці підприємства (бренду) на основному товарному ринку в процесі моніторингу ринку, аналізу попиту та прогнозування продукції підприємства. Щоб оцінити розмір ринку, необхідно різними методами оцінити обсяг продажів кожного продукту, що продається компанією, визначити тенденцію попиту на окремий товар, а також спрогнозувати попит і пропозицію інших компаній.

Найпоширенішими методами збору вихідної інформації є: спостереження, експеримент, дослідження. В ТОВ «Епіцентр-К» відділ маркетингу знаходиться під постійним контролем відділу маркетингу під керівництвом комерційного директора.

ТОВ «Епіцентр-К» чітко зафіксувало виконання договору про поставку товару за кількістю та термінами. Крім того, дотримання умов доставки та рівномірність поставок є дуже важливими для торговельних компаній, оскільки це гарантує безперервний збут товару та не потребує додаткової інвентаризації у вигляді страхових запасів, щоб уникнути регулярних перебоїв

у збуті. Доставка і нерівномірна доставка.

Визначення правил роботи гіпермаркету:

1. Основні правила приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу.
2. Порядок реалізації товарів.
3. Вимоги до продавців.
4. Графік роботи магазину.

Статутом гіпермаркету ТОВ «Епіцентр-К» визначено товарний профіль та вид діяльності.

Після закінчення робочого дня продавець припиняє роботу строго за встановленим графіком роботи. Покупцям нагадуємо закрити магазин за кілька хвилин до закриття, щоб обслуговувати покупців, які вже зробили свій вибір.

Реалізація товарів в гіпермаркеті ТОВ «Епіцентр-К» здійснюється всіма громадянами в звичайних умовах. Магазин має сертифікати встановленого зразка на всю реалізовану продукцію, яка потребує сертифікації. Покупці гіпермаркету «Епіцентр-К» мають право перевіряти ціну та якість товару на предмет правильності і наявності сертифікатів якості.

У правилах магазину зазначено, що продавці зобов'язані надавати інформацію, яка містить наступну інформацію:

- найменування товару;
- виробник продукції;
- вказати стандарти, яким має відповідати продукція;
- відомості про споживчі характеристики продукту;
- ціна товару та умови закупівлі.

Продавці гіпермаркету ТОВ «Епіцентр-К» вимагають:

- знати види товарів та їх характеристики, використання, способи використання та способи обслуговування, а також вміти надати покупцям та

допомогти у виборі товарів;

- бути уважним, терплячим і ввічливим.

Температуру і відносну вологість в гіпермаркеті контролюють термометрами і психрометрами, і при необхідності її можна регулювати в разі підвищеної вологості, провітрюючи і опалюючи приміщення або за допомогою осушувача, зволожуючи повітря в підземному приміщенні.

Основними елементами цього процесу є:

1. Зустрітися з клієнтами та визначити їхні потреби. При вході в магазин покупець зустрічає привітний продавець. Разом з тим гарне враження залишила і охайність працівників магазину, впорядкованість та охайність торгового залу. Метою ідентифікації клієнта є визначення його зв'язку з моделлю, стилем та іншими характеристиками товару. Продавець виконує цю операцію ввічливо та дбайливо.

2. Викладка та презентація товарів. Визначившись із наміром покупця, продавець представляє відповідний товар.

3. Допомога у виборі товарів. Продавці зосереджуються на ефективності одного продукту, а не на відсутності інших подібних продуктів.

4. Надайте допоміжні рекомендації. При необхідності продавець надає кваліфіковану консультацію покупцеві.

5. Відповідальність за надання покупцеві супутніх товарів несе продавець.

Тому діяльність ТОВ «Епіцентр-К» є не тільки ефективною та прибутковою, а й має високі темпи зростання. Організаційний план постачання ТОВ «Гіпермаркет».

«Епіцентр-К» задовільний, це продумана і раціональна стратегія ефективної роботи. Можна сказати, що комплексні послуги, які надає покупцям ТОВ «Епіцентр-К», задовільні.

Фінансовий аналіз базується на фінансовій звітності компаній, опублікованій Державною податковою службою України на порталі відкритих даних.

На рис 1.1 наведена динаміка активів ТОВ «ЕПЦЕНТР К» за 2019- 2020 рр.

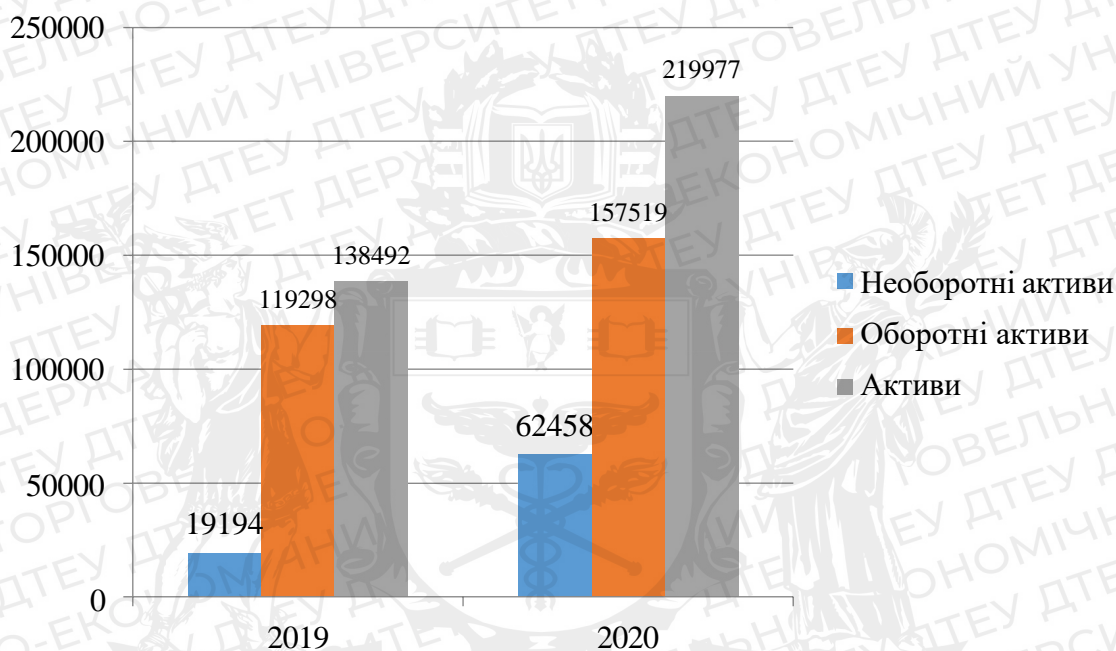


Рис. 1.1. Динаміка активів ТОВ «ЕПЦЕНТР К» у 2019-2020 рр., тис. грн.

Як видно зі збільшення активів на 20,69%, економічний потенціал зростає.

Іншими словами, збільшується кількість активів, якими володіють компанії.

Той факт, що активи зростають швидше за доходи від реалізації товарів і послуг, свідчить про необхідність пошуку резервів оптимізації структури наявних активів

Таблиця 1.1

Горизонтальний аналіз активів ТОВ «ЕПЦЕНТР К» у 2019-2020

рр., тис. грн.

Показник	2019	2020	Абс. приріст, тис. грн	Відн. приріст, %
			2020-2019	2020/2019
Незавершені капітальні інвестиції	11532	54297	42765	371%
Необоротні активи	19194	62458	43264	225%
Запаси	61019	82603	21584	35%
Дебіторська заборгованість за продукцію, роботи, послуги, товари,	48417	53942	5525	11%
Оборотні активи	119298	157519	38221	32%
Активи	138492	219977	81485	59%

Зростання балансу пов'язане зі збільшенням як оборотних активів (+7,35%), так і необоротних активів (+38,09%).

На рис. 1.2 зображена динаміка джерел фінансування підприємства.

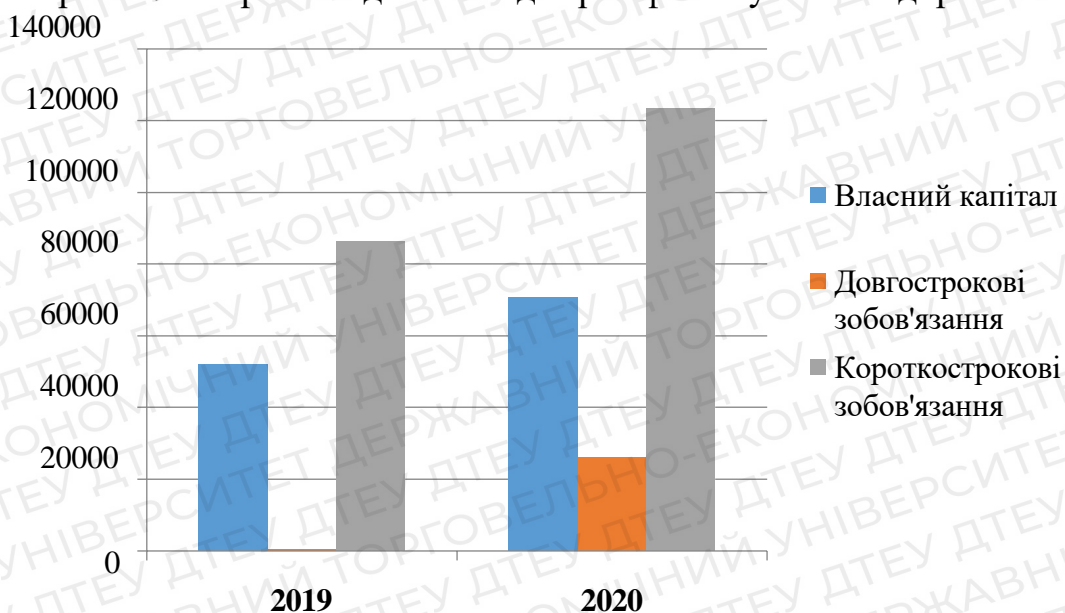


Рис. 1.2. Динаміка джерел фінансування ТОВ «Епцентр К» у 2019-2020 рр., тис. грн.

Обсяг доступних джерел фінансування для залучення активів зростає за рахунок зростання власного капіталу (+21,4%), короткострокових (+11,54%) та довгострокових зобов'язань. (+96,66%).

Таблиця 1.2

Горизонтальний аналіз пасивів (джерел фінансування активів)

ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» у 2019-2020 рр., тис. грн.

Показник	2019	2020	Абс. приріст, тис. грн	Відн. приріст, %
			2020-2019	2020-2019
Зареєстрований (пайовий капітал)	29342	50000	20658	70%
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	22627	20661	-1966	-9%
Власний капітал	51969	70661	18692	36%
Довгострокові кредити банків	370	25937	25567	6910%
Довгострокові зобов'язання	370	25937	25567	6910%
Товари, роботи, послуги	59128	85861	26733	45%
Інші поточні зобов'язання	3953	27235	23282	589%
Короткострокові зобов'язання	86153	123379	37226	43%
Баланс	138492	219977	81485	59%

Збільшення розміру власного капіталу свідчить про підвищення рівня добробуту власників нерухомості.

Збільшення загальної суми зобов'язань, навіть якщо воно призводить до посилення залежності від зовнішніх постачальників фінансових ресурсів, повніше розкриває потенціал підприємства.

Таблиця 1.3

**Показники стійкості та платоспроможності ТОВ «ЕПЦЕНТР К» у
2019-2020 рр., частка одиниці**

Показник	2019	2020	Абс. приріст, тис. грн	Відн. приріст, %
			2020-2019	2020-2019
Фінансова автономія	0,38	0,32	-0,06	-16%
Поточна ліквідність	0,22	0,51	0,29	132%

Значення поточної ліквідності нижче нормативної межі (1,5), що свідчить про можливість втрати платоспроможності в найближчому майбутньому.

Відобразимо показник ЕВІТ ТОВ «ЕПЦЕНТР К» на рис. 1.3.

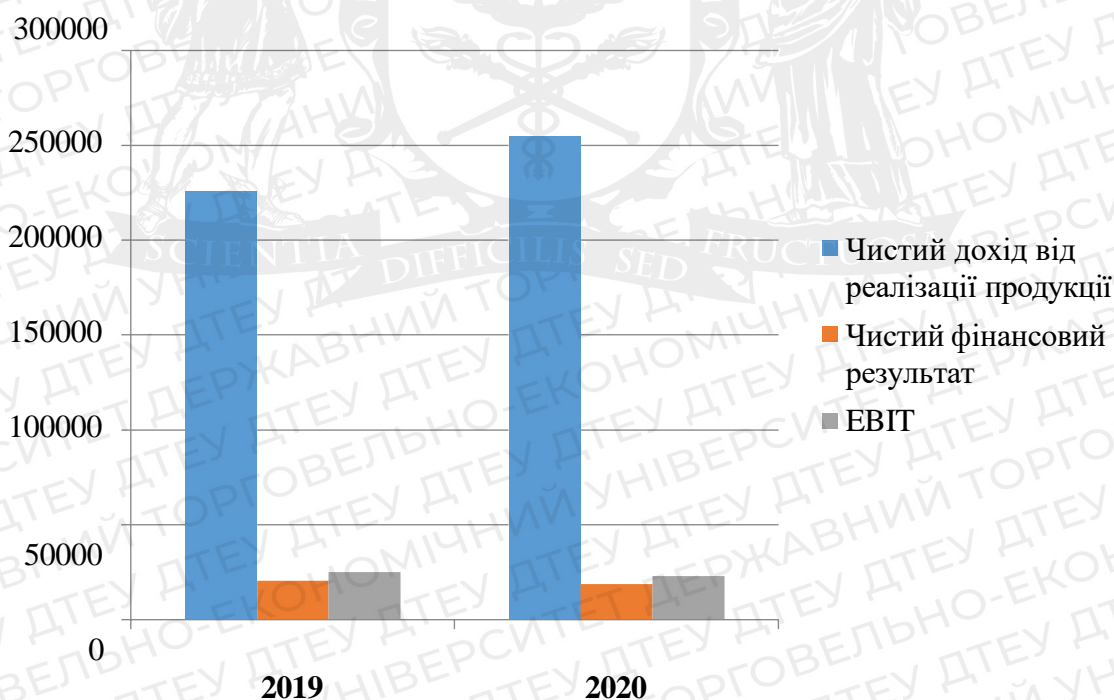


Рис. 1.3. Динаміка фінансових результатів ТОВ «Епіцентр К» у 2019-2020 рр., тис. грн.

Спостерігається збільшення чистого доходу від реалізації товарів і послуг на 14,56%, що свідчить про високу конкурентоспроможність у динамічному середовищі.

Сума чистого доходу компанії позитивна (3171204 тис. грн. у 2020 році), що свідчить про продуману бізнес-модель. Для кращого розуміння здатності керівництва досягати поставлених задач потрібно враховувати показники прибутковості.

У 2019-2020 роках рентабельність активів перевищила інфляцію, що свідчить про реальне зростання вартості активів компанії.

Рентабельність капіталу — це показник того, наскільки ефективно використовується власний капітал, тобто скільки прибутку отримано на кожну гривню залученого власного капіталу. Цей показник є найважливішим для власників (акціонерів, учасників), оскільки дозволяє визначити зростання їхнього добробуту протягом аналізованого періоду. Також цей показник використовується при оцінці вартості акцій компанії, оскільки рентабельність власного капіталу дозволяє визначити, на які дивіденди можуть розраховувати власники акцій або наскільки збільшиться вартість їхніх акцій.

Він розраховується як відношення чистого прибутку компанії до середньої вартості власного капіталу за той же період.

Для визначення привабливості підприємства як об'єкта інвестування доцільно порівняти рентабельність власного капіталу та рентабельність альтернативних напрямків капіталовкладень власниками.

Для зручності розрахунків використовуються дані Національного банку України про середню дохідність вкладів за останні три роки. (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Середня доходність депозитів за 2019-2020 рр.

Рік	Показник
2019	4,1
2020	10,43

Джерело: <https://index.minfin.com.ua/banks/deposit/company/>

У 2020 році рентабельність активів перевищила інфляцію, що свідчить про реальне зростання вартості активів компанії.

Для визначення привабливості підприємства як об'єкта інвестування доцільно порівняти рентабельність власного капіталу та рентабельність альтернативних напрямків капіталовкладень власниками. Для зручності розрахунку використовуються дані Національного банку України щодо середньої прибутковості депозитів за 2020 рік. Таким чином, перевищення рентабельності власного капіталу за альтернативним інструментом свідчить про те, що рівень багатства власників компанії зростає швидше, ніж у середньому на фінансовому ринку.

Таким чином, перевищення рентабельності власного капіталу за альтернативним інструментом свідчить про те, що рівень багатства власників компанії зростає швидше, ніж у середньому на фінансовому ринку.

Рентабельність продажів на основі чистого прибутку — показник рентабельності, який показує величину чистого прибутку (доходу підприємства за вирахуванням операційних витрат, відсотків, податків тощо), отриманого від кожної гривні продажів. Показник розраховується як відношення чистого прибутку до обсягу продажів. Собівартість являє собою частку прибутку компанії, що залишилася після вирахування всіх витрат поточного періоду. Також величина дозволяє приблизно спрогнозувати, на скільки зросте чистий прибуток підприємства із зростанням рівня продажів на день гривні.

Показник валової рентабельності у 2020 році має позитивне значення. Це свідчить про необхідність подальшого пошуку можливостей збільшення обсягів реалізації товарів і послуг з метою максимізації кінцевого фінансового результату.

1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Ринок електроприладів – один з небагатьох, де частка представництва вітчизняних виробників вкрай незначна. Сьогодні вона обчислюється кількома відсотками. На даний час на українському ринку електроприладів цілком панує імпорт. Його частка становить близько 85% від загального обсягу. Найчастіше зустрічаються товари азіатського, зокрема, китайського походження, головною перевагою яких є невисока вартість. У недорогому сегменті популярністю також користуються польські моделі електроприладів, більшість яких відрізняється гарною прочністю [13].

Щодо імпорту електроприладів на ТОВ «Епіцентр К», існують відомості підприємства. Наведемо дані про електроприладів на ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 роки (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Сумарний обсяг імпорту Електроприладів на ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 роки (тис. дол. США)

2018		2019		2020	
Вартість	Вага нетто, т	Вартість	Вага нетто, т	Вартість	Вага нетто, т
12818	2057	13738	1894	13998	1789

Джерело: складено автором на підставі даних підприємства

За даними табл. 2.5 можна побачити, що сумарний обсяг імпорту електроприладів в період 2018-2020 років збільшувався з 11951 до 13738 тис. дол. США.

Зобразимо ці дані на рис. 1.4.

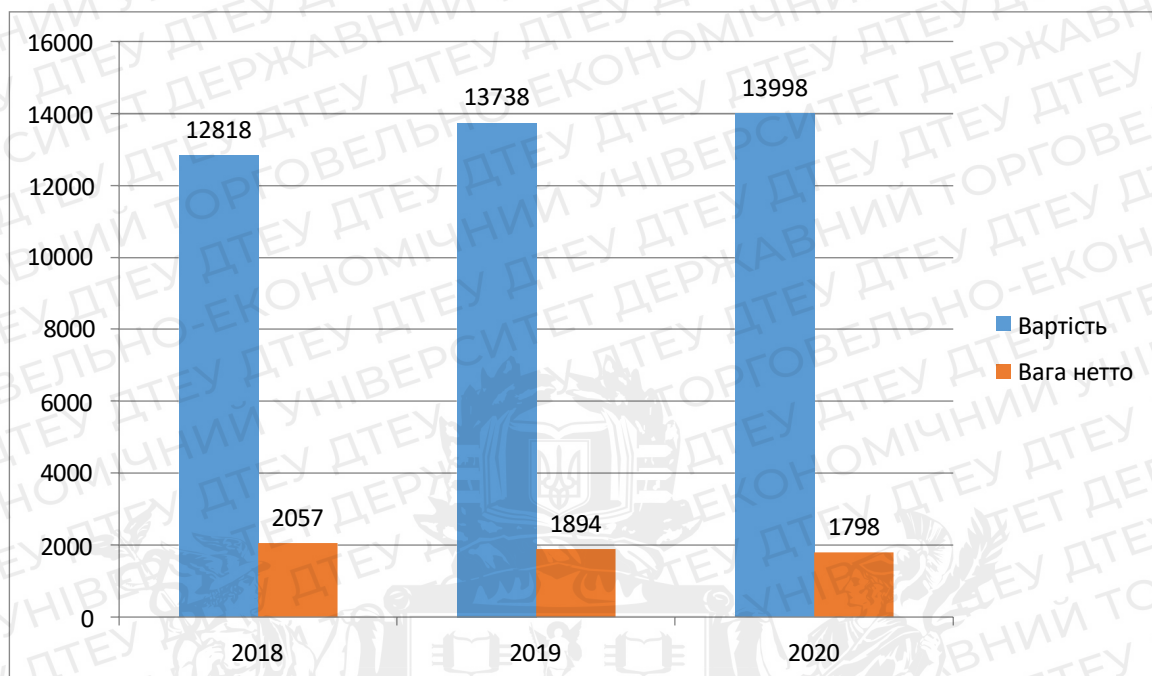


Рис. 1.4. Структура сумарного обсягу імпорту електроприладів на ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 роки (тис.дол.США; тонн)

Наведемо дані зовнішньої торгівлі ТОВ «Епіцентр К» з основними країнами за період 2018-2020 років (табл. 2,6).

З даних табл. 1.6 можна побачити, що найбільша частка імпорту електроприладів на підприємство надходить з Китаю з питомою вагою 53,2%, найменший імпорт складає 2,3% з інших країн.

Таблиця 1.6

Імпортні операції ТОВ «Епіцентр К» з основними країнами – контрагентами за 2018-2020 роки

Країна	Імпорт, тис. дол. США		Питома вага, %	
			імпорт	
Китай	7797	2020 рік	60,83	
Польща	3866		30,16	
Італія	651		5,08	
Інші	504		3,93	
Разом	12818		100	
Китай	10046		73,13	
Польща	2966		21,59	

Італія	363	2019 рік	2,64
Інші	363		2,64
Разом	13738		100
Китай	6358	2018 рік	53,2
Польща	4877		40,81
Італія	441		3,69
Інші	275		2,3
Разом	13998		100

Джерело: складено автором на підставі даних підприємства

За 2019 рік найменший імпорт складає 3,93% з інших країн.

Найбільшим імпортером електроприладів є Польща – 92,58%.

За 2020 рік найменший імпорт складає 2,64% з інших країн.

Найбільшим імпортером електроприладів є знов Польща – 71,82%.

Аналізуючи всі ці дані, можна сказати, що за період 2018-2020 років найбільшим імпортером за весь період є Польща.

Загалом можна зробити висновок, що імпортні операції є основним джерелом валютних надходжень компаній-резидентів. Створення сприятливих правових та податкових умов для українських підприємств у сфері імпортних операцій стимулюватиме зростання надходження іноземної валюти до держави.

Проаналізуємо показник рентабельності, який також є важливим при аналізі діяльності ЗЕД ТОВ «Епіцентр К». Отже, для повного розуміння ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Епіцентр К» необхідно розрахувати норму прибутку (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Розрахунок рентабельності імпортних операцій та загальної рентабельності реалізації ТОВ «Епіцентр К» в 2018-2020 рр.

№	Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.
1.	Обсяг імпортних операцій	785,9	2531,1	6177,2
2.	Фактичний обсяг виручки від реалізації з врахуванням імпортних операцій	2556	16328	22675
3.	Прибуток від реалізації імпортованих товарів	101,01	229,84	935,55

4.	Загальний прибуток від реалізації до оподаткування	190,5	1561,8	2770,5
5.	Рентабельність імпорту	13,89	8,41	14,38
6.	Рентабельність загальної реалізації	8,72	11,12	13,78

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Таким чином, виходячи з даних таблиці, видно, що рентабельність імпортованих операцій майже завжди вища за рентабельність загального обсягу продажів. Наприклад, у 2018 році рентабельність імпорту становила 13,89%, а рентабельність продажів – 8,72%. У 2019 році ситуація дещо інша, де рентабельність продажів була вищою за рентабельність імпорту – 11,12% та 8,41% відповідно. У 2019 році внаслідок значного зниження рентабельності імпорту ТОВ «Епіцентр К» розширило внутрішні закупівлі продукції. Що стосується 2020 року, то тут імпорту знову вигідніший за загальну реалізацію, рентабельність становить 14,38% і 13,78% відповідно. Така ситуація пов'язана в першу чергу з налагодженням тісних зв'язків із закордонними партнерами та постачальниками.

Рентабельність імпортованих операцій та рентабельність загального обсягу реалізації товарів можна побачити на рисунку 1.5.

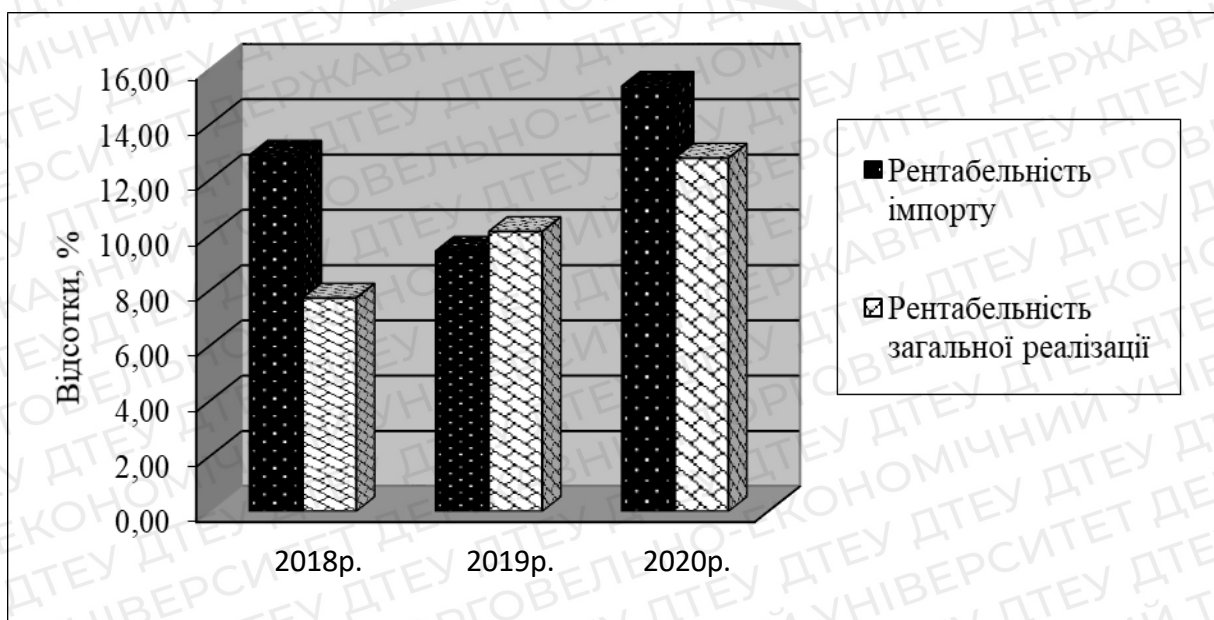


Рис. 1.5. Рентабельність імпортованих операцій та фактичного обсягу доходу від реалізації ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр.

Джерело: побудовано автором за даними підприємства.

Дослідження динаміки імпорتنих операцій та рентабельності продажів ТОВ «Епіцентр К» у 2019 році порівняно з 2018 роком дає підстави зробити висновок про збільшення обсягів імпорту за рахунок розширення зв'язків з іноземними партнерами. Загальний дохід від реалізації зріс на 32,21%. ТОВ у 2020 році порівняно з 2019 роком «Епіцентр К» ще більше розширив свої зарубіжні зв'язки та значно збільшив обсяги імпорту та його ефективність, що призвело до збільшення рентабельності імпорту до 65,37%.

Одночасно, загальний обсяг продажів збільшився на 26,21%. За досліджуваний період з 2018р. по 2020р. імпорт товарів зріс на 18,3%, а віддача від загального обсягу продажів - на 68,6% (табл. 1.8).

Таблиця 1.8

Динаміка загальної рентабельності продажу товарів та імпорتنих операцій ТОВ «Епіцентр К» в 2018-2020 рр.

Роки	Рентабельність імпорту, %	Рентабельність загальної реалізації, %
2018	12,90	7,75
2019	9,42	10,15
2020	15,40	12,80
Абсолютне відхилення		
2019 від 2018	-3,49	2,42
2020 від 2019	5,97	2,65
2020 від 2018	2,48	5,07
Темп приросту, %		
2019 від 2018	-25,97	32,21
2020 від 2019	65,37	27,21
2020 від 2018	18,30	68,60

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Схема динаміки прибутковості операцій імпорту і прибутковості від загального обсягу продажів наведено на рис. 1.6

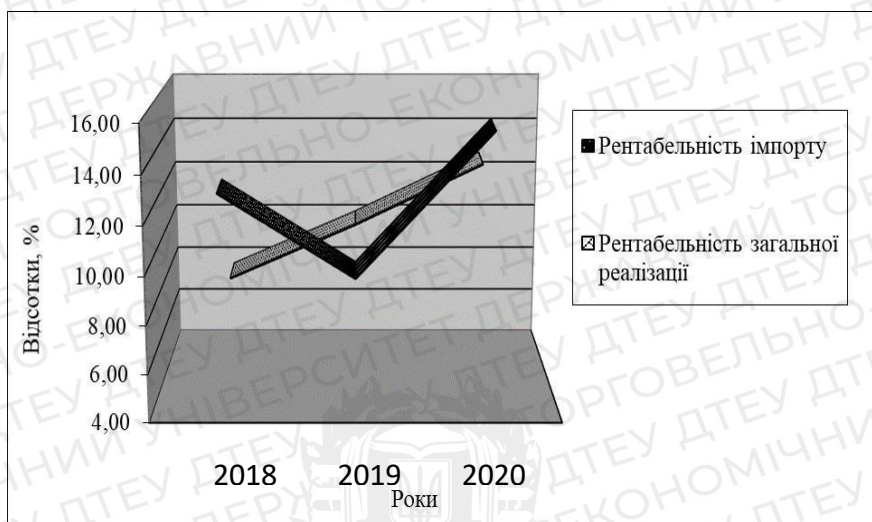


Рис. 1.6. Динаміка рентабельності імпортних операцій та фактичного обсягу виручки від реалізації ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 р.р.

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Для повного вивчення ефективності імпортних операцій необхідно розрахувати і порівняти рентабельність імпорту з можливими закупівлями товарів у посередників усередині країни. Такий аналіз необхідний для прийняття більш зваженого рішення щодо імпорту товару.

Таким чином, при здійсненні операцій тільки всередині країни результат їх здійснення становить 22,42 тис. грн., 108,28 тис. грн. та 145,52 тис. грн. відповідно у 2018, 2019 та 2020 роках, а їх ефективність становить 2,65%, 4,21% та 2,11% у 2018-2020 роках. Що стосується імпортних операцій, то результат від їх виконання становить 101,01 тис. грн., 229,84 тис. грн. та 935,55 тис. грн. 2018, 2019 і 2020 р., а ефективність становить 12,90%, 9,43% і 15,40% відповідно.

У цьому випадку економічну ефективність імпорту з метою реалізації імпортних товарів на внутрішньому ринку можна розрахувати наступним чином.

$$EE_{\text{імп}} = ЦР_i - ЦП_i \quad (1.1)$$

де $EE_{\text{імп}}$ – показник економічного ефекту імпорту, грн.;

$ЦР_i$ – ціна реалізації імпортованих товарів, не включаючи витрат, пов'язаних із реалізацією (реклама, маркетинг, транспорт і інші), грн.;

$ЦП_i$ - ціна придбання імпортних товарів, що включає усі витрати,

пов'язані з їх придбанням (ціна контракту, мито, транспорт, страхування, оплата послуг посередників і інші), грн.

Показник економічної ефективності імпорту і реалізації товару на внутрішньому ринку розраховується за формулою:

$$E_{\text{імп}} = \text{ЦРі} / \text{ЦПі} \quad (1.2)$$

Необхідною умовою ефективного імпорту та його доцільності є дотримання такої умови: $E_{\text{імп}} > 1$.

Для проведення такого аналізу складаємо таблицю 1.9.

Таблиця 1.9

Оцінка ефективності від здійснення імпорتنих операцій обраної категорії ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2020 рр.

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення, тис. грн.		Відносне відхилення, %	
				2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
1. Реалізація імпорتنих товарів, тис. грн.	875,91	2659,94	7011,75	1784,03	4351,81	203,68	163,61
2. Загальні витрати на придбання товарів на внутрішньому ринку України (у посередників), тис. грн., в т. ч.	853,49	2552,66	6867,24	1699,17	4314,58	199,08	169,02
- ціна товарів	819,35	2450,55	6592,55	1631,20	4142,00	199,08	169,02
- витрати на доставку	25,60	76,58	206,02	50,97	129,44	199,08	169,02
- витрати зберігання	8,53	25,53	68,67	16,99	43,15	199,08	169,02
3. Повні витрати при купівлі товарів за кордоном, тис. грн., в т. ч.	775,90	2431,10	6077,20	1655,20	3646,10	213,33	149,98
- ціна товарів	659,52	2066,44	5165,62	1406,92	3099,19	213,33	149,98
- витрати на доставку	100,87	316,04	790,04	215,18	473,99	213,33	149,98
- витрати зберігання	15,52	48,62	121,54	33,10	72,92	213,33	149,98
4. Економічний ефект від здійснення угод по купівлі товарів (прибуток від реалізації), тис. грн.	-	-	-	-	-	-	-
- на території України	22,42	107,28	144,52	84,86	37,23	378,45	34,70
- за кордоном	100,01	228,84	934,55	128,83	705,71	128,81	308,39

Джерело: побудовано автором за даними підприємства.

За результатами розрахунку ефективності імпорتنих контрактів ТОВ «Епіцентр К» можна відзначити, що вони є ефективними та більш вигідними порівняно з альтернативним варіантом закупівлі товару на внутрішньому ринку України.

Таким чином, при здійсненні операцій тільки всередині країни результат їх здійснення становить 22,42 тис. грн., 107,28 тис. грн. та 144,52 тис. грн. у 2018, 2019 та 2020 роках відповідно, а їх ефективність становить 2,63%, 4,20% та 2,10% у 2018-2020 роках.

Що стосується імпорتنих операцій, то результат їх виконання становить 100,01 тис. грн., 228,84 тис. грн. та 934,55 тис. грн. 2018, 2019 і 2020 р., а ККД становить 12,89%, 9,41% та 15,38% відповідно.

Таким чином, глибше вивчення імпорتنих операцій ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 роках дозволяє констатувати, що їх обсяг з кожним роком зростає, що зумовлює збільшення загального обсягу реалізації. Також слід зазначити, що рентабельність імпорتنих операцій є вищою порівняно з рентабельністю фактичного обсягу реалізації товарів підприємством, що зумовлено відсутністю товарних надбавок посередників та можливістю «Епіцентр К». ТОВ для закупівлі, доставки та зберігання великої партії товару з-за кордону.

Проте поряд з позитивними показниками рентабельності імпорتنих операцій ТОВ «Епіцентр К» має низькі показники фінансової стійкості, ліквідності та збереження оборотних коштів при швидкій оборотності, що дещо знижує ефективність зовнішньої діяльності підприємства. Це потребує розвитку торговельної діяльності та заходів щодо її вдосконалення.

РОЗДІЛ 2

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ – КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ЕЛЕКТРОПРИЛАДІВ

2.1. Аналіз та вивчення основних тенденцій розвитку світового ринку електроприладів

2020 рік став найнесподіванішим. Пандемія, весняний локдаун, постійні зміни карантинних обмежень, страх і нові умови для покупців – все це дестабілізувало ринок, і гравці ринку побутової техніки та електроніки не очікували великих продажів, але їм вдалося подолати ці труднощі і рік. Для них це виявилось дуже вдалим. У відповідь на обмеження роботи роздрібних магазинів ритейлери звернулися до онлайн-каналів продажів і активно розвивали багатоканальну торгівлю, яка буде характерною для ринку в майбутньому.

Обмеження, нові умови праці та відпочинку відбилися на продажу техніки. Українці перетворили свої домівки на комфортні місця для роботи та навчання, перетворили їх на розважальні центри та спробували спростити собі щоденні рутини, зокрема подорожі, за рахунок коштів. Такі тенденції разом із сезонними акціями призвели до значного зростання ринку побутової техніки та електроніки у всіх категоріях – +19% порівняно з 2019 роком. Лідерами стали такі категорії, як ІТ, гаджети, ігрові приставки та аксесуари, телевізори великої діагоналі.

Серед побутової техніки великим попитом користувалися кавоварка, кухонна техніка, роботи-пилососи та посудомийні машини. Також спостерігалось помітне зростання продажів у категорії електромобілів, з

обмеженнями через Covid-19 і тенденцією до електродвигунів, які сприяють продажам електросамокатів.

Споживчий кошик та витрати (в євро) на побутову техніку та електроніку (TCG), річне зростання у %

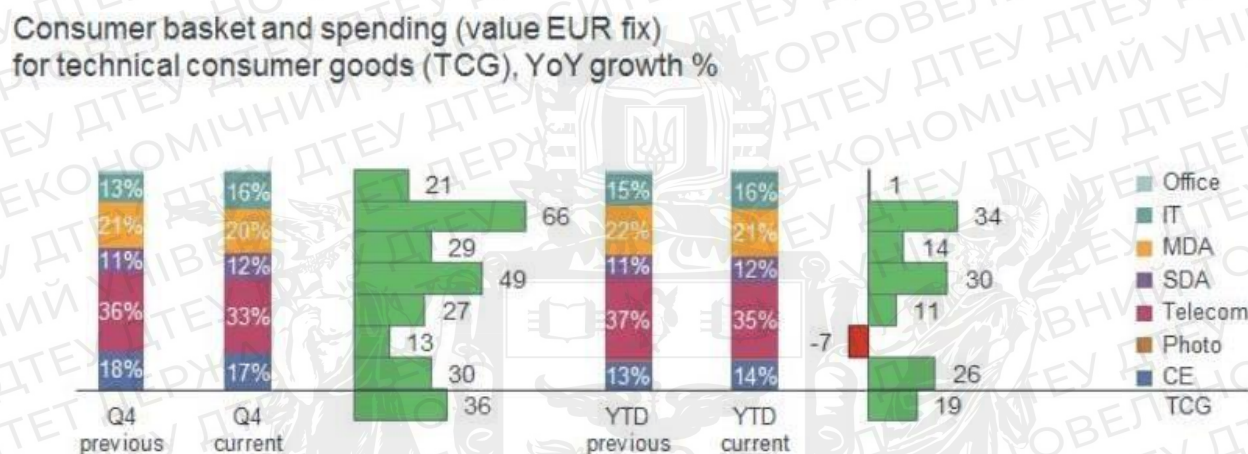


Рис. 2.1. Споживчий кошик та витрати (в євро) на побутову техніку та електроніку (TCG), річне зростання у %

З рис. 2.1 бачимо, що четвертий квартал 2020 року був успішним для ІТ-ринку України і склав чверть (+66) позитивної динаміки. Головна рекламна подія року - Чорна п'ятниця - перевершила минулий рік, а продажі досягли рекордних показників. Лідером попиту в Чорну п'ятницю (48-49 тижні 2020 року) стала побутова техніка. У результаті ринок великої побутової техніки зріс на 29% у вартісному вираженні, тоді як сектор малої побутової техніки продемонстрував значне зростання, досягнувши +49% порівняно з попереднім кварталом того ж року.

У четвертому кварталі 2020 року ринок побутової техніки продовжив демонструвати позитивну динаміку та двозначне зростання порівняно з

аналогічним періодом 2019 року. У четвертому кварталі 2020 року показники продажів у телекомунікаційній галузі продовжили покращуватися, досягнувши +27% порівняно з тим же кварталом 2019 року. Що стосується каналів продажів, онлайн-продажі під час локдауну у другому кварталі досягли рекордних показників за відсутності альтернатив, але залишилися лідером. Навіть відновлення офлайн-продажів у третьому кварталі, яке тривало в четвертому кварталі, не змогло наздогнати онлайн-продажі, які залишалися значно вищими, ніж у періоди до COVID, навіть під час Чорної п'ятниці.

Роздрібні продажі (фіксована вартість у євро) побутової техніки та електроніки, річний приріст у % (рис. 2.6).

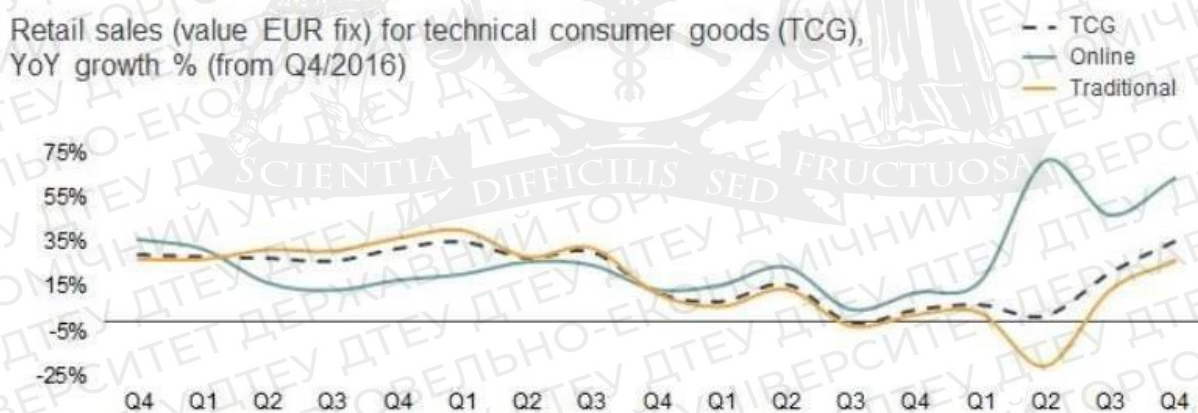


Рис. 2.2. Роздрібні продажі (фіксована вартість у євро) побутової техніки та електроніки, річний приріст у %

Значних втрат зазнав сегмент оргтехніки. У першому та другому кварталах ця група товарів характеризувалася рекордно низькими показниками, яких не було за останні 4 роки. Навіть незважаючи на звичний процес, продажі цієї категорії ще не повернулися до рівня 2019 року.

Зазначимо, що в майбутньому після пандемії очікується скорочення формату офісу.

Частка компаній, які працюють лише віддалено, істотно не зростає, але поєднання офісної роботи з дистанційною роботою є типовим для ринку, залежно від організацій, відділів чи окремих співробітників. У четвертому кварталі 2020 року Чорна п'ятниця, різдвяні розпродажі та очікування кінця січня, коли знову потрібно працювати та вчитися вдома, призвели до зростання попиту на ІТ-групу, зокрема, збільшення моніторів, пристрої зв'язку, камери. У сфері телекомунікацій найбільший приріст показали гарнітури – 20% порівняно з попереднім роком, а серед мобільних пристроїв середній приріст продажів показали смартфони (лише +3%).

Завдяки акустичним системам значно зросла категорія товарів для дому. Категорії, які мали значний вплив на сектор великої побутової техніки, це вбудовані варильні панелі та духовки, які зросли на +14% та +13% відповідно порівняно з попереднім роком. Посудомийні та сушильні машини показали найбільше зростання через відсутність присутності на українському ринку в попередні роки. Найбільшими рушійними силами малої побутової техніки в четвертому кварталі 2020 року були кухонні прилади та вентиляційні установки. Обладнання для напоїв, включаючи кавомашини та пилососи (особливо роботи), зробили значний внесок у загальне зростання сектора під час Чорної п'ятниці.

Загалом за рік, що супроводжувався падінням ВВП, здивували такі результати: за даними дослідницької компанії GfK, продажі окремих категорій товарів зросли майже на 20% порівняно з 2019 роком і досягли 106,5 млрд грн. Враховуючи, що загальний обсяг продажів побутової техніки та електроприладів в Україні на кінець 2019 року перевищив 101,4 млрд грн, ці показники є дуже високими, що на 6,3% більше, ніж минулого року. У 2018

році темпи зростання ринку побутової техніки та електроніки в Україні зросли на 25% і склали 95,8 млрд грн. Незважаючи ні на що, ми бачимо чітку позитивну динаміку продажів і бажання українців максимально полегшити виконання щоденних домашніх справ і урізноманітнити вільний час за допомогою технологій.

2.2 Аналіз ринку електроприладів України.

Внутрішня торгівля побутовою технікою та електронікою зазнала удару в рік масової війни росіян проти України, але вдалося втриматися.

Український народ споконвіку вирізнявся любов'ю до рідного дому та прагненням створити в ньому затишні та комфортні умови. Зазвичай для українця серед інших покупок пріоритетом була покупка різноманітної побутової техніки. Але з приходом на наші землі широкомасштабної війни російських загарбників, на жаль, мільйони наших громадян були змушені покинути свої затишні домівки та змінити місце проживання.

Враховуючи це та зменшення доходів, на початку російської агресії інтерес до побутової техніки значно знизився. Однак згодом попит на ці товари знову почав зростати, оскільки багатьом людям потрібно було обставити свої нові будинки або поповнити свої домівки після руйнівного штурму.

З іншого боку, магазини побутової техніки та електроніки зазнали мільйонних втрат під час Великої війни – втратили свої склади та торгові точки через ворожі обстріли та окупацію. Але незважаючи на це, вони продовжують працювати і намагаються задовольнити запити клієнтів.

За даними Асоціації ритейлерів України, частка непрацюючих магазинів у сфері торгівлі побутовою технікою та електронікою в лютому стабілізувалася на рівні близько 15% з грудня минулого року. Проте спостерігаються значні покращення порівняно з березнем минулого року, коли

було відкрито трохи більше половини (56 відсотків) із 980 магазинів.

Загалом 29 відсотків магазинів відновилися після різкого скорочення кількості магазинів, які були закриті минулої весни (з 44 відсотків до 23 відсотків), і поступового збільшення кількості відкритих магазинів у наступні місяці. рік війни. Відповідно, кількість закритих магазинів зменшилася до 146.

Зокрема, після початку повномасштабної військової окупації було повністю зруйновано 4 торгові центри мережі «Епіцентр» та частково пошкоджено ще два у містах Бух, Чернігів, Маріуполь та Херсон. Також деякі торгові центри були закриті через окупацію або відведення в зону активних бойових дій.

До війни працювало 80 торгових точок, з них 37 магазинів сучасного формату технологічних центрів «ЦеТе», 31 — звичайного формату, 12 — зовнішніх центрів видачі онлайн-замовлень. Зараз працює 75 магазинів, з них 40 у форматі «CeTe». 2 нові були відкриті під час війни і одна реформована. Кількість CWZ досягла 19».

У компанії «Фокстрот» повідомили, що в середині березня минулого року кількість працюючих магазинів перевищила 100, а в квітні – близько 80.

Внаслідок ворожого обстрілу повністю зруйновано шість магазинів (зокрема, у містах Маріуполь, Херсон, Харків), пошкоджено три – у Києві вже відновлені та працюють ТЦ Буча, Ірпінь, Retroville. . Сім магазинів, розташованих на тимчасово окупованих територіях, як нам відомо, були повністю розграбовані.

Зроблено висновок, що до 24 лютого минулого року було 169 пунктів, а зараз постійно працює 114 пунктів.

МОУО підкреслив, що втратив п'ять магазинів, але наразі неможливо адекватно проаналізувати всі втрати.

Станом на 24 лютого 2022 року в мережі МОУО 57 магазинів (5 з яких втрачено). У 2022 році було відкрито 11 нових магазинів. Сьогодні є 63

магазини в усіх регіонах України.

За даними опитування Deloitte в Україні, перед війною другий рік поспіль спостерігається важлива тенденція: онлайн зростання вдвічі більше, ніж офлайн. 22% респондентів заявили, що починають купувати більше онлайн, тоді як лише 9% сказали, що вони більше купують офлайн. І ця тенденція посилилася. Здебільшого завдяки наслідкам пандемії багато людей звикли до онлайн-шопінгу. Дослідження Soul Partners і Baker Tilly Ukraine показують, що в 2020 році обсяг ринку електронної комерції зросте на 41% і досягне \$4 млрд, що становить 8,8% від загального обсягу роздрібною торгівлі в Україні. До кінця 2021 року ця частка очікувалася на рівні 9,2% або 4,4 млрд доларів.

За останні роки один із найперспективніших сегментів, де магазини взагалі перетворюються на шоу-руми, зазнав чи не найбільших втрат. Йдеться про перебої в логістиці та накопиченні, як, наприклад, на центральному складі «Фокстрот» у Гостомелі. Оскільки логістика в країні зупинилася, компанії не знали, коли вони зможуть доставити поточні продукти клієнтам і, відповідно, який діапазон дат запропонувати під час онлайн-замовлень.

Після початку війни попит на все, що не можна брати з собою в дорогу, знизився в 5-10 разів - це телевізори, велика побутова техніка, вбудована техніка. Залишився попит на речі, а не на гроші, на те, що можна взяти з собою (смартфони, планшети, різноманітні гаджети, павербанки тощо). За словами генерального директора Comfy Ігоря Хізняка, спочатку ринок скоротився на 90-95%. До кінця травня обсяг продажів побутової техніки та електроніки вдвічі перевищує показники до 24 лютого. Все залежить від бізнесу, регіону, але в цілому по країні, по компанії це близько 50%.

Майже весь ринок діяв однаково та синхронно, тому результати були очікуваними: найбільше падіння обсягу продажів майже подвоїлося між березнем і квітнем. Відновлення продажів почалося в травні (рис. 2.7).



Рис. 2.3. Динаміка відновлення категорії електронної та побутової техніки

На зниження продажів безпосередньо вплинуло зниження всіх витрат, в тому числі і на рекламу. Фокстрот пояснює це так: менше реклами – менше трафіку – менше «чистого онлайн». З початком активних бойових дій та умов невизначеності це стало єдиною життєздатною стратегією роздрібних операторів. До 24 лютого частка «чисто онлайн» покупок, тобто в інтернет-магазині чи мобільному додатку Фокстрот мав 20-23%.

Зараз компанія спостерігає повернення людей і відновлення попиту, а з іншого боку продовжує жорстко контролювати всі витрати, включаючи рекламу. Фокстрот омніканальний ритейлер «чистий онлайн» зараз на 16-17%. За даними Promodo, на кінець травня ніша отримала в середньому 65% трафіку довоєнного періоду. Значно зріс середній чек – в середньому на 30%. Попит на різні види товарів цієї категорії змінюється від сезону до сезону. На це вплинули волонтерські ініціативи та перехід великої кількості айтишників.

У 2021 році Україна безпосередньо імпортувала з Китаю товарів на

\$4,217 млрд, більшість з яких становила електроніка.

Це підтверджується даними, зібраними Статистичним відділом ООН (UN Comtrade) і узагальненими в інтерактивних таблицях Trademap.

На інфографіці ми показуємо скорочену назву товару з естетичних міркувань. Під інфографікою - пряме посилання на таблицю з митними кодами та повна розшифровка (англійською мовою) (рис. 2.8).



Рис. 2.4. Імпорт з Китаю до України

Загалом, існують такі вагомі причини для імпорту електроприладів з Китаю:

1. Широкий асортимент: Китай є одним із найбільших у світі виробників електроприладів. Вони виробляють широкий спектр товарів, таких як побутова техніка, електроніка, електричні компоненти тощо. Це дозволяє українським підприємствам і споживачам купувати різноманітні товари.
2. Конкурентоспроможні ціни: китайська техніка зазвичай пропонується за конкурентоспроможними цінами порівняно з іншими країнами. Це може бути особливо привабливим для споживачів, які шукають низькі ціни на побутову техніку чи електроніку.
3. Великі масштаби виробництва: Китай має великі масштаби виробництва, що дозволяє виробляти електроприлади великими партіями. Це дозволяє задовольнити

потреби українських ринків у великій кількості товарів.

4. Якість і стандарти: багато китайських виробників працюють над покращенням якості своєї продукції та впровадженням міжнародних стандартів. Деякі з них також мають сертифікати якості, що підтверджують відповідність продукції вимогам безпеки та якості.

5. Інновації: Китай активно інвестує в дослідження та розробку нових технологій в електронній промисловості. Вони виробляють високотехнологічні продукти, такі як смартфони, комп'ютери, планшети та дрони.



РОЗДІЛ 3

РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ЕЛЕКТРОПРИЛАДІВ З КИТАЮ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю.

Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності набула чинності як номенклатура митного тарифу України і призначена для цілей тарифного регулювання зовнішньої торгівлі, статистики зовнішньої торгівлі та митного оформлення товарів [6].

Уточнюємо код УКТЗЕД позиції, що декларується за МД, а саме електроприлади.

Першим етапом визначення коду УКТЗЕД є визначення відділу, до якого безпосередньо класифікується товар. Далі необхідно визначити групу, до якої відносяться електроприлади. Далі – відповідно посада, підпозиція та категорія, підкатегорія [9].

1. Проаналізувавши всі розділи, електротехнічні пристрої входять до XVI розділу класифікатора «Машини, обладнання та механізми; електричне обладнання; їх частини; звукозаписувальна та звуковідтворювальна апаратура, телевізійна та звукозаписувальна чи звуковідтворювальна апаратура, їх частини та приладдя».

2. Товари групи 84 збираються за такими ознаками: реактори ядерні, котли, машини, обладнання та механічні пристрої; їх частини

3. Аналізуючи даний розділ, можна зробити висновок, що електроприлади входять до групи 84 «Реактори ядерні, котли, машини, устаткування та механічні пристрої; їхні частини».

Позицію було обрано 8438, так як, враховуючи, опис товару, що досліджується, та пояснення до УКТЗЕД, дана позиція включає в себе «Електроприлади».

Структура товарної позиції 8438 наведена в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Структура товарної позиції 8438 згідно з УКТЗЕД

Довідка по товару УКТЗЕД

Введіть код товару за УКТЗЕД

8438

??????

Можна ввести неповний код або текст для пошуку необхідного коду товару

▣ 8438	Обладнання для промислового приготування або виробництва харчових продуктів чи напоїв, не включене до інших угруповань, крім обладнання для екстрагування або виробництва тваринних, нелетких рослинних або мікробних жирів або олій:
▣ 8438 10	обладнання для виробництва хлібобулочних виробів, макаронів, спагеті або подібних виробів:
◇ 8438 10 10 00	обладнання для виробництва хлібобулочних виробів
◇ 8438 10 90 00	обладнання для виробництва макаронів, спагеті або подібних виробів
◇ 8438 20 00 00	обладнання для виробництва кондитерських виробів, какао-порошку чи шоколаду
◇ 8438 30 00 00	обладнання для цукрового виробництва
◇ 8438 40 00 00	обладнання для пивоварного виробництва
◇ 8438 50 00 00	обладнання для переробки м'яса або птиці
◇ 8438 60 00 00	обладнання для переробки фруктів, горіхів або овочів
▣ 8438 80	інше обладнання:
◇ 8438 80 10 00	для переробки кави або чаю
▣ [8438	інше:

80 9]	
◇8438 80 91 00	для виробництва або приготування напоїв
◇8438 80 99 00	інше
◇8438 90 00 00	частини

Для даного товару може бути визначено одна підкатегорія, це:

--- 8438 80 99 00 інше.

Відповідно до МКУ митні органи класифікують товари, тобто відносять їх до класифікаційних груп, визначених УКТЗЕД.

Декларант визначає код товару. У разі виникнення сумнівів посадова особа митниці може здійснити їх класифікацію згідно з УКТЗЕД [9].

Визначити основні ідентифікаційні ознаки для класифікації електро побутових приладів дуже складно, тому для уточнення характеристик товарів, які неможливо визначити візуально та потребують інших методів дослідження, митний орган готує заяву, а зразки та зразки досліджуються в митної лабораторії, що оформлюється відповідним висновком.

З метою встановлення достовірної інформації про електричні прилади та їх відповідність опису класифікаційних груп УКТЗЕД митні органи можуть вимагати від суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та громадян зразки цієї продукції та достовірні документи для класифікації. рішення [6].

Актуальною проблемою є класифікація електроприладів за УКТЗЕД, оскільки класифікація має бути достатньо детальною, щоб можна було легко знайти необхідний код товару.

Митне оформлення — це виконання митних формальностей, необхідних для випуску товарів і транспортних засобів комерційного, що використовуються в комерційних цілях [10].

Особа, яка подала декларацію для здійснення митного оформлення

товарів, зобов'язана надати посадовій особі митного органу Держмитслужби необхідні документи для здійснення митного оформлення, зокрема [11]:

- митна декларація;
- зовнішньоекономічний договір (контракт) купівлі-продажу товарів;
- міжнародна дорожня карта;
- рахунок-фактура (рахунок-фактура).

Управління митними процедурами здійснюється таким чином, щоб автоматично перевіряти правильність записів у митній декларації; порівняльний контроль - автоматизоване порівняння даних, що містяться в митній декларації та інших документах, з даними, що містяться в електронних копіях митної декларації та інших документів. Цей спосіб дозволяє спростити та скоротити терміни перевірки суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності інформації та даних, що вносяться до супровідних документів. Такий спосіб виключає можливість обміну даними та розбіжностей у супровідних документах. Це також зменшує ймовірність людської помилки [11].

Після подання митної декларації посадова особа приступає до перевірки митної декларації. Перше, на що варто звернути увагу – митний режим. Тут «ІМ 40 ДТ», тому використовується режим імпорту, а сама декларація має статус «додаткова декларація до попередньої тимчасової МД» і в графі №2 вказується відправник. Після перевірки відправника посадова особа перевіряє одержувача, зазначеного в графі 8 [12].

Посадова особа зобов'язана перевірити декларанта. Ці дані зазначаються у графі 14, а більш детальна інформація про суб'єкта декларування – у графі 54.

Після перевірки відомостей про декларанта необхідно визначити транспортний засіб та його державні номери та звірити дані, які зазначаються у графах 25, 26, 18, 21. Номер транспортного засобу, вид транскордонного/внутрішнього транспорту відповідає 30-му знаку

класифікатора.

Після цього посадовець має перевірити умови перевезення товару територією України.

Наступним кроком є перевірка графи 12, в якій міститься інформація про вартість. Загальна сума на рахунку в іноземній валюті 32 000. Операції проводяться в євро, ця інформація відображається в графах 22 та 24 МД. На момент заповнення декларації курс гривні до долара США становив 36,5686 гривні за євро [13].

Також посадова особа має відмітити графу 33, де вказується код товару згідно з УКТЗЕД. У нашому випадку код виглядає так: 8438. Опис товару та місця доставки вказані в графі 31.

Також відображається перевірка митного органу в'їзду/виїзду та її код, реквізити якого зазначаються у графі 29. У поданій декларації код митного органу Держмитслужби – UA205020.

У графі 33 документи, необхідні для перевезення цього конкретного вантажу з відповідним кодом, визначені в нормативно-правових актах, а перелік документів представлений у графі 44. Час початку та закінчення терміну дії також вказується в поданих документах [14].

Перевіряється нарахування митних платежів (графа 47). У нашому випадку є дві бази розрахунку: ввізне мито та податок на додану вартість.

Проведено документальну перевірку своєчасності, достовірності та повноти розрахунків і сплати митних платежів за тарифами.

За допомогою такої документальної перевірки, митниця забезпечує правильність заповнення митних декларацій і декларацій митної вартості та достовірність їхнього змісту, а також у своєчасність, точність, повноту нарахування та сплати митних платежів.

Таким чином, митний контроль та митне оформлення електро побутових приладів здійснювались відповідно до вимог чинного митного законодавства.

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» електроприладів з Китаю.

Згідно зовнішньоекономічного контракту №260 на підприємство ТОВ «Епіцентр К» були поставлені електроприлади з Китаю. Умови поставки, кількість, сума та ін. наведені в табл. 3.2.

Таблиця 3.1

Імпорт електроприладів

Митний режим	Імпорт
Опис товару	Електроприлади, 4000 шт. Країна виробництва - CN. Місце – 200. Пакування - картонні коробки.
Відправник	“INTER SPORT INC” 12834-72 STREET, EDMONTON, ALBERTA, T5C0P5, CHINA
Одержувач, декларант	ТОВ «Епіцентр К» м. Київ, вул. Гетьмана Полуботка, буд. 18, Код ЄДРПОУ – 39589174
Банківські реквізити	АТ "ЮНЕКС БАНК" МФО 322539, ЄДРПОУ 20023569
Дані про транспорт	До митниці оформлення товар переміщується автомобільним транспортом (AC4457BK/AC3166XT)
Умови поставки	СРТ (авто - Україна, м. Київ)
Митниця оформлення	Київська
Ціна товару за контрактом	32000 дол.США
Вага нетто, кг	1200 кг
Вага брутто, кг	1350 кг
Характер угоди	Купівля-продаж без посередництва
Спосіб розрахунку	Сплата митних платежів у безготівковій формі через рахунки, відкриті на ім'я митних органів в територіальних органах Державної казначейської служби

У предметі контракту зазначається, що продавець зобов'язується доставити, а покупець прийняти зазначений товар, оплатити його на умова, що зазначені в контракті.

Загальна сума контракту складає 32000 дол.США. Умови постачання

СРТ відповідно до Інкотермс – 2020.

Строк та умови платежу. Оплата товару здійснюється у валюті дол.США у 3- денний строк після отримання товару. У цьому пункті також зазначені банківські реквізити продавця.

За строками та умовою поставки товару продавець зобов'язаний поставити покупцю товар, електроприлади, в зазначений термін згідно з умовою поставки СРТ м. Київ.

Розрахунок ефективності імпорту

1. Розрахунок фактурної вартості партії (ФВ)

$$ФВ = Q * P,$$

де Q – кількість товару;

P – ціна одиниці товару.

$$ФВ = 4000 * 2925,488 = 11701952 \text{ грн}$$

2. Розрахунок митної вартості партії (МВ):

МВ=ФВ, оскільки умови поставки СРТ

$$МВ = 11701952 \text{ грн}$$

3. Розрахунок суми мита:

$$М = МВ * С_{MT}$$

де C_{MT} – ставка мита.

$$М = 11701952 * 0,2 = 2340390,4 \text{ грн}$$

4. Розрахунок податку на додану вартість

$$ПДВ = (МВ + М) * C_{ПДВ}$$

$$ПДВ = (11701952 + 2340390,4) * 0,2 = 2808468,48 \text{ грн.}$$

5. Розрахунок імпортової ціни контракту (ІЦК):

$$ІЦК = МВ + М + ПДВ + В_{P3}$$

де V_{P3} – витрати на розвантаження;

$$ІЦК = 11701952 + 2340390,4 + 2808468,48 + 10000 = 16860810,88 \text{ грн}$$

6. Розрахунок доходу від реалізації імпортової продукції на

внутрішньому ринку

$$VR_{IMP} = P_{BP} * Q$$

$$VR_{IMP} = 5000 * 4000 = 20000000 \text{ грн}$$

7. Розрахунок ефекту імпортової операції

$$E_{IMP} = VR_{IMP} - ІЦК$$

$$20000000 - 16860810,88 = 3139189,12 \text{ грн}$$

8. Розрахунок коефіцієнта ефективності імпортової операції

$$KE_{IMP} = VR_{IMP} / ІЦК$$

$$KE_{IMP} = 20000000 / 16860810,88 = 1,19$$

Згідно з даними розрахунками операція щодо імпорту електроприладів з Китаю є ефективною, оскільки коефіцієнт ефективності більше 1.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

При написанні дипломної роботи були поставлені та вирішені такі завдання:

- Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ "Епіцентр К". Діяльність ТОВ «Епіцентр-К» є не тільки ефективною та прибутковою, але й має високі темпи зростання. План організаційного забезпечення ТОВ «Епіцентр-К» задовільний, це продумана та раціональна стратегія ефективної роботи. Можна сказати, що комплексне обслуговування клієнтів ТОВ «Епіцентр-К» є задовільним. Надання різноманітних послуг покупцям є органічним продовженням торгово-технологічного процесу гіпермаркету. Ці послуги поділяються на три види: пов'язані з придбанням товарів; пов'язані з наданням допомоги покупцям у використанні придбаних товарів; пов'язані зі створенням зручних умов для походу в магазин.

- Проаналізовано імпорту діяльність ТОВ «Епіцентр К». Мінімальний імпорт у 2019 році – 3,93% з інших країн. Найбільшим імпортером електроприладів є Польща – 92,58%.

У 2020 році мінімальний імпорт з інших країн становитиме 2,64%.

Найбільшим імпортером електроприладів знову є Польща – 71,82%.

Загалом можна зробити висновок, що імпортні операції є основним джерелом валютних надходжень підприємств-резидентів. Створення сприятливих правових та податкових умов для українських підприємств у сфері імпортних операцій стимулюватиме зростання валютних надходжень до держави.;

- проведено аналіз та дослідження основних тенденцій розвитку світового ринку електропобутової техніки. Частка компаній, які працюють лише віддалено, незначно зростає, але поєднання офісної роботи з дистанційною роботою є типовим для ринку, залежно від організацій, відділів чи окремих співробітників. У четвертому кварталі 2020 року Чорна п'ятниця, різдвяні розпродажі та очікування кінця січня, коли знову доведеться працювати та вчитися вдома, призвели до зростання попиту на ІТ-групу,

зокрема, збільшення монітори, пристрої зв'язку, камери. У телекомунікаційній галузі найбільше зростання показали гарнітури - 20% в порівнянні з минулим роком, а серед мобільних пристроїв середній приріст продажів показали смартфони (лише +3%);

- Проаналізував ринок електроприладів України. На зниження продажів безпосередньо вплинуло зниження всіх витрат, в тому числі і на рекламу

- Розглянуто організаційне забезпечення імпорту ТОВ

"Епіцентр К" електротехніки з Китаю. ТОВ «Епіцентр К» приблизно оцінило ефективність імпорту електроприладів з Китаю. Відповідно до розрахунків імпортерна діяльність ТОВ «Епіцентр К» електропобутової техніки з Китаю є ефективною, оскільки коефіцієнт ефективності розрахункової імпоротної операції становить 1,19.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антикризовий менеджмент ЗЕД. URL: http://dipplus.com.ua/metodicheskiye-ukazaniya-i-informatsiya/article_post/antikrizoviymenedzhment-zed
2. Бабець І. Г., Полякова Ю. В., Мокий О. А. Міжнародний менеджмент інноваційної діяльності: підручник. Запоріжжя: Кругозір, 2016. 493 с.
3. Батченко Л. Є. Європейський менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб.: у 2 ч. Харків: Панов А. М., 2018. Ч. 1. 259 с.
4. Гобела В. В. Управління зовнішньоекономічною діяльністю & Management of Foreign Economic Activity: навч. посіб. Львів: ЛьвДУВС, 2021. 243 с.
5. Дунська А.Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика. Навчальний посібник. Київ: Кондор-Видавництво, 2013. 688 с.
6. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" // Відомості Верховної Ради Української РСР. - 1991. - № 29.
7. Зовнішньоекономічна діяльність: Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Європейський менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник : у двох частинах / Л.В. Батченко, К.Є. Мойсеєнко, Ю.В. Дятлова, В.В. Дятлова, О.Г. Ткаченко, О.І. Танчик , за редакцією В.В. Дятлової ; Міністерство освіти і науки України, Донецький державний університет управління. Харків : ФОП Панов А.М., 2018. у двох частинах : рисунки, таблиці.
9. Кириченко О.А. Реформи і зовнішня торгівля // Політика і час. - 2017. - № 3.

10. Лук'яненко Д.Г. Міжнародна економіка. - К., 2016.
11. Міжнародна економічна діяльність України : навчальний посібник / С.В. Бестужева ; Міністерство освіти і науки України, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 266 с.
12. Міжнародний менеджмент та логістика: навч. посіб. / А. Бардась [та ін.]. Дніпро: Герда, 2016. 294 с.
13. Міжнародний фінансовий менеджмент: навч. посіб. / [Кузьмін О. Є. та ін.]. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2015. 189 с.
14. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник / О.П. Гребельник ; Університет державної фіскальної служби України. Ірпінь : Університет ДФС України, 2019..
15. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчально-методичний посібник / Торгова Л.В., Хитра О.В. Львів : Новий Світ-2000, 2018. 508 с. : іл.
16. Панченко Є.М. Міжнародний менеджмент: Навч. посіб. - К., 2016.
17. Пітель Н. Я., Зборовська Ю. Л., Школьнік О. О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Умань: Сочінський М. М. [вид.], 2016. 228 с.
18. Рогач О. Багатонаціональні підприємства: підручник. Київ: Київський університет, 2019. 383 с.
19. Рут Франклін Р., Філіпенко Антон. Міжнародна торгівля та інвестиції: Пер. з англ.-К., 2015.

20. Тюріна Н.М., Карвацка Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2013. 408 с. URL: https://pidru4niki.com/1707090453866/ekonomika/formi_vihodu_pidpriyemstv_zo_vnishni_ri_nki

21. Форми виходу підприємств на зовнішні ринки. URL: <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3366/1/%D0%A2%D0%B5%D0%B3%D0%B09.pdf>

22. Хільська І. І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств: галузеві аспекти: монографія. Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2013. 204 с.

23. Global investment trends monitor: UNCTAD. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webdiaeia2014d5_en.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1.1

Звітність ТОВ «Епіцентр К» за 2019-2020 рр.

Баланс (Звіт про фінансовий стан). Активи

Назва показника	Код	2020	2019
Нематеріальні активи	1000	32720	12543
первісна вартість	1001	73004	44846
накопичена амортизація	1002	40284	32303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	3692156	1869460
Основні засоби	1010	15231712	12304648
первісна вартість	1011	21335058	17210534
знос	1012	6103346	4905886
інші фінансові інвестиції	1035	3129633	1755267
Відстрочені податкові активи	1045	23116	68629
I.Всього необоротних активів	1095	22109337	16010547
Запаси	1100	15389033	13885925
Виробничі запаси	1101	1545117	1918783
Незавершене виробництво	1102	43118	61279
Готова продукція	1103	302488	116654
Товари	1104	13498310	11789209
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2182479	1467824
з бюджетом	1135	1	0
з нарахованих доходів	1140	12	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3859491	4381455
Гроші та їх еквіваленти	1165	642802	921054
Готівка	1166	45989	37346
Рахунки в банках	1167	211115	11094
Витрати майбутніх періодів	1170	5399	7322
Інші оборотні активи	1190	336837	217473
II.Всього оборотних активів	1195	22416054	20881053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
БАЛАНС	1300	44525391	36891621

Продовження додатку А

Таблиця А.1.2

Бухгалтерський баланс (Звіт про фінансовий стан). Пасиви

Назва показника	Код	2020	2019
Зареєстрований (пайовий капітал)	1400	158610	158610
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	17688086	14542267
I. Всього власного капіталу	1495	17846696	14700877
Довгострокові кредити банків	1510	4142910	2008688
Інші довгострокові зобов'язання	1515	312170	256738
II. Всього довгострокових зобов'язань і забезпечень	1595	4455080	2265426
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	767497	776000
товари, роботи, послуги	1615	16290054	14514081
розрахунками з бюджетом	1620	326833	273257
у тому числі з податку на прибуток	1621	244727	215457
розрахунками зі страхування	1625	17379	24716
розрахунками з оплати праці	1630	137988	160208
за розрахунками з учасниками	1640	73	0
Поточні забезпечення	1660	539038	509245
Інші поточні зобов'язання	1690	4144753	3667811
III. Всього поточних зобов'язань і забезпечень	1695	22223615	19925318
БАЛАНС	1900	44525391	36891621

Додаток Б

Таблиця Б.1.1

Звіт про фінансові результати ТОВ «Епіцентр К» за 2019-2020 роки
(Звіт про сукупний дохід)

Назва показника	Код	2020	2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	50382425	43979194
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	35593670	30814751
Валовий: прибуток	2090	14788755	13164443
Інші операційні доходи	2120	737243	530835
Адміністративні витрати	2130	872759	751814
Витрати на збут	2150	8648047	7985945
Інші операційні витрати	2180	920408	254271
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	5084784	4703248
Інші фінансові доходи	2220	211555	3851
Інші доходи	2240	554085	354733
Фінансові витрати	2250	295646	250094
Втрати від участі в капіталі	2255	0	24516
Інші витрати	2270	1438592	363438
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	4116186	4423784
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	944982	821675
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	3171204	3602109
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0
Назва показника	Код	2020	2019

			19
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	3171204	3602109

Операційні витрати

Назва показника	Код	2020	2019
Матеріальні затрати	2500	1254935	887499
Витрати на оплату праці	2505	5208532	4711766
Відрахування на соціальні заходи	2510	1056667	952162
Амортизація	2515	1667998	1096995
Інші операційні витрати	2520	3465135	2581842
Разом	2550	12653267	10230264

Інші дані

Назва показника	Код	2020	2019
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0

