

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ
(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

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

Литвиненка
Артема
В'ячеславовича

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного
менеджменту

Серова
Людмила
Петрівна

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

П'янкова
Оксана
Василівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права
Кафедра міжнародного менеджменту
Спеціальність, освітня програма 073 «Менеджмент», ОП «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. кафедри _____
« » _____ 20__ р.

**Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студентові
Литвиненко А. В.**

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи
«Організація імпорту керамічної плитки (на матеріалах ТОВ «ЕПЦЕНТР
К»)»

Затверджена наказом КНТЕУ 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 аналіз організації імпорتنих операцій на рівні підприємства та ідентифікація основних недоліків у цьому процесі для формування практичних рекомендацій щодо вдосконалення та підвищення результативності та ефективності цих операцій.

Об'єкт дослідження організація імпорتنих поставок підприємства ТОВ «ЕПЦЕНТР К».

Предмет дослідження організація імпоротної діяльності ТОВ «ЕПЦЕНТР К».

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

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

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

1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «ЕПЦЕНТР К»

РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку керамічної плитки

2.2. Дослідження ринку керамічної плитки України

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПЦЕНТР К» КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ З ІСПАНІЇ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» керамічної плитки з Іспанії

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» керамічної плитки з Іспанії

5. Календарний план виконання роботи

| № пор. | Назва етапів випускного кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | |
|--------|--|-------------------------------|----------|
| | | За планом | Фактично |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи | до 15 грудня | виконано |
| 2 | Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу | до 1 лютого | виконано |
| 3 | Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи | до 15 березня | виконано |
| 4 | Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи | до 10 квітня | виконано |
| 5 | Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи | до 05 травня | виконано |
| 6 | Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівникові | до 15 травня | виконано |
| 7 | Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру | до 22 травня | виконано |
| 8 | Перевірка випускної кваліфікаційної роботи на унікальність | до 22 травня | виконано |
| 9 | Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії | за окремим графіком | виконано |
| 10 | Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії | за окремим графіком | виконано |

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

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Серова Л. П.

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми П'янова О. В. _____

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Литвиненко А. В. _____

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота Литвиненко А.В. є актуальною та присвячена оцінці ефективності імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К» в системі управління ЗЕД. Випускна кваліфікаційна робота складається зі змісту, вступу, основної частини (3 розділи), висновків і рекомендацій, літератури та додатків. Зміст параграфів повністю відповідає назвам частин і темі випускної кваліфікаційної роботи. Зміст і структура роботи відповідають вимогам і чинним стандартам для здобуття ступеня бакалавр.

Запропоновані рекомендації дозволять удосконалити організацію зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Випускна кваліфікаційна робота Литвиненко А.В. відповідає вимогам та рекомендована до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Литвиненко А. В. _____

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____

П'янова О. В.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

Мельник Т. М.

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 20 _____ р.

АНОТАЦІЯ

Литвиненко А. В. «Організація імпорту керамічної плитки (на матеріалах ТОВ «ЕПІЦЕНТР К», м. Київ)».

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту керамічної плитки з Іспанії, що передбачає: дослідження діяльності підприємства, аналіз світового ринку керамічної плитки, аналіз українського ринку керамічної плитки, обґрунтування вибору Іспанії як країни-постачальника керамічної плитки для українського ритейлера, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності імпорту керамічної плитки з Іспанії.

Ключові слова: ЗЕД, Епіцентр, імпорт, керамічна плитка, організаційне забезпечення.

SUMMARY

Lytvynenko A. V. «Organization of the import of ceramic tiles (based on the materials of «EPICENTR K» LLC, Kyiv) ».

Graduation qualification work in the specialty «Management», educational program «Management of Foreign Economic Activity». State University of Trade and Economics, Kyiv, 2023.

The graduation thesis is devoted to the practical aspects of the organization of the import of ceramic tiles from Spain, which includes: a study of the company's activities, an analysis of the world market of ceramic tiles, an analysis of the Ukrainian market of ceramic tiles, justification of the choice of Spain as a supplier of ceramic tiles for a Ukrainian retailer, the implementation of a management decision regarding imports through organizational support and predictive assessment of the performance of ceramic tile imports from Spain.

Key words: FEA, Epicenter, import, ceramic tile, organizational support.

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ВСТУП..... | 7 |
| РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПЦЕНТР К»..... | 9 |
| 1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «ЕПЦЕНТР К»..... | 9 |
| 1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «ЕПЦЕНТР К»..... | 17 |
| РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ..... | 24 |
| 2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку керамічної плитки..... | 24 |
| 2.2. Дослідження ринку керамічної плитки України..... | 31 |
| РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПЦЕНТР К» КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ З ІСПАНІЇ..... | 38 |
| 3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» керамічної плитки з Іспанії..... | 38 |
| 3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» керамічної плитки з Іспанії..... | 44 |
| ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ..... | 50 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 52 |
| ДОДАТКИ..... | 57 |

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних ринкових умовах стрімко зростає кількість компаній, які укладають договори з іноземними підприємствами. Для того, щоб така діяльність була економічно вигідною та ефективною, компанії намагаються мінімізувати витрати та знайти найкращі пропозиції на ринку.

Для великої кількості підприємств в умовах посилення конкуренції з боку імпоротної продукції, здійснення імпоротної діяльності стає чи не єдиною можливістю утриматися свої позиції на ринку.

Тому підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності шляхом проведення ефективних імпортних операцій є одним із пріоритетних напрямів розвитку багатьох підприємств.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є аналіз організації імпортних операцій на рівні підприємства та ідентифікація основних недоліків у цьому процесі для формування практичних рекомендацій щодо вдосконалення та підвищення результативності та ефективності цих операцій.

Для досягнення мети дослідження було поставлено та вирішено такі **завдання:**

- Оцінити виробничо-господарську діяльність, фінансовий стан та сукупний дохід ТОВ «ЕПЦЕНТР К»;
- Проаналізувати імпортну діяльність ТОВ «ЕПЦЕНТР К»;
- Визначити основні тенденції розвитку світового ринку керамічної плитки;
- Дослідити ринок керамічної плитки в Україні;
- Розробити алгоритм організації здійснення імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» керамічної плитки з Іспанії;
- Зробити прогнозну оцінку результативності імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» керамічної плитки з Іспанії.

Об'єктом дослідження є організація імпортних поставок підприємства ТОВ «ЕПЦЕНТР К».

Предмет дослідження: організація імпоротної діяльності ТОВ «ЕПЦЕНТР К».

База дослідження – ТОВ «ЕПЦЕНТР К».

Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань дослідження при виконанні роботи було використано такі методи наукового дослідження, як: описовий метод, метод фінансово-економічного аналізу, методи кількісного та якісного порівнянь, статистичний та графічний методи тощо. Такі методи як індукція та дедукція дали змогу сформулювати вступ, висновки до розділів і загальні висновки.

Інформаційною базою дослідження є статистичні дані міжнародних організацій (ІТС), звіти профільних компаній, фінансова звітність підприємства; видання галузевих підприємств; фірмові публікації, наукові публікації за тематикою дослідження та документація, надана ТОВ «ЕПЦЕНТР К».

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій та списку використаних джерел. Обсяг роботи становить 56 сторінок тексту. Робота містить 19 таблиць та 13 рисунків, 6 додатків, список використаних джерел налічує 36 найменувань.

Практична значущість отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані підприємствами для підвищення ефективності імпортової діяльності та для укладання угоди з новим постачальником.

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

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

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) «Епіцентр К» - це національна мережа будівельно-господарських гіпермаркетів, що є лідером роздрібної торгівлі в Україні.

Сьогодні компанія відома завдяки широкому асортименту товарів та європейським стандартам обслуговування. Однак свою діяльність вона розпочинала у 1996 році як невеликий магазин керамічної плитки у місті Києві, площа якого становила всього 25 м² [1].

Бізнес стрімко розвивався, тому згодом цей магазинчик став компанією «Цермет АГС», яка вже у 2000 році стала другою після компанії «Агромат» за обсягами реалізації керамічної плитки в Україні. Тому у 2001 році розпочалось планування будівництва великого магазину будматеріалів, прототипом якого стала французька мережа магазинів «Castorama» [2].

27 серпня 2003 року компанію ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» заснували подружжя Олександра та Галини Герег та Тетяна Суржик (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Загальні відомості про підприємство

| | |
|-----------------------------|---|
| Повна назва | Товариство з обмеженою відповідальністю «ЕПІЦЕНТР К» |
| Скорочена назва | ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» |
| Назва англійською мовою | "EPICENTR K" LLC |
| Організаційно-правова форма | Товариство з обмеженою відповідальністю |
| Юридична адреса | 04128, місто Київ, вулиця Берковецька, будинок 6-К |
| Основний вид діяльності | 47.78 Роздрібна торгівля іншими неживими товарами в спеціалізованих магазинах |
| Розмір статутного капіталу | 158 609 700 грн |
| Код ЄДРПОУ | 32490244 |
| Дата заснування | 27.08.2003 |
| Уповноважені особи | Директор – Михайлишин Петро Йосипович |
| Власники | <ul style="list-style-type: none"> • Герєга Олександр Володимирович – засновник (51,3%) • Герєга Галина Федорівна – засновник (47,97%) • Суржик Тетяна Федорівна – засновник (0,73%) |

Джерело: розроблено на основі [3]

Перший магазин мережі було відкрито у 2005 році у Києві на вулиці Братиславській [4]. Протягом наступних 2 років відкрилося ще два гіпермаркети в столиці. Після цього компанія вирішила розширювати свою діяльність у регіонах і 6 жовтня 2006 року було відкрито четвертий гіпермаркет мережі у Львові [5].

Найбурхливішим етапом розвитку ТОВ «ЕПЦЕНТР К» називають період 2007-2011 років, а піковими – 2012-2013 роки, коли компанія щорічно відкривала 8-9 нових торгових гіпермаркетів [6].

У 2013 році компанія придбала мережу гіпермаркетів «Нова лінія», яка налічувала 16 гіпермаркетів та логістичний комплекс «Калинівка» [4; 7]. Це дозволило підприємству розширити свою діяльність та значно спростити логістику, оскільки діяльність логістичного центру «Калинівка» дозволяє централізовано забезпечувати 75% поставок товарів у торговельні центри мережі. Крім того, на території цього центру розташований митний термінал, який надає повний комплекс послуг для здійснення митного оформлення товарів, що переміщуються через митний кордон України автомобільним та залізничним транспортом [8].

У 2016 році ТОВ «ЕПЦЕНТР К» створила власний онлайн-магазин «27.ua» (на технічній платформі якого у 2019 році створено інтернет-магазин «Epicentr.ua»). У тому ж році компанія придбала контрольний пакет акцій холдингу «Вінницька агро-промислова група», оскільки вирішила розвивати аграрний напрямок діяльності [9].

У період з 2014 до 2018 року було відкрито 14 нових торговельних центрів (ТЦ) «Епіцентр» в різних куточках України. Ще 8 нових ТЦ було відкрито у доковідному 2019 році [4].

На початок 2021 року торговельна мережа ритейлера об'єднувала 68 ТЦ «Епіцентр» та 11 гіпермаркетів «Нова лінія» [1]. Однак вже станом на жовтень 2022 року компанія налічувала 64 ТЦ «Епіцентр» та 9 гіпермаркетів «Нова лінія» в Україні. 9 гіпермаркетів було зруйновано російськими військами чи припинили свою діяльність [10].

Сьогодні група компаній «Епіцентр» — це потужна омніканальна система, яка об'єднує торговельні мережі «Епіцентр» та «Нова лінія», мережу мультибрендових спортивних магазинів «Інтерспорт-Україна», агрохолдинг «Епіцентр Агро», заводи з виробництва керамічної плитки «Epicenter Ceramic Corporation», виробництва та деревообробки - ЦБМ «Осмолода» та логістичні потужності [1].

Основним видом діяльності підприємства за класифікатором видів економічної діяльності (КВЕД) є роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах (47.78). При цьому, компанії займається ще понад 200 видами діяльності (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Основні види діяльності ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» із зазначенням
найменування виду діяльності та коду за КВЕД**

| | |
|-------|--|
| 47.78 | Роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах |
| 23.31 | Виробництво керамічних плиток і плит |
| 23.32 | Виробництво цегли, черепиці та інших будівельних виробів із випаленої глини |
| 46.15 | Діяльність посередників у торгівлі меблями, господарськими товарами, залізними та іншими металевими виробами |
| 46.19 | Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту |
| 46.22 | Оптова торгівля квітами та рослинами |
| 46.41 | Оптова торгівля текстильними товарами |
| 46.47 | Оптова торгівля меблями, килимами й освітлювальним приладдям |
| 46.90 | Неспеціалізована оптова торгівля |
| 47.41 | Роздрібна торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням у спеціалізованих магазинах |
| 47.52 | Роздрібна торгівля залізними виробами, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами в спеціалізованих магазинах |
| 52.10 | Складське господарство |
| 53.20 | Інша поштова та кур'єрська діяльність |
| 77.21 | Прокат товарів для спорту та відпочинку |
| 77.32 | Надання в оренду будівельних машин і устаткування |

Джерело: [3]

Тому не дивно, що у мережі гіпермаркетів ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» можна знайти будь-які предмети, для будівництва, ремонту та декору. Асортимент товарів представлений в різних секторах та налічує більше 416 тисяч найменувань, які представлені у 58 департаментах.

У мережі гіпермаркетів «Епіцентр» представлені товари як вітчизняного, так й іноземного виробництва. Щоб зрозуміти всю широту асортименту товарів,

представлених на полицях гіпермаркетів «Епіцентр» достатньо поглянути на різноманіття торгових відділів компанії (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Торгові відділи гіпермаркету «Епіцентр» та їх департаменти

| Номер відділу | Назва відділу | Департаменти відділу |
|---------------|------------------------------------|---|
| 10 | «Сад та город» | Товари для відпочинку, техніка, полив, товари для свят, зоотовари, садовий інвентар |
| 20 | «Інструменти» | Машини, обладнання, ручний інструмент, витратні матеріали |
| 30 | «Електротехніка» | Електромонтажне устаткування, декоративне, промислове і садово-паркове освітлення |
| 40 | «Вироби з металу» | Зберігання, кріплення, фурнітура, металопрокат, фарммаркет |
| 50 | «Декор» | Фарби, шпалери та покриття, побутова хімія та особиста гігієна |
| 60 | «Покриття для підлоги, плитка» | Керамічна плитка, лінолеум та килимове покриття, ламінат, паркет, продукти харчування |
| 70 | «Сантехніка» | Водопровід та інженерні системи, опалення, ванна кімната, змішувачі та кераміка, мийки та аксесуари, меблі для ванної |
| 80 | «Вироби з дерева» | Двері, покрівля, ПВХ, декор, сухі будівельні суміші, цемент та загальнобудівельні матеріали, мілітарі |
| 90 | «Будівельні матеріали» | Зовнішня обробка, внутрішня обробка та обладнання, ізоляція та облаштування приміщень, будівельна хімія |
| 100 | «Деко» | Посуд, подарунки, текстиль, канцтовари |
| 110 | «Дитячі товари» | Все для малюків, одяг та взуття, іграшки, меблі та відпочинок |
| 210 | «Автотовари та електроінструменти» | Автогрупа, електроінструменти, засоби захисту |
| 310 | «Побутова техніка» | Кліматичні системи, велика та дрібна побутова техніка, споживча електроніка, зображення та звук |
| 440 | «Меблі» | Кухні та кухонні меблі, житлові та офісні меблі |
| 800 | «Інтерспорт» | Спортивний одяг, спортивний інвентар, спортивне харчування |

Джерело: розроблено на основі наданих компанією даних

Щорічно торговельні центри «Епіцентр» відвідує понад 60 млн людей. Лояльність покупців підтверджується також низкою нагород, таких як: Переможець рейтингу «Топ-100 кращих компаній України» (2010-2017 роки), Кращий ритейлер України в сегменті товарів для дому та затишку (2018 рік) та багато інших. Крім того, ТОВ «ЕПЦЕНТР К» є переможцем міжнародних фестивалів, лауреатом щорічних національних премій, а також є переможцем Національного конкурсу-рейтингу «Бренд року» (2008 рік) [1].

Для більш глибокого аналізу діяльності компанії слід дослідити показники її фінансового стану та сукупного доходу. Це дозволить оцінити ефективність функціонування підприємства та визначити перспективи його подальшої діяльності.

Таблиця 1.4

**Аналіз основних фінансово-господарських показників діяльності ТОВ
«Епіцентр-К» у 2019-2021 рр., тис. грн.**

| Показники | Роки | | | Темпи приросту, % | |
|--|------------|------------|------------|-------------------|-----------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2020/2019 | 2021/2020 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 41 400 220 | 43 979 194 | 50 382 425 | 106,2 | 114,6 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 30 400 580 | 30 814 751 | 35 593 670 | 101,4 | 115,5 |
| Валовий прибуток | 10 999 640 | 13 164 443 | 14 788 755 | 119,7 | 112,3 |
| Інші операційні доходи | 260 235 | 530 835 | 737 243 | 204,0 | 138,9 |
| Адміністративні витрати | 540 040 | 751 814 | 872 759 | 139,2 | 116,1 |
| Витрати на збут | 6 623 200 | 7 985 945 | 864 8047 | 120,6 | 108,3 |
| Інші операційні витрати | 396 373 | 254 271 | 920 408 | 64,1 | 362,0 |
| Фінансові результати від операційної діяльності | 3 700 262 | 4 703 248 | 5 084 784 | 127,1 | 108,1 |
| Інші фінансові доходи | 180 000 | 3 851 | 211 555 | 2,1 | 5493,5 |
| Інші доходи | 52 000 | 354 733 | 554 085 | 682,2 | 156,2 |
| Фінансові витрати | 91 550 | 250 094 | 295 646 | 273,2 | 118,2 |
| Втрати від участі в капіталі | 0 | 24 516 | 0 | | |
| Інші витрати | 210 000 | 363 438 | 1 438 592 | 173,1 | 395,8 |
| Фінансові результати до оподаткування | 3 630 712 | 4 423 784 | 4 116 186 | 121,8 | 93,0 |
| Витрати з податку на прибуток | - 670 000 | - 821 675 | - 944 982 | 122,6 | 115,0 |
| Чистий прибуток | 2 960 712 | 3 602 109 | 3 171 204 | 121,7 | 88,0 |

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства (Дод.

А)

Основні фінансові показники ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» за досліджуваний трирічний період (2019-2021 роки) були такими (табл.1.4):

- 1) На підприємстві спостерігається стабільне збільшення суми активів. Так, у 2021 році сума активів становила 44 525 млн грн., що на 20,69% перевищує показники 2020 року. Така динаміка вказує на посилення господарського потенціалу підприємства, оскільки збільшується обсяг наявного у розпорядженні майна.

- 2) Спостерігається поступове збільшення зобов'язань підприємства: +20,22% у 2021 році порівняно з 2020. Така динаміка вказує на підвищення залежності компанії від зовнішніх постачальників фінансових ресурсів.
- 3) Значення показника чистого доходу від реалізації продукції у 2021 році становило 50 382 млн грн., що перевищує показники попереднього періоду на 14,56%. Аналогічно з цим показником зростає собівартість реалізованої продукції, що обумовлено збільшенням обсягів реалізації продукції підприємством.

Слід відзначити, що активи зростають швидше, ніж дохід від продажу товарів і послуг. Це свідчить про необхідність пошуку резервів оптимізації поточної структури активів [11].

Збільшення суми балансу підприємства у 2021 році, порівняно з 2020, зумовлене зростанням як оборотних (+7,35%), так і необоротних активів (+38,09%) (Дод. А).

При цьому, збільшення суми наявних джерел фінансування для залучення активів у 2021 році було зумовлено зростанням власного капіталу (+21,4%), короткострокових (+11,54%) і довгострокових зобов'язань (+96,66%) (Дод. А).

Для оцінки фінансового стану підприємства слід також проаналізувати такі показники, як ліквідність, рентабельність, платоспроможність та фінансова стійкість (табл. 1.5).

У 2021 році коефіцієнт загальної ліквідності ТОВ «ЕПЦЕНТР К» становив 1,01. Це означає, що на 1 гривню зобов'язань підприємства припадає 1,01 грн. поточних активів. За досліджуваний період значення показника постійно скорочувалося, що вказує на ризик втрати платоспроможності у короткостроковій перспективі.

Значення коефіцієнта швидкої ліквідності за 2021 рік показує, що на 1 гривню поточних зобов'язань припадає 0,30 грн. швидко ліквідних активів. В динаміці значення цього показника коливалося, тому ми не можемо зробити однозначних висновків.

Таблиця 1.5

Показники фінансового стану та платоспроможності ТОВ «ЕПЦЕНТР К» протягом 2019 – 2021 рр. (станом на 31/12)

| Показники | Норма | Фактично на дату | | | Абсолютний приріст | | Темпи приросту, % | |
|---|--------|------------------|----------|----------|--------------------|-------------|-------------------|-----------|
| | | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік | 2020 - 2019 | 2021 – 2020 | 2020/2019 | 2021/2020 |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 0,2-1 | 0,04 | 0,05 | 0,03 | 0,01 | -0,02 | 12,25 | -37,43 |
| Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття) | 2-2,5 | 1,09 | 1,05 | 1,01 | -0,04 | -0,04 | -4,07 | -3,75 |
| Коефіцієнт швидкої ліквідності | > 0,6 | 0,30 | 0,35 | 0,32 | 0,05 | -0,03 | 16,41 | -9,93 |
| Коефіцієнт фінансової стійкості (автономії) | >0,5 | 0,41 | 0,40 | 0,40 | -0,02 | 0,00 | -3,64 | 0,59 |
| Коефіцієнт фінансової заборгованості | <0,5 | 0,59 | 0,60 | 0,60 | 0,02 | 0,00 | 2,57 | -0,39 |
| Коефіцієнт фінансової залежності | Зменш. | 1,42 | 1,51 | 1,49 | 0,09 | -0,01 | 6,44 | -0,97 |
| Коефіцієнт покриття боргу | >1-1,5 | 1,09 | 1,05 | 1,01 | -0,04 | -0,04 | -4,07 | -3,75 |
| Рентабельність активів, % | | 9,83 | 9,76 | 7,12 | -0,06 | -2,64 | -0,65 | -27,06 |
| Рентабельність продажів, % | | 26,57 | 29,93 | 29,35 | 3,36 | -0,58 | 12,66 | -1,94 |
| Рентабельність власного капіталу, % | | 23,76 | 24,50 | 17,77 | 0,74 | -6,73 | 3,11 | -27,48 |
| Рентабельність операційних витрат, % | | 138,9 | 128,6 | 116,8 | -10,31 | -11,80 | -7,42 | -9,17 |

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства (Дод. А)

Підсумовуючи, значення показників ліквідності компанії ТОВ «ЕПЦЕНТР К» є значно нижчими, за нормативні, що вказує на можливу недостатність ресурсів підприємства для погашення його поточних зобов'язань А отже даний аспект потребує особливої уваги керівництва.

Сума чистого прибутку компанії є додатною (3 171 млн грн. у 2021 році), що вказує на продуману бізнес-модель підприємства (Дод. А). Проте для кращого розуміння здатності менеджменту досягати поставлених цілей слід розглянути показники рентабельності.

У 2021 році значення коефіцієнта рентабельності активів становило 7,12, що на 27,06% менше за значення 2020 року. Даний показник показує скільки

прибутку приносить кожна гривня активів компанії та дає розуміння, наскільки ефективно менеджмент використовує активи фірми для генерації прибутку.

Тож, додатне значення цього коефіцієнта вказує на те, що активи підприємства приносять прибуток компанії. Більше того, значення цього коефіцієнта за досліджуваний період перевищувало інфляцію, що свідчить про реальне зростання вартості наявних у компанії активів [11]. Проте слід зважати на те, що в динаміці простежується поступове скорочення цього показника.

За досліджуваний період значення коефіцієнта фінансової стійкості ТОВ «ЕПЦЕНТР К» було більш менш стабільним, та перебувало у межах 0,40-0,41. Тобто, компанія може самостійно профінансувати близько 40% своїх активів.

Коефіцієнт фінансової залежності підприємства у 2021 році, порівняно з 2020 роком зменшився на 0,97% та становив 1,49. Така динаміка вказує на зменшення залежності підприємства від зовнішніх позик.

В цілому, фінансовий стан підприємства є задовільним. Однак значення деяких показників є меншим за норму, а отже цей аспект діяльності підприємства потребує особливої уваги.

2.1. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «ЕПЦЕНТР К»

Зовнішньоекономічна діяльність є надзвичайно важливим аспектом діяльності для компаній, які активно розвиваються та зростають та мають намір співпрацювати з партнерами з-за кордону.

Оскільки метою даної роботи є аналіз організація імпортих поставок для ТОВ «ЕПЦЕНТР К», то слід зосередитися саме на аналізі імпортової діяльності компанії.

Підприємства займаються імпортовою діяльністю з різних причин, зокрема:

1. Для отримання доступу до нових технологій: Іноді підприємствам потрібні іноземні товари, щоб отримати доступ до новітніх технологій, які не є доступними на внутрішньому ринку.

2. Для забезпечення необхідної кількості товарів: Імпорт дозволяє підприємствам забезпечити потрібну кількість товарів, які не виробляються в достатній кількості на внутрішньому ринку.
3. Для зниження вартості виробництва: Іноді імпортовані товари можуть бути дешевшими за аналогічні вироби на внутрішньому ринку, що дозволяє підприємствам збільшити прибуток.
4. Для отримання конкурентної переваги: Імпорт може допомогти підприємствам отримати конкурентну перевагу, якщо іноземні товари мають вищу якість або є унікальними, що дозволяє відмінитися від конкурентів на внутрішньому ринку.
5. Для задоволення попиту споживачів: Імпорт може бути використаний для задоволення попиту споживачів на товари або послуги, які не виробляються в Україні або не відповідають вимогам споживачів.

В цілому, імпортна діяльність може бути вигідною для підприємств, які шукають нові можливості, прагнуть знизити витрати або отримати конкурентну перевагу на ринку.

Для ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» імпортна діяльність є важливою з точки зору утримання лідерських позицій на ринку, оскільки конкуренція постійно зростає (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Ринкові позиції ТОВ «ЕПІЦЕНТР К», 2018 – 2020 роки

| Фінансовий індикатор | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік |
|--|----------|----------|----------|
| Місце компанії на ринку | 1 | 1 | 1 |
| Частка на ринку, % | 24,95 | 24,73 | 25,22 |
| Місце компанії на субринку | 1 | 1 | 1 |
| Частка на субринку, % | 91,84 | 92,89 | 93,19 |
| Місце компанії у секторі | 6 | 6 | 6 |
| Частка у секторі, % | 1,10 | 1,14 | 1,24 |
| Абсолютний приріст доходу, млн грн. | 7 752,9 | 4 288,4 | 4 697,0 |
| Відносний приріст доходу, % | 23,0 | 10,2 | 10,3 |
| Абсолютний середньорічний приріст доходу за 3 роки, млн грн. | 6 250,2 | 5 846,0 | 5 559,4 |

Джерело: розроблено на основі даних фінансової звітності компанії та [3]

Так, прямими конкурентами Епіцентру є французька мережа гіпермаркетів Leroy Merlin, що спеціалізуються на продажу товарів для будівництва, та шведський меблевий ритейлер ІКЕА, який у 2021 році відкрив перший офлайн-магазин у Києві [12].

Крім того, конкуренцію компанії також складає також низка вузькоспеціалізованих компаній, які діють на українському ринку. А отже, щоб втримати свої позиції у висококонкурентному середовищі компанія ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» має постійно пропонувати споживачам щось нове та якісно відрізнитися від інших компаній на ринку.

Основними групами товарів, які імпортує підприємство, є:

- 6907 – плитка та плити для мостіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні неглазуровані; кубики керамічні неглазуровані для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї;
- 9401 – меблі для сидіння (крім включених до товарної позиції 9402), які перетворюються або не перетворюються на ліжка, та їх частини;
- 7020 – інші вироби зі скла;
- 7013 – посуд столовий, кухонний, туалетні речі, канцелярське приладдя, вироби для оздоблення житла або аналогічних цілей;
- 4411 – плити деревоволокнисті з деревини або з інших здерев'янілих матеріалів з додаванням або без додавання смол або інших органічних зв'язувальних речовин (Дод. Б).

ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» імпортує товари з понад 40 країн світу. У 2021 році найбільше поставок здійснювалося з Китаю (18,13% від загального імпорту компанії), Польщі (11,08%), Німеччини (6,04%), Іспанії (1,81%) та Російської Федерації (0,81%) (рис. 1.1).

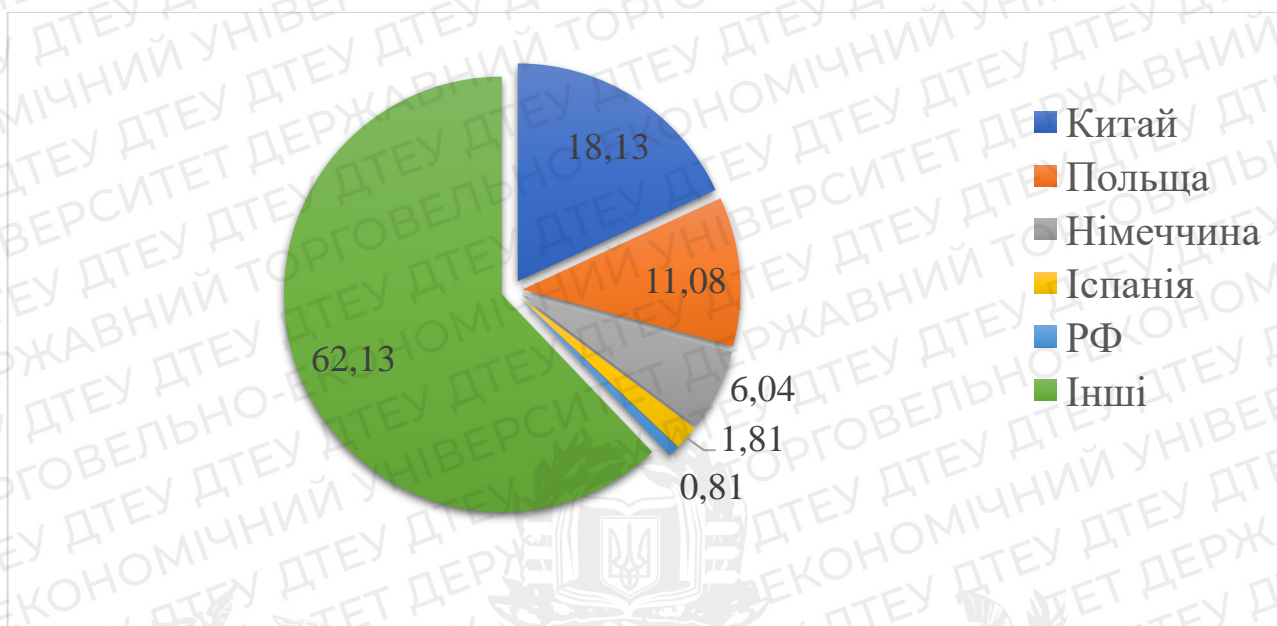


Рис. 1.1. Географічна структура імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К», 2021 рік

Джерело: розроблено автором на основі (Дод. Б)

З цих даних можна зробити висновок, що основна частина імпортованих поставок припадає на країни Європейського Союзу, що є економічно вигідним для підприємства, оскільки витрати на транспортування товарів будуть значно нижчими, ніж з країн Азії.

Проте цей факт не відмінняє того, що найбільшим постачальником продукції для ТОВ «Епіцентр К» є Китай. І це не дивно, оскільки країна виробляє переважну більшість товарів, які ми можемо бачити на полицях багатьох магазинів.

Загалом, підприємство активно займається імпортною діяльністю, про що свідчить зростання обсягів імпорту на 13,23% у 2021 році, порівняно з 2019 роком. Незначне зменшення обсягу імпорту (-8,21%) було зафіксоване у 2020 році, що можна пояснити торговельними обмеженнями та логістичними проблемами, які виникли після спалаху пандемії коронавірусу (рис. 1.2).

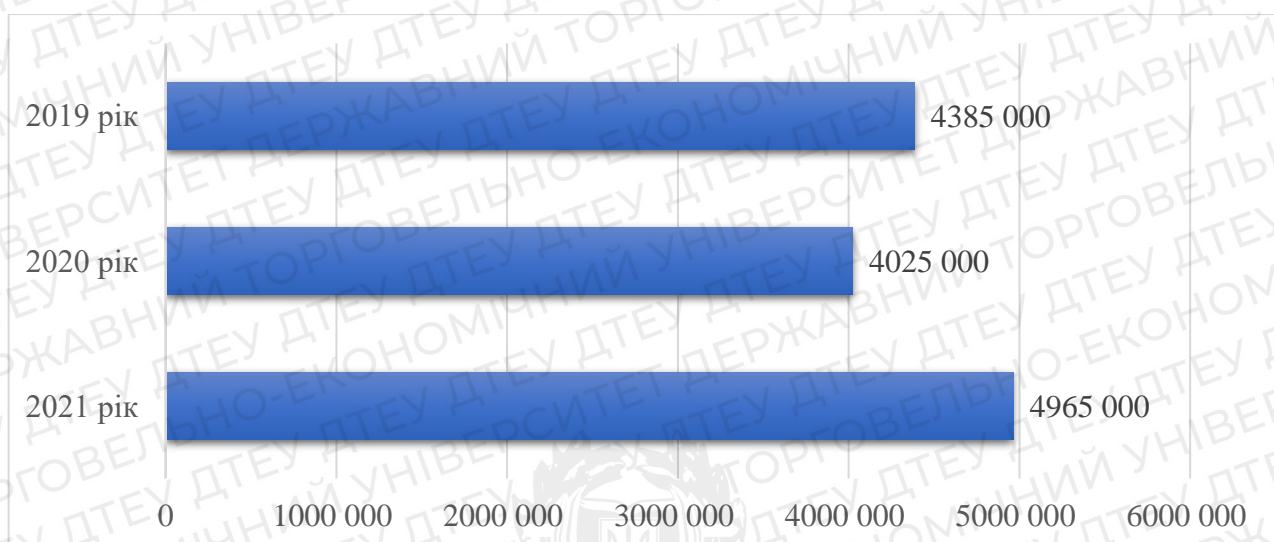


Рис. 1.2. Обсяги імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» в тисячах гривень, 2019-2021 роки

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Якщо аналізувати динаміку зміни доходу від ЗЕД компанії ТОВ «ЕПЦЕНТР К» за період трьох років, можемо побачити, що зростають показники чистого доходу від реалізації продукції (+14,6% у 2021 порівнюючи з 2020), в тому числі зростає чистий дохід від реалізації імпоротної продукції, а саме керамічної плитки (+4,8% у 2021 році порівняно з 2020) (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Динаміка доходу від зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ЕПЦЕНТР К» протягом 2019-2021 років

| Показник | Роки | | | | |
|--|--------------|--------------|------------------|--------------|------------------|
| | 2019 | 2020 | | 2021 | |
| | Фактично | Фактично | темп приросту, % | фактично | темп приросту, % |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн. | 41 400 220,0 | 43 979 194,0 | 6,2 | 50 382 425,0 | 14,6 |
| Чистий дохід від реалізації імпоротної продукції (керамічна плитка) | | | | | |
| - сума, тис. грн | 910 804,8 | 1 033 511,1 | 13,5 | 1 083 222,1 | 4,8 |
| - питома вага, % до доходу | 2,20 | 2,35 | 6,8 | 2,15 | - 8,5 |

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства (Дод. А)

Якщо графічно зобразити співвідношення динамки чистого доходу від реалізації імпоротної продукції та питому вагу імпорту керамічної плитки підприємства, можемо побачити, що у 2019-2020 роках відбувалося стабільне зростання показників. Але у 2021 році відбулося зниження частки імпортних закупівель, що пов'язане з пандемією коронавірусу (рис. 1.3).

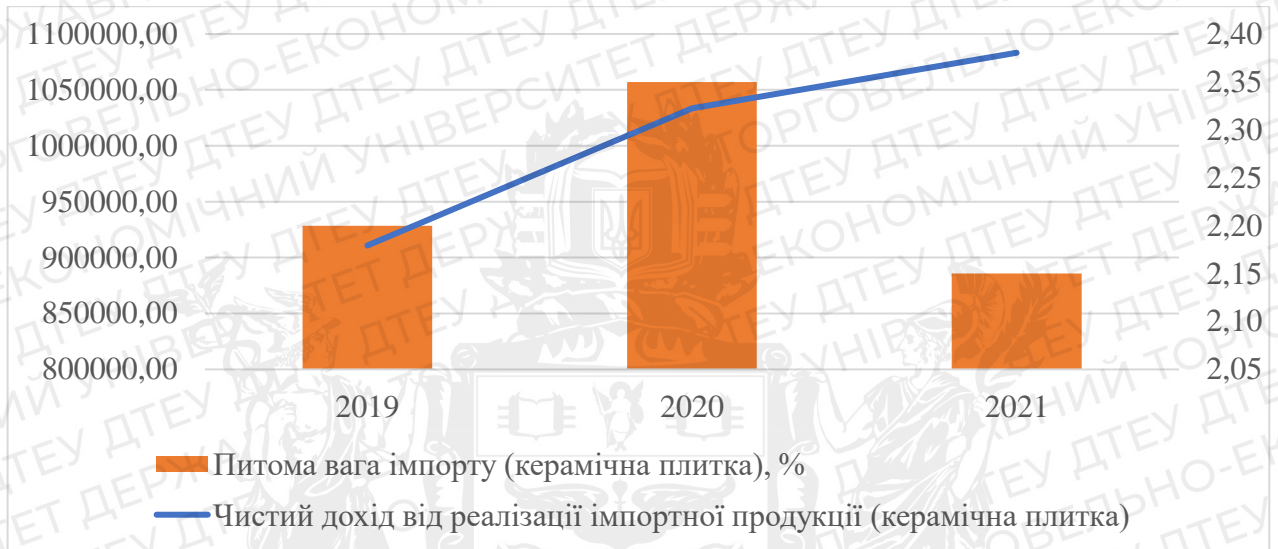


Рис. 1.3. Динаміка питомої ваги імпоротної діяльності ТОВ «ЕПЦЕНТР-К» протягом 2019-2021 рр. (товарна позиція – «керамічна плитка»)

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Для подальшого дослідження та розробки обґрунтованих рекомендацій доречно також проаналізувати показники ефективності та рентабельності імпоротної діяльності компанії (табл. 1.8).

Таблиця 1.8

Динаміка показників ефективності імпортних операцій ТОВ «ЕПЦЕНТР К» протягом 2019-2021 рр., тис. грн. (товарна позиція «Керамічна плитка»)

| Показники | 2019 рік | | 2020 рік | | 2021 рік | |
|--|----------|----------|----------|-------------------|-----------|-------------------|
| | Фактично | Фактично | Фактично | Темп зростання, % | Фактично | Темп зростання, % |
| Чистий дохід від реалізації імпоротної продукції | 910804,8 | 910804,8 | 910804,8 | 100,0 | 1083222,1 | 118,9 |
| Собівартість реалізованої продукції | 541560,0 | 549300,0 | 549300,0 | 101,4 | 758250,0 | 138,0 |
| Валовий прибуток | 369244,8 | 361504,8 | 361504,8 | 97,9 | 324972,1 | 89,9 |

| | | | | | |
|------------------------------------|----------|----------|------|----------|------|
| Чистий прибуток | 302780,8 | 296434,0 | 97,9 | 266477,2 | 89,9 |
| Ефективність імпортової діяльності | | | | | |
| Рентабельність доходу, % | 33,2 | 32,5 | 97,9 | 24,6 | 75,6 |
| Рентабельність витрат, % | 55,9 | 54,0 | 96,5 | 35,1 | 65,1 |

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Як бачимо, показники рентабельності доходу від реалізації імпортової продукції в динаміці зменшуються (-24,3% у 2021 році, у порівнянні з 2020 роком). Така ж сама тенденція відбувається і з рентабельністю витрат (-35%). Це вказує на доречність розробки альтернативних варіантів для імпорту продукції підприємством ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К».

Крім здійснення імпортової діяльності, підприємство також активно розвиває експортний напрямок. Так, після захоплення лідируючих позицій на українському ринку, керівництво прийняло рішення про необхідність розширення своєї діяльності ще й на іноземні ринки.

Продукція власного виробництва постачається до більш ніж 30 країн. Так, наприклад, близько 60% керамічної плитки заводу Epicentr Ceramic Corporation продається до таких країн, як Польща, Нідерланди, Бельгія, Швейцарія, Угорщина, Німеччина, Білорусь, Литва, Естонія, Таджикистан та Туркменістан [8]. Продукція «Епіцентр Агро» також постачається на європейський ринок, до країн Близького Сходу та Азії.

У 2020 році найбільше поставок здійснювалося до таких країн, як: Об'єднані Арабські Емірати (83,33%), Нідерланди (11,67%), Німеччина (2,78%), Російська Федерація (0,67%) та Румунія (0,39%) (рис. 1.3).

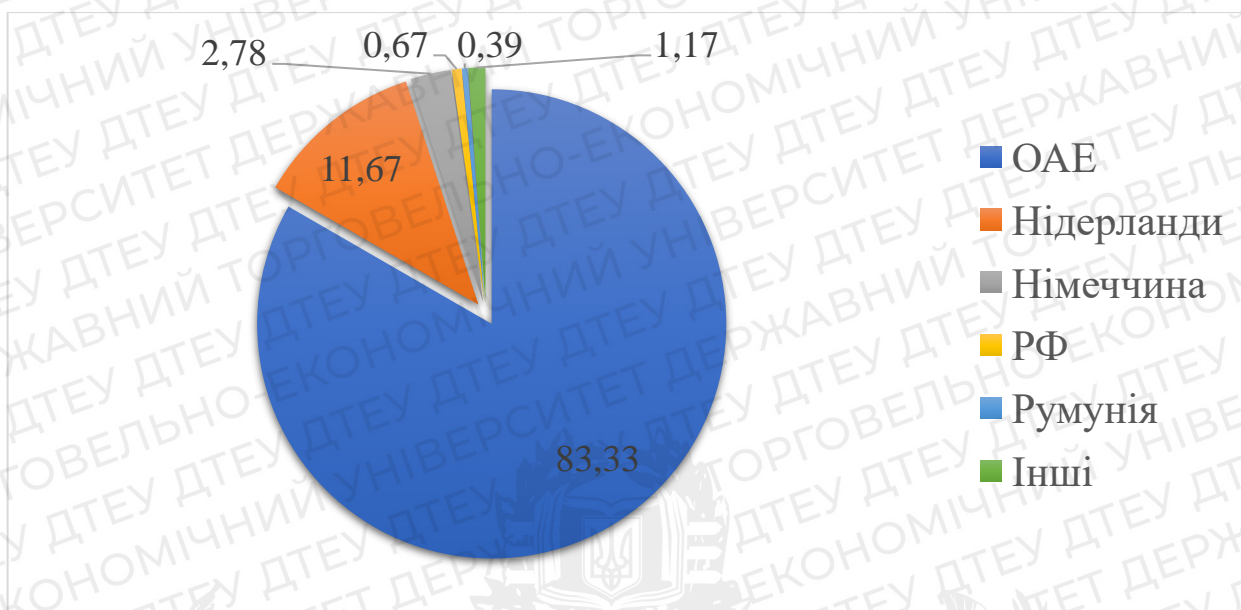


Рис. 1.4. Географічна структура експорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К», 2020 рік

Джерело: розроблено автором на основі (Дод. В)

При цьому, до товарних груп, які найбільше експортувала компанія ТОВ «ЕПЦЕНТР К» у 2021 році належали:

- 1005 – кукурудза;
- 1512 – олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу;
- 6907 – плитка та плити для мостіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні неглазуровані; кубики керамічні неглазуровані для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї;
- 1001 – пшениця і суміш пшениці та жита (меслин);
- 2306 – макуха та інші тверді відходи і залишки, одержані під час добування рослинних жирів і олій, за винятком відходів товарної позиції 2304 або 2305, мелені або немелені, негранульовані або гранульовані (Дод. В).

Динаміка зміни доходів від експорту є аналогічною, до динаміки зміни обсягів імпорту: після скорочення у 2020 році (-64%), у 2021 році ситуація почала поступово відновлюватися (+122,22%, порівняно з 2020) (рис. 1.4).

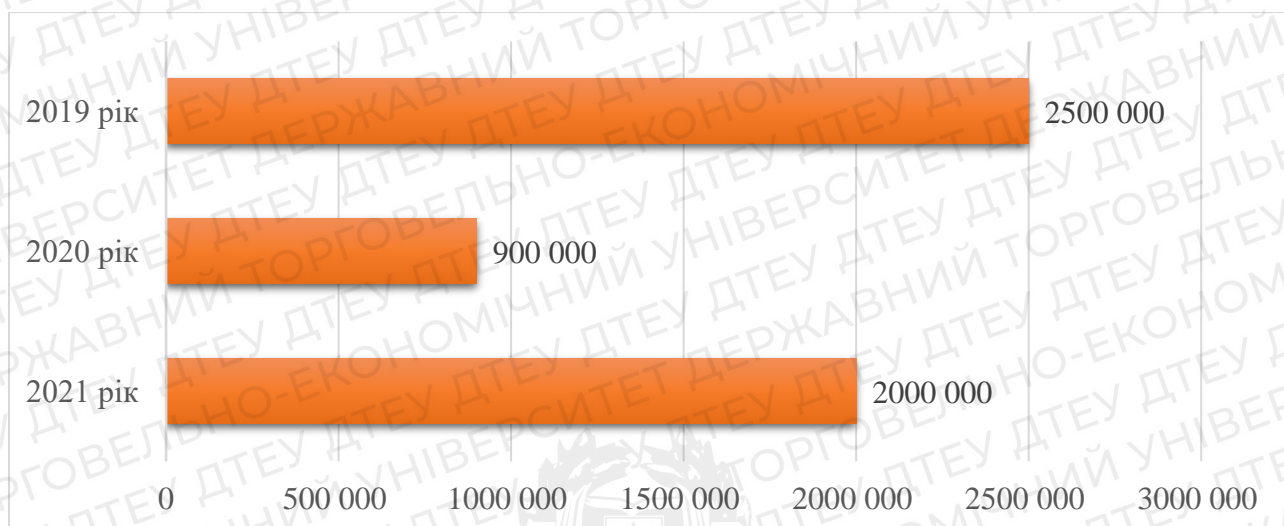


Рис. 1.5. Доходи від експорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» в тис. грн., 2019-2021 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Підсумовуючи все вищенаведене можемо зробити висновок, що компанія ТОВ «ЕПЦЕНТР К» займає лідируючі позиції на українському ринку та активно займається зовнішньоекономічною діяльністю. Не зважаючи на те, що основним напрямком ЗЕД компанії є імпорт, вона також активно розвиває експортний напрямок.

РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку керамічної плитки

Керамічна плитка - це популярний матеріал, який використовується для покриття підлоги, стін та інших поверхонь в будівлях та спорудах. Вона володіє багатьма перевагами, включаючи довговічність, зносостійкість та стійкість до вологи та температурних коливань.

За останні кілька десятиліть керамічна плитка стала дуже популярною по всьому світу, і зараз є значним і важливим сегментом світового будівельного ринку.

Світовий ринок керамічної плитки є досить великим та розвинутим, і з кожним роком продовжує зростати. Будівельна галузь, збільшення кількості ремонтів та реконструкцій, збільшення популярності керамічної плитки як довговічного матеріалу - це основні фактори, які впливають на розвиток цього ринку.

У цьому розділі ми детально розглянемо світовий ринок керамічної плитки, його розмір та динаміку розвитку, основні тенденції та фактори, що впливають на його розвиток, а також висвітлимо найбільші виклики та можливості для підприємств, які діють на цьому ринку.

За даними звіту з досліджень Transparency Market Research світовий ринок керамічної плитки оцінювався у 100,1 млрд доларів США у 2021 році. За оцінками експертів, у період з 2022 по 2023 рік ринок зросте в середньому на 8,6% та досягне значення 210,3 млрд доларів США [13].

За оцінками, світовий ринок керамічної плитки зростатиме значними темпами через збільшення попиту з боку житлового, комерційного та промислового секторів, оскільки цінова доступність, легкість використання та

широкий асортимент (наявність різних форм, розмірів, кольорів) роблять використання такої плитки досить привабливим для споживачів.

Зростання ринку керамічної плитки обумовлено також зростанням інвестицій країн у розвиток інфраструктури. Такі властивості, як висока міцність, водостійкість, стійкість до розтріскування та естетична привабливість, збільшують попит на продукцію. Тому чимало людей віддають перевагу використанню керамічної плитки під час ремонту та реконструкції будинків, магазинів, торгових центрів та інших об'єктів [14]. Крім того, такі фактори, як зростання населення та зростання наявного доходу, підтримують зростання ринку.

Спалах пандемії COVID-19 у 2020 році сильно вплинув на ринок керамічної плитки через припинення будівельних робіт через обмежувальні заходи, запроваджені урядом у всьому світі для стримування поширення вірусу. Крім того, блокування в основних країнах-виробниках керамічної плитки також призвело до перебоїв у глобальному ланцюжку постачання продукту [15].

Однак вже у 2021 році ринок суттєво відновився через пом'якшення урядом правил карантину та зниження інтенсивності пандемії. Тож за відсутності повторного спалаху пандемії чи інших факторів очікується, що ринок стабільно зростатиме.

Отже, до основних чинників зростання світового ринку керамічної плитки можна віднести:

- Зростання будівельної галузі в багатьох країнах світу: це збільшує попит на керамічну плитку
- Підвищення рівня життя та доходів населення: це збільшує попит на високоякісні та естетичні матеріали для облицювання стін і підлог у новобудовах та при ремонтних роботах.
- Зростання популярності керамічної плитки як довговічного та зносостійкого матеріалу, тощо.

До факторів, що стримують зростання ринку можна віднести:

- Посилення екологічних норм та стандартів: виробництво керамічної плитки негативно впливає на навколишнє середовище. Ця галузь є одним із значних джерел забруднення повітря, оскільки в процесі виробництва продукту виділяються забруднюючі елементи, такі як зважені частинки пилю, дим і незгорілі частки палива, аерозолі, фарби та глазури [14].
- Високі витрати на виробництво керамічної плитки: це може призвести до підвищення вартості продукту для споживачів та, як наслідок, зменшення попиту.
- Велика кількість виробників на ринку: призводить до жорсткої конкуренції, яка може призвести до зменшення маржі для багатьох підприємств.

Крім того, виробництво керамічної плитки може бути високоенергоєфективним, що вимагає значних інвестицій у технології виробництва, і це може стати перешкодою для підприємств, які прагнуть займати лідируючі позиції на ринку.

Якщо говорити про сучасні тренди на ринку, то можна виділити зростання попиту на керамічну плитку з цифровим друком. Споживачі віддають перевагу плитці з цифровим друком через складний дизайн, який покращує естетичну привабливість. Крім того, розробка та використання нових технологій для друку малюнків на плитці допомогли виробникам підтримувати рівномірність та однорідність дизайнів [14].

Світовий ринок керамічної плитки сегментується за наступними категоріями (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Сегментація світового ринку керамічної плитки

| | |
|----------------------------------|--|
| За типом продукту | <ul style="list-style-type: none"> • Плитка для підлоги • Настінна плитка • Покрівельна плитка • Стельова плитка |
| За сферою кінцевого застосування | <ul style="list-style-type: none"> • Комерційна • Житлова • Індустріальна |

| | |
|--------------------|---|
| За типом матеріалу | <ul style="list-style-type: none"> • Порцеляна • Глазурована • Неглазурована |
|--------------------|---|

Джерело: [16]

Крім того, як і будь-який інший ринок, світовий ринок керамічної плити можна сегментувати за географією:

- Північна Америка
- Європа
- Азіатсько-Тихоокеанський регіон
- Латинська Америка
- Близький Схід і Африка

До ключових гравців світового ринку керамічної плитки відносять такі компанії, як: MOHAWK INDUSTRIES INC (США), SCG CERAMICS (Таїланд), Grupo Lamosa (Мексика), Grupo Cedasa (Бразилія), RAK CERAMICS (ОАЕ), Cerâmica Carmelo Fior (Бразилія), PAMESA CERÁMICA SL (Іспанія), Kajaria Ceramics Limited (Індія), STN Cerámica (Іспанія), Cersanit Group (Польща), PT Arwana Citramulia Tbk (Індонезія), Vitromex USA Inc. (США), LASSELSBERGER Group (Австрія), Grupo Celima Trebol (Перу), White Horse Ceramic (Малайзія), Ceramic Industries Group (ПАР) та багато інших [14].

Зважаючи на різноманіття видів керамічної плитки на світовому ринку, для подальшого дослідження необхідно обрати плитку з конкретним кодом гармонізованої системи опису та кодування товарів.

Було обрано товарний код 69072200 – «керамічні плити та тротуарна, камінна або настінна плитка; керамічні кубики для мозаїки та аналогічні вироби, на основі або без неї; оздоблювальна кераміка: плитки та плитка для мощення, каміна чи стін, крім тих, що включені до підпозицій 690730 та 690740 → з коефіцієнтом водопоглинання понад 0,5%, але не більш як 10%) [17].

Для початку проаналізуємо світові обсяги імпорту керамічної плитки як у вартісних, так і в кількісних показниках. Як бачимо з даних таблиці, ринок

керамічної плитки, за винятком пандемічного 2020 року, активно розвивався, що підтверджують наступні цифри (табл. 2.2):

- У 2021 році світовий обсяг імпорту у кількісному вимірі становив 8 744 277 тонн, що на 17,77% більше, ніж було у 2020 році.
- У вартісному вимірі обсяг світового імпорту керамічної плитки у 2021 році, порівняно з 2020, зріс на 33,7% та склав 3 124 875 тисяч доларів.

Таблиця 2.2

Вартісні та кількісні обсяги імпорту керамічної плитки у світі, 2017 – 2021 роки

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Обсяг імпорту у вартісних показниках, тис дол. | 2 233 489 | 2 522 762 | 2 429 401 | 2 337 270 | 3 124 875 |
| Темп приросту, % | - | 12,95 | -3,70 | -3,79 | 33,70 |
| Обсяг імпорту у кількісних показниках, т. | 4 393 692 | 4 928 060 | 4 896 239 | 7 424 940 | 8 744 277 |
| Темп приросту, % | - | 12,16 | -0,65 | 51,65 | 17,77 |

Джерело: розроблено автором на основі [18]

Якщо говорити про країни, які є найбільшими імпортерами керамічної плитки, то у 2021 до десятки лідерів входили: США (10,74%), Ірак (5,52%), Чилі (5,43%), Домініканська Республіка (4,17%), Філіппіни (3,67%), Республіка Корея (3,32%), Японія (3,25%), Марокко (3,01%) та Франція (2,93%) (рис. 2.1).

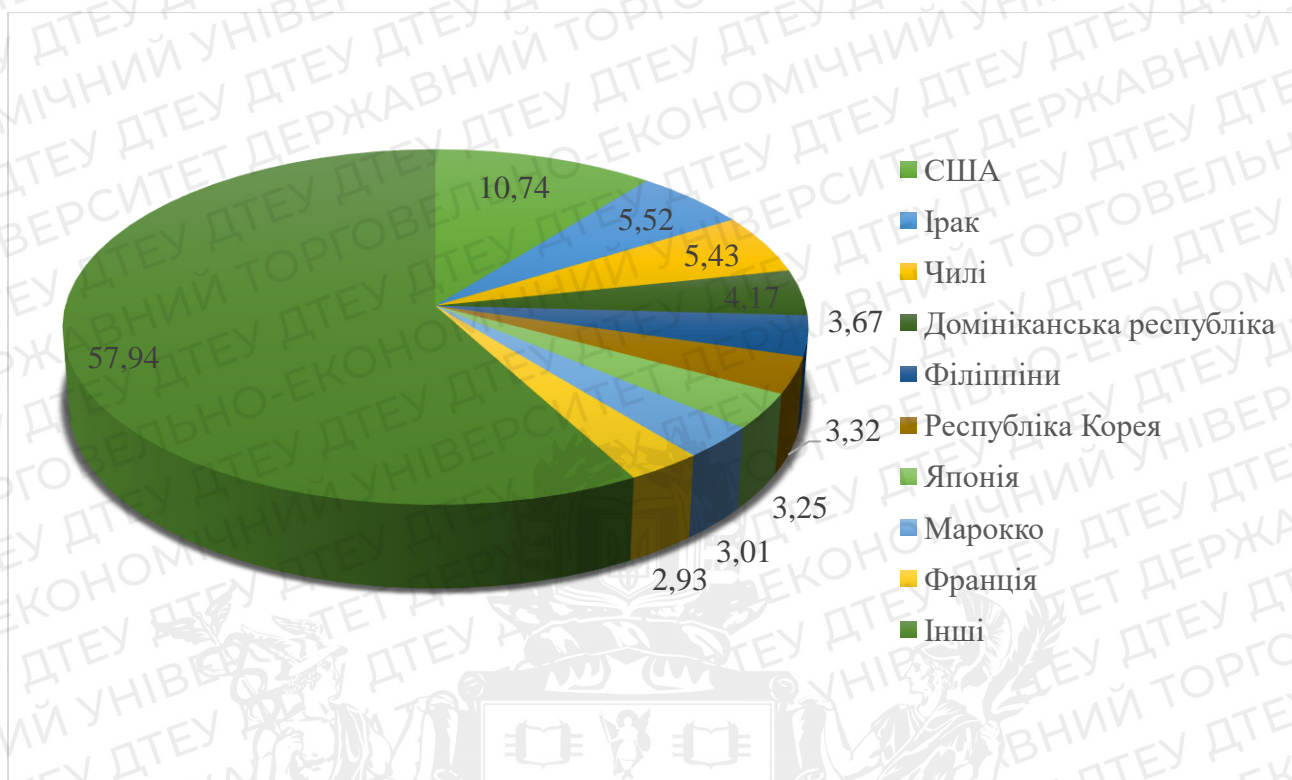


Рис. 2.1. 10 найбільших імпортерів керамічної плитки у світі, 2021 рік

Джерело: розроблено на основі додатку Д

За прогнозами дослідників, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, будучи найбільшим виробником і споживачем керамічної плитки, стане домінуючим регіоном. Бурхливий розвиток будівельного сектор у цьому регіоні буде основним фактором зростання споживання в цьому регіоні [14].

Китай є основним учасником зростання ринку в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Такі переваги, як доступність сировини, низька вартість робочої сили та інвестиції в сучасну інфраструктуру, позитивно вплинуть на зростання ринку.

У Європі очікується помірне зростання ринку. Збільшення інвестиції споживачів у заміну та оновлення дизайну будівель та житла будуть однією з ключових причин зростання ринку.

Крім того, експерти прогнозують зростання ринку в Латинській Америці, який характеризується активізацією будівництва та розвитку інфраструктури в регіоні. Більше того, ініціативи урядів країн з економікою, що розвивається, спрямовані на розвиток будівельної галузі, сприятимуть зростанню ринку.

Далі проаналізуємо вартісні та кількісні обсяги світового експорту керамічної плитки (табл. 2.3.):

- У 2021 році світовий обсяг експорту у кількісному вимірі становив 3 838 439 тонн, що на 17,0% більше, ніж було у 2020 році.
- У вартісному вимірі обсяг світового експорту у 2021 році, порівняно з 2020, відбувся спад на 3,82%, експорт склав 10 483 143 тисяч доларів.

Таблиця 2.3

Вартісні та кількісні обсяги експорту керамічної плитки у світі, 2017 – 2021 роки

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|-----------|------------|-----------|------------|------------|
| Обсяг експорту у вартісних показниках, тис дол. | 2 845 398 | 3 095 747 | 3 140 751 | 3 280 627 | 3 838 439 |
| Темп приросту, % | - | 8,80 | 1,45 | 4,45 | 17,00 |
| Обсяг експорту у кількісних показниках, т. | 9 045 134 | 10 322 769 | 9 638 253 | 10 899 248 | 10 483 143 |
| Темп приросту, % | - | 14,13 | -6,63 | 13,08 | -3,82 |

Джерело: розроблено автором на основі [18]

В цілому показники світового експорту керамічної плитки демонструють тенденцію до зростання, що ще раз підтверджує те, що ринок активно розвивається.

Провідними експортерами керамічної плитки у світі є: Китай (46,77%), Іспанія (14,13%), Бразилія (7,25%), Іран (4,59%), Мексика (3,92%), Німеччина (3,23%), Індія (3,02%), Перу (2,16%) та Туреччина (1,69%) (рис. 2.2).

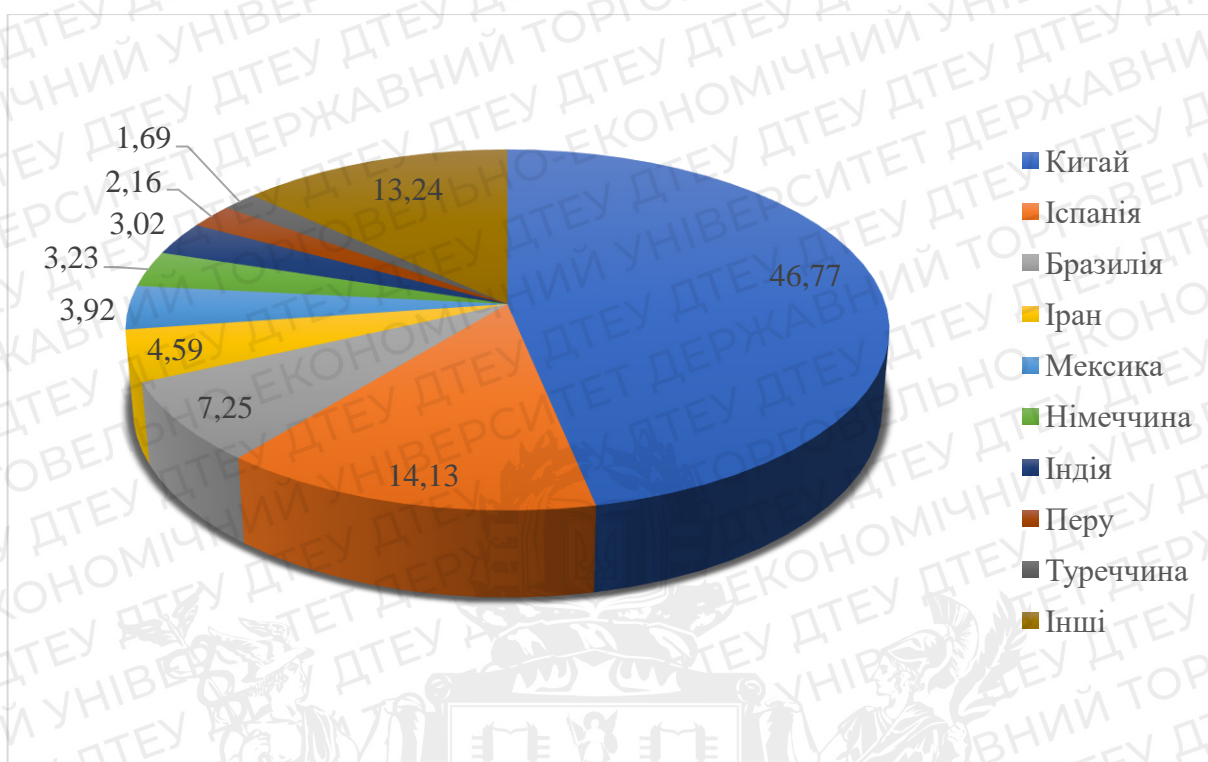


Рис. 2.2. 10 найбільших експортерів керамічної плитки у світі, 2021 рік

Джерело: розроблено на основі додатку Д

Компанії-гравці ринку керамічної плитки вкладають значні кошти в розширення її асортименту: вони зосереджуються на додаванні різноманітних форм, розмірів, дизайнів і стилів, щоб покращити візуальну привабливість. Зараз світовий ринок керамічної плитки досить фрагментований через наявність багатьох гравців.

Домінування компанії на цьому ринку буде залежати від виробничих потужностей, впізнаваності бренду, пропозиції продуктів, а також інновацій та стратегічних партнерств. Зростання попиту на плитку в поєднанні зі зростанням діяльності з будівництва та розвитку інфраструктури в країнах, що розвиваються, стимулюватимуть подальший розвиток ринку.

2.2. Дослідження ринку керамічної плитки України

Ринок керамічної плитки в Україні є досить розвиненим та має значний потенціал. Згідно з даними аналітичної компанії Research and Markets, у 2020 році

обсяг ринку керамічної плитки в Україні склав близько 1,3 млн м², що на 15% менше, ніж у 2019 році [19].

Ринок керамічної плитки в Україні має свої особливості і характеристики, які визначаються попитом споживачів, конкуренцією між виробниками та імпортерами, технологічними та дизайнерськими тенденціями. Він включає як вітчизняних виробників, так і іноземних бренди, які продають свою продукцію на українському ринку.

Фактори, що впливають на ринок керамічної плитки в Україні, включають економічні умови, зміни в будівельній галузі, модні тенденції, екологічні вимоги та вподобання споживачів. Розвиток інфраструктури та будівельної галузі в Україні сприяє підвищенню попиту на керамічну плитку, яка залишається одним з основних матеріалів для облицювання підлог та стін у будинках та офісах.

Також, на розвиток ринку керамічної плитки в Україні впливає зростання культури споживання, збільшення доходів населення (до 2022 року) та зростання інтересу до дизайну та екології. Дедалі більше споживачів віддають перевагу продукції з мінімальним впливом на навколишнє середовище та відповідністю до стандартів безпеки та якості.

Однак, на ринку керамічної плитки в Україні присутній значний рівень конкуренції, який спонукає виробників до активного розвитку та пошуку нових способів привернення клієнтів. Крім того, на ринку присутні іноземні виробники, що поставляють в Україну свою продукцію.

Крім того, важливо зазначити, що ринок керамічної плитки в Україні також підпорядковується законодавству та нормам щодо якості та безпеки будівельних матеріалів. Виробники повинні відповідати вимогам стандартів, що регулюють якість та екологічну безпеку керамічної плитки, а споживачі мають право на отримання якісної продукції.

Тож, до основних чинників, що сприяють розвитку ринку можна віднести:

- Розвиток будівельної галузі та підвищення рівня життя населення;
- Технологічний прогрес: За останні кілька років виробники керамічної плитки в Україні впроваджували нові технології та підвищували

якість своєї продукції, що підвищило її конкурентоспроможність на місцевому та міжнародному ринках.

- **Розвиток дизайну:** Виробники керамічної плитки в Україні все більше звертають увагу на розробку естетично привабливих та модних дизайнів, що дозволяє їм займати більш вигідну позицію на ринку.
- **Підтримка держави:** Українська держава підтримує вітчизняних виробників керамічної плитки шляхом надання пільг та стимулів для їх розвитку, що сприяє збільшенню їхнього обсягу виробництва та конкурентоспроможності на місцевому ринку.

До факторів, що стримують зростання ринку, можна віднести наступні:

- **Економічна нестабільність:** Висока інфляція, коливання валютного курсу та загальна економічна нестабільність можуть знизити купівельні можливості населення та, як наслідок, зменшити попит на керамічну плитку;
- **Висока вартість виробництва:** Українські виробники керамічної плитки зіткнулися зі зростанням вартості енергоресурсів, сировини та інших витрат на виробництво. Це може призвести до підвищення цін на продукцію та зниження конкурентоспроможності на ринку;
- **Конкуренція з боку імпорту:** На українському ринку присутні імпортні бренди керамічної плитки, які можуть мати конкурентні переваги, порівняно з національними виробниками;
- **Низький рівень інвестицій:** Українські виробники керамічної плитки часто стикаються з проблемою недостатньої інвестиційної підтримки, що обмежує можливості для розвитку та підвищення якості продукції.

Обсяги виробництва керамічної плитки в Україні варіюються залежно від року та економічних умов. Протягом останніх років, окрім 2019 року (-5,01%), спостерігався загалом стабільний ріст виробництва (табл.2.4).

Таблиця 2.4

Обсяги виробництва керамічної плити в Україні за 2016 – 2020 роки

| | 2016 рік | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
|--|----------|----------|----------|----------|----------|

| | | | | | |
|--|------|-------|------|-------|------|
| Обсяги виробництва, млн. м ² | 45,4 | 52,3 | 53,9 | 51,2 | 51,4 |
| Темп приросту, % | 1,34 | 15,20 | 3,06 | -5,01 | 0,39 |
| Загальний обсяг ринку, млн. м ² | 38,8 | 42,3 | 43,9 | 44,8 | 47,2 |

Джерело: розроблено автором на основі [20]

На початку 2020 року, перед початком пандемії COVID-19, українські виробники керамічної плитки показували позитивні темпи зростання. Однак, пандемія та зв'язані з нею обмежувальні заходи спричинили тимчасове зниження попиту та скорочення обсягів виробництва. Проте, після поступового відновлення економіки та попиту на будівельні матеріали, виробництво керамічної плитки в Україні знову зростає.

До лідерів виробництва керамічної плитки в Україні належать такі компанії, як: ТОВ «Атем» (Київ), ТОВ «Голден Тайл (Харківський плитковий завод)», ТОВ «Церсаніт Інвест» (Житомир) та ПрАТ «ІнтерКерама» (Дніпро). Сукупна частка цих підприємств у загальному виробництві керамічної плитки в Україні становить більше 92 % (рис. 2.3).

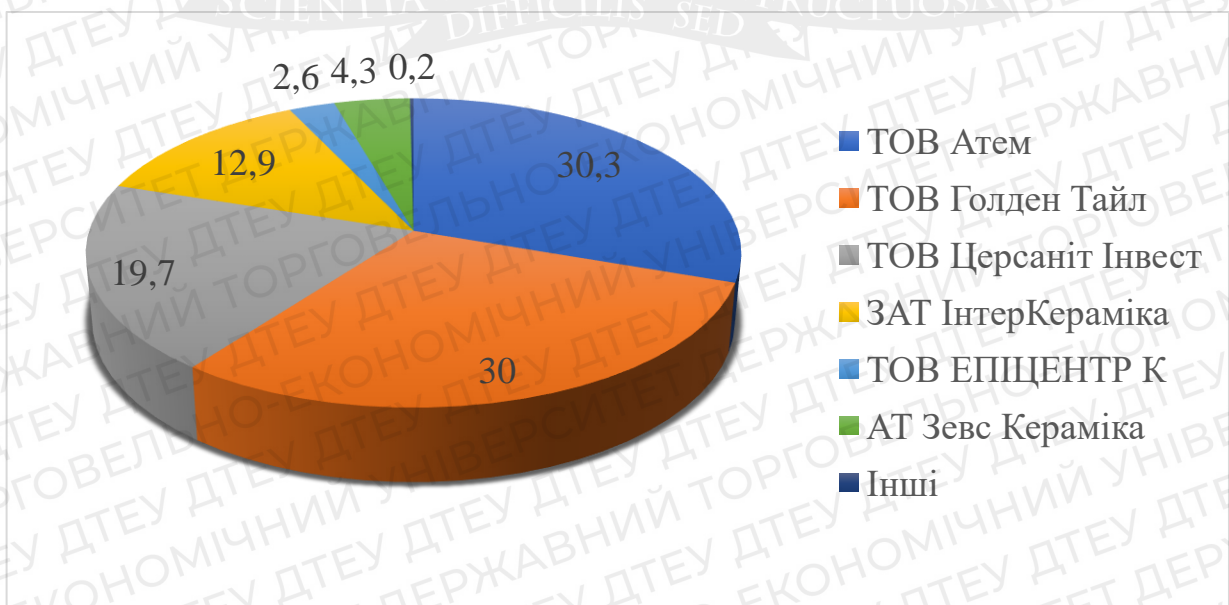


Рис. 2.3. Розподіл виробництва керамічної плитки в Україні, 2020 рік, %

Джерело: [21]

Якщо аналізувати динаміку цін на ринку керамічної плитки в Україні, то, починаючи з 2018 року вона стабільно перевищувала 100 гривень за м² (рис.2.4).

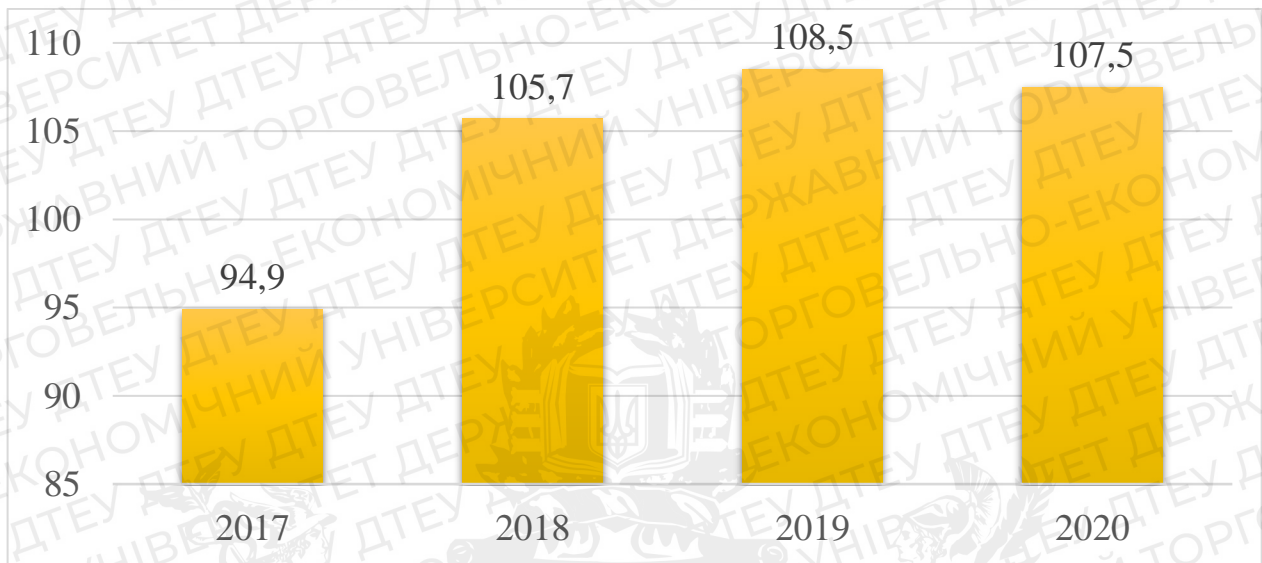


Рис. 2.4. Динаміка середніх цін на керамічну плитку, грн за м², 2017-2020

роки

Джерело: [22]

Зважаючи на те, що даних про експорт керамічної плитки (690722) з України за 2017-2019 роки немає, то аналізувати будемо динаміку за останні два роки. Так, у 2021 році, порівняно з 2020, експорт керамічної плитки з України у вартісних показниках зріс на 18% та склав 1 934 тисячі доларів США.

Експорт у кількісних показниках також зріс: у 2021 році з України було експортовано близько 6 188 тонн керамічної плитки, що на 8,54% перевищує показники 2020 року (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Вартісні та кількісні обсяги експорту керамічної плитки з України,
2017 – 2021 роки**

| | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| Обсяг експорту у вартісних показниках, тис дол. | 0 | 0 | 0 | 1 639 | 1 934 |
| Темп приросту, % | - | - | - | - | 18,00 |
| Обсяг експорту у кількісних показниках, т. | 0 | 0 | 0 | 5 701 | 6 188 |
| Темп приросту, % | - | - | - | - | 8,54 |

Джерело: розроблено автором на основі [18]

До 2022 року керамічна плитка товарної підгрупи 690722 постачалася в основному до пострадянських країн, таких як: РФ (81,49%), Молдова (7,70%), Казахстан (2,28%), Білорусь (1,71%) та Киргизстан (1,60%) (рис. 2.5).

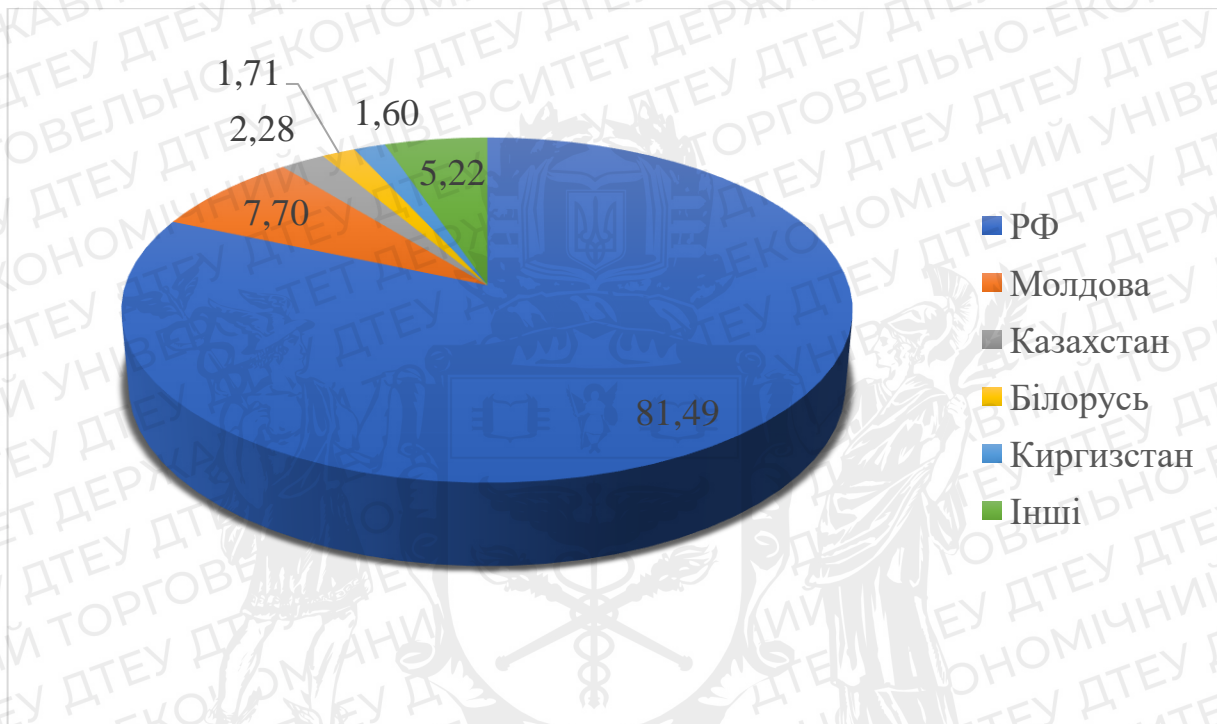


Рис. 2.5. Десятка найбільших імпортерів керамічної плитки з України, 2021 рік

Джерело: розроблено на основі додатку Е

Проте враховуючи факт того, що 24 лютого 2022 року війська РФ здійснили повномасштабне вторгнення на територію України, експорт до Росії та Білорусі було повністю заборонено, а поставки до країн Центральної Азії (Казахстан, Киргизстан) стали фактично неможливими.

Аналогічно до експорту, даних про імпорт керамічної плитки (690722) в Україну за 2017-2019 роки немає. Тому проаналізуємо динаміку імпорту за 2020-2021 роки.

У 2021 році, порівняно з 2020, в Україну було імпортовано керамічної плитки на 12 577 тисяч доларів США, що на 69,66% більше за показник 2020 року.

У кількісних показниках також відбувся приріст обсягів імпорту: у 2021 році в Україну було імпортовано 29 498 тонн керамічної плитки, що на 58,89% більше, ніж було у 2020 році (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Вартісні та кількісні обсяги імпорту керамічної плитки в Україну, 2017 – 2021 роки

| | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Обсяг імпорту у вартісних показниках, тис дол. | 0 | 0 | 0 | 7 413 | 12 577 |
| Темп приросту, % | - | - | - | - | 69,66 |
| Обсяг імпорту у кількісних показниках, т. | 0 | 0 | 0 | 18 565 | 29 498 |
| Темп приросту, % | - | - | - | - | 58,89 |

Джерело: розроблено автором на основі [18]

Ключовими постачальниками керамічної плитки (690722) до України у 2021 році були Польща (54,97%), Іспанія (20,64%), Німеччина (13,87%), Китай (3,47%) та Білорусь (3,43%) (рис. 2.6).

Однак, зважаючи на події 2022 року, можна спрогнозувати, що список найбільших постачальників керамічної плитки до України кардинально зміниться: повністю припиняться поставки з РФ та Білорусі, також скоротяться поставки з азійських країн, оскільки ускладнилася логістика. При цьому може відбутися зростання поставок з країн Європейського Союзу.

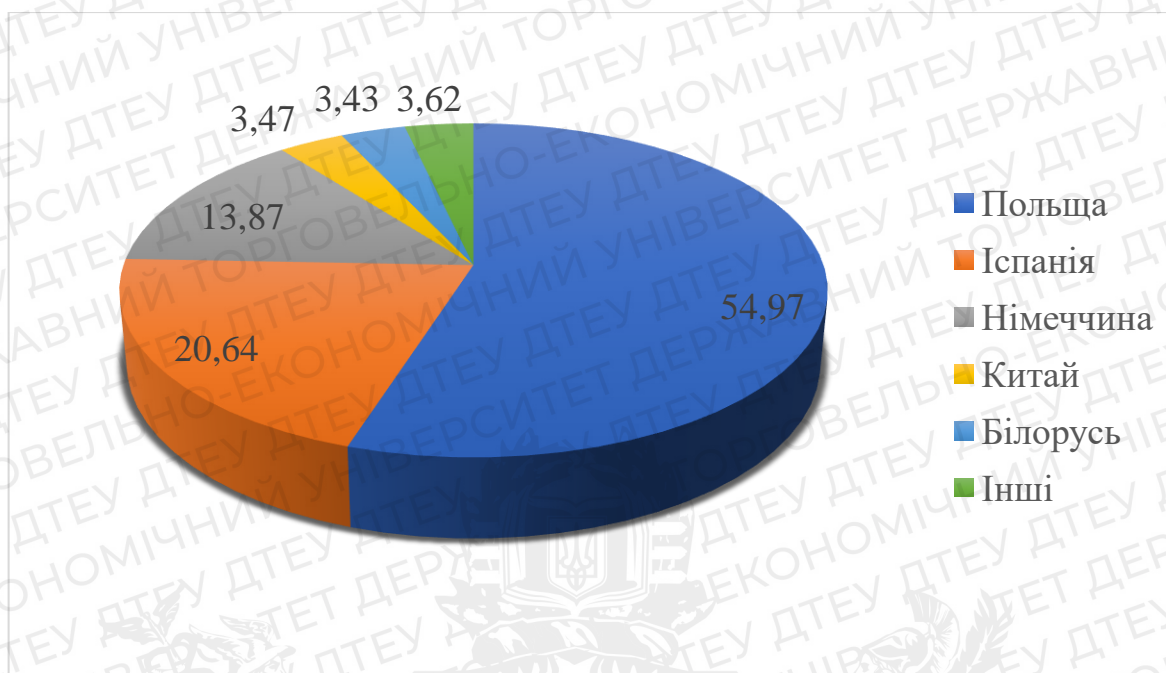


Рис. 2.6. 10 найбільших експортерів керамічної плитки в Україну, 2021 рік

Джерело: розроблено на основі додатку Е

Тому, зважаючи на вищевказане, потенційну країну-постачальника керамічної плитки для ТОВ «ЕПЦЕНТР К» слід вибирати з країн ЄС. На мою думку, компанія може купувати керамічну плитку в Іспанії. Звичайно, потенційним постачальником можна було б обрати Польщу, через близьке розташування і менші витрати на доставку, але на ринку, як і на полицях Епіцентру і так представлено багато плитки саме польського виробництва.

Тому ТОВ «ЕПЦЕНТР К» може розширювати співпрацю з іспанськими виробниками (вони вже і так співпрацюють з деякими іспанськими компаніями, але є можливості для покращення).

Виробництвом керамічної плитки в Іспанії займаються понад 160 компаній, значна частина яких які розташовані в провінції Кастильйон, проте до країн Східної Європи постачається продукція лише 30 підприємств. Обсяги іспанського виробництва керамічної плитки становлять більше 450 млн. м² на рік (близько 40 % від загальноєвропейського виробництва) [23, с. 383].

Серед найвідоміших іспанських компаній, що займаються виробництвом керамічної плитки, можна відзначити такі, як: Aparici, Natucer, Metropol, Mainzu тощо. Іспанія пропонує різноманітні колекції керамічної плитки, включаючи як

класичний, так і сучасний дизайн. Класичні колекції вирізняються переважно кольоровою гамою та орнаментом. Крім того, особливістю іспанської керамічної плитки є майже ідеальний блиск, оскільки вона часто містить елементи позолоти, металу та яскравих фарб [23, с. 383].

До основних переваг імпорту керамічної плитки з Іспанії можна віднести:

- Широкий асортимент, висока якість продукції та інноваційність;
- Конкурентні ціни: Іспанські виробники плитки пропонують конкурентні ціни на свою продукцію. Це пов'язано з тим, що вони мають великий обсяг виробництва та добре організовану логістику, що дозволяє знижувати витрати на виробництво та доставку;
- Відповідність стандартам якості: Продукція іспанських виробників відповідає європейським та міжнародним стандартам якості, що забезпечує споживачам високу якість та надійність продукції.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ З ІСПАНІЇ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» керамічної плитки з Іспанії

У попередньому розділі роботи було проведено аналіз світового та українського ринків керамічної плитки. На основі цього було обрано пріоритетну країну-постачальника керамічної плитки для компанії ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» – Іспанію.

Перед тим, як розпочати розробку схеми та графіку здійснення альтернативної імпортової операції, слід детально дослідити особливості тарифного та нетарифного регулювання імпорту керамічної плитки товарної підгрупи 690722, походженням з Іспанії, до України.

Для цього спочатку розшифруємо товарний код керамічної плитки за українським класифікатором товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД) (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Розшифрування коду згідно УКТ ЗЕД

| |
|--|
| Код товару : 6907 22 00 90 |
| ІНШІ КЕРАМІЧНІ ВИРОБИ |
| - Плитка та плити для мостіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні; кубики керамічні для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї; керамічні вироби оздоблювальні: |
| - - плити і плитка для мостіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, крім включених до підпозицій 6907 30 і 6907 40: |
| - - - з коефіцієнтом поглинання води більш як 0,5 мас.%, але не більше 10 мас.%: |
| - - - - інші |
| Основна одиниця виміру: кг (код 166) |
| Додаткова одиниця виміру: м2 (код 55) |

Джерело: [24]

Якщо розглядати тарифні обмеження, які Україна застосовує щодо імпорту керамічної плитки, то можна відзначити наявність ввізного (імпортного) мита, ставка якого становить 5%.

Однак, для країн Європейського Союзу (до якого також входить Іспанія) діє преференція по миту «410», а отже застосовується преференційна митна ставка, яка складає 0%. Дана преференція може бути застосована за умови подання одного з таких документів:

- a. сертифікат з перевезення товару EUR.1; або
- b. декларація-інвойс (напис встановленого зразка, зроблений експортером на інвойсі або іншому товаросупровідному документі) [25].

До обов'язкових митних платежів при здійсненні імпорту керамічної плитки до України належать:

- Податок на додану вартість (ПДВ) – 20%;
- Єдиний збір у пункті пропуску – справляється за єдиним платіжним документом в залежності від виду, місткості або загальної маси транспортних засобів, за здійснення санітарного, ветеринарного, фітосанітарного, радіологічного та екологічного контролю вантажів і транспортних засобів, за проїзд транспортних засобів автомобільними дорогами України та за проїзд автомобільних транспортних засобів з перевищенням встановлених розмірів загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів [25].

До нетарифних заходів регулювання імпорту керамічної плитки до України можна віднести:

- Надання митним органам попередньої митної декларації для гарантії забезпечення сплати митних платежів;
- Опис товару має включати додаткову інформацію для його ідентифікації, а саме: повне найменування; технічні та основні (головні) комерційні характеристики, що визначають основні якісні та кількісні параметри товарів (стандарт, ОСТ, ТУ, сорт, марка, модель, артикул, розмір, комерційна та фірмова назва, фірма виробника тощо) [25];

- Товари з кодом 6907220090 входять до групи ризиків Дніпровської, Херсонської, Ягодинської, Житомирської, Черкаської, Південної та Київської регіональної митниць.

Здійсненням зовнішньоекономічної діяльності та укладанням експортних та імпорتنих контрактів у компанії ТОВ «ЕПЦЕНТР К» займається відділ ЗЕД, який ділиться на декілька напрямів (в залежності від типу операцій: експортний та імпорتنий напрями, та в залежності від регіону).

Наступним етапом здійснення імпортного контракту буде обрання компанії – потенційного постачальника керамічної плитки для ТОВ «ЕПЦЕНТР К». Для цього можна використати такий інструмент як розробка Longlist або Shortlist.

Для цього необхідно скласти список іспанських компаній-виробників керамічної плитки, з якими наша компанія могла б укласти угоду в майбутньому, та порівняти їх за певними критеріями.

Основними критеріями порівняння мною було обрано наступні:

- Ціна продукції;
- Місце розташування компанії;
- Сертифікація продукції.

Для аналізу було обрано компанії, продукція яких не представлена на полицях гіпермаркетів Епіцентр. Для точності та наочності порівняння цін виробників було обрано керамічну плитку з розміром 60*120 (табл. 3.2).

Після проведеного аналізу та оцінки продукції виробників за співвідношенням ціна/якість, потенційним партнером було обрано компанію «AZTECA PRODUCTS & SERVICES S.L.U.».

Azteca Ceramica – це іспанська компанія, яка понад 60 років випускає керамічну плитку. Всі вироби виготовляються з високоякісної сировини. Інноваційність, висококваліфікований персонал, якість та неперевершений дизайн роблять керамічну плитку, яку виготовляють на фабриці Azteca, не просто облицювальним матеріалом, а креативною продукцією, яка задовольнить будь-який попит [26].

Компанія Azteca пропонує широкий вибір продукції для ванних кімнат, включаючи сучасну керамічну плитку для стін і підлоги, декоративну кераміку, керамограніт, а також унікальні тематичні колекції. Виробки Azteca відрізняються високою якістю та є екологічно чистою, завдяки використанню безпечних методів обробки матеріалів [27].

Таблиця 3.2

Список компаній – потенційних партнерів ТОВ «Епіцентр-К»

| Назва компанії | Місце розташування | Продукт / Ціна | Сертифікати |
|------------------------------------|---|--|---|
| Dune Cerámica S.L. | Partida Rachina S/N 12130 San Juan de Moró, Castellón 3 096 км | Dune Calacatta Lux Rec 60*120 48,4 євро / м2 | Найвні всі необхідні сертифікати відповідності |
| AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U. | Ctra. Castellón-Alcora Km. 19,7 12110 L'ALCORA (Castellón) 3 098 км | AZTECA BAY LUX 120 GREY 60x120 47,2 євро / м2 | UNE EN ISO 9001:2015 ISO 9000 ISO 14 001 |
| Arcana Cerámica | Crta. Castellón Km. 23.6 · 12110 Alcora (Castellón) 3 099 км | Arcana Stracciatella MiscelaR Nacar 60x120 42,4 євро / м2 | UNE EN ISO 10545 UNE EN 67-101 UNE EN ISO 9001:2015 ISO 14 001 |
| VIVES Azulejos y Gres, S.A. | Ctra. Castellón Km. 23 · Apdo. correos, 14 · 12110 Alcora (Castellón) 3 099 км | Vives Risle-R Gris 60x120 78,9 євро / м2 | UNE-EN ISO 9000 ISO 9001 ISO 14001 |

Джерело: розроблено на основі даних з офіційних сайтів компаній [26; 28; 29; 30]

Наступним етапом, після обрання партнера, буде встановлення контакту: представникам ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» необхідно буде зв'язатися з обраними постачальниками з Іспанії та висловити свій інтерес у встановленні імпортного контракту. В ході таких переговорів необхідно визначити можливості співпраці, обговорити умови постачання, ціни, обсяги та інші важливі деталі.

Після цього сторони можуть розпочинати процес укладання угоди. Для цього проводиться зустріч, на якій покупець та постачальник підписують зовнішньоекономічний контракт, в якому будуть визначені всі умови співпраці.

Однак перед тим, як перейти до деталізації змісту самого контракту, слід здійснити ще один підготовчий захід, а саме скласти приблизний графік виконання імпортного проекту.

Графік виконання проекту імпорту керамічної плитки з Іспанії в Україну може включати такі етапи:

1. Дослідження ринку: близько 3 тижнів;
2. Пошук та вибір постачальників, що включає проведення переговорів та обрання найкращих умов співпраці: 2-3 тижні;
3. Підготовка та укладання контракту: 1-2 тижні;
4. Організація логістики, включаючи упаковку, вибір транспорту та розрахунок маршруту: 2-4 тижні;
5. Митне оформлення, що включає підготовку необхідних документів для митного оформлення, сплату митних зборів та інших податків: 1-2 тижні;
6. Доставка та отримання вантажу: 1-2 тижні.

Враховуючи всі ці етапи, загальний час виконання проекту може становити від 2 до 4 місяців, залежно від складності та обсягу поставок. Протягом цього часу важливо забезпечувати регулярний зв'язок з постачальниками та оперативно вирішувати можливі проблеми.

Для того, щоб більш наглядно зобразити графік виконання такого проекту, можна зробити діаграму Ганта, яка є одним з найпопулярніших інструментів управління проектами. Вона є набором графічних гістограм, які фіксують терміни, взаємозв'язок і елементи реалізації окремих складових проекту [31].

Діаграма Ганта фактично є візуальним відображенням списку задач на часовому відрізку: по осі ОХ відображається час, а по осі ОУ — задачі, які необхідно виконати.

Для розробки таких діаграм використовуються спеціалізовані сайти та онлайн-інструменти, які дозволяють зекономити час та значно спрощують

процес виконання таких діаграм, оскільки мають зручний інтерфейс, а робота з графічними елементами є повністю автоматизованою. Для побудови такої діаграми можна використати платформу графічного дизайну Canva, оскільки значна частина елементів в ній є безкоштовною (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Графік виконання імпортного проекту (діаграма Ганта)

Джерело: розроблено за допомогою Canva [32]

Після розробки проекту реалізації імпортного проекту та складання приблизного графіку його виконання можемо переходити до деталізації умов та змісту контракту та розрахунків його ефективності та рентабельності.

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» керамічної плитки з Іспанії

В підрозділі 3.1 було обрано країну, з якої ТОВ «ЕПЦЕНТР» було б доцільно імпортувати керамічну плитку товарної підгрупи 690722 та компанію – потенційного постачальника. Крім того, було складено приблизний графік виконання імпортного проекту.

Наступним етапом є визначення змісту та умов контракту. Він повинен містити такі елементи, як:

- Опис товару;
- Ціна;
- Умови поставки;
- Терміни, умови оплати;
- Гарантії якості;
- Відповідальність сторін та інші деталі.

Спочатку оберемо умови поставки, які відповідали б інтересам постачальника та максимально задовольняли. Зважаючи на ту ситуацію, яка склалася в нашій країні та високі ризики для перевізників, найбільш вірогідною умовою поставки буде FCA (Free Carrier).

Згідно з цими умовами поставки, продавець (експортер) зобов'язується передати товар до зазначеного місця, зазвичай це фабрика або склад продавця, а покупець (імпортер) бере на себе відповідальність за подальшу перевезення товару, митне оформлення та страхування [33].

За умов поставки FCA ризики від експортера до імпортера переходять в момент передачі товару перевізнику. Тобто, після того, як постачальник завантажить товар на транспорт покупця (FCAa), відповідальність за товар та його безпечну доставку лежатиме на перевізнику.

Деталі умов поставки, включаючи відповідальність за страхування та митне оформлення, повинні бути визначені в угоді між сторонами. Однак найчастіше страхуванням вантажів та митним очищенням товарів на імпорт займається

покупець. На продавця ж покладається обов'язок виконати експортне митне оформлення.

Зважаючи на те, що ТОВ «ЕПЦЕНТР К» має досить розвинені логістичні потужності та власний автопарк (в тому числі 250 міжнародних ліцензованих комерційних вантажних автомобілів), то в компанії не виникне необхідності звертатися до логістичних компаній та залучати третю сторону до виконання імпортного контракту [8].

До того ж, зважаючи на блокування портів та не досить зручну доставку залізничним транспортом (на кордоні відбувається перенавантаження через різний розмір залізничних колій в Європі та в Україні), використання саме автомобільного транспорту буде найкращим варіантом.

Одним з найважливіших пунктів будь-якого угоди є форма оплати та порядок здійснення розрахунків за контрактом, а отже на розгляді даного аспекту слід зосередити нашу увагу.

Для нашого контракту підходящою формою розрахунків є інкасо, суть якого полягає в тому, що покупець доручає своєму банку (банк-експедитор) зберігати та передавати документи та платежі продавцю (банку-бенефіціару) згідно з вимогами, встановленими в інкасовому розпорядженні. При цьому, банк продавця має перевірити документи на відповідність умовам операції, але не несе фінансової відповідальності за платіж [34]. Тобто за такої форми розрахунків банк виступає посередником між покупцем і продавцем.

Інкасова форма розрахунків передбачає оплату реально поставлених товарів, а витрати на проведення операції є порівняно невеликими. При цьому, для використання інкасової форми розрахунків партнери мають бути впевненими в платоспроможності один одного. Звісно, компанія могла б використати також акредитивну форма розрахунків, але вона є дорожчим варіантом в порівнянні з інкасо, а отже варто звернути увагу саме на інкасові форми розрахунків.

До основних переваг використання інкасової форми розрахунків саме для імпортера можна віднести:

- **Захист інтересів:** інкасо надає імпортеру гарантію того, що він отримає документи та товари від продавця перед здійсненням платежу. Банк-експедитор перевіряє документи на відповідність умовам операції, що допомагає уникнути можливих спорів;
- **Контроль над платежем:** Інкасо дозволяє імпортеру контролювати момент здійснення платежу. Покупець може вимагати від банку-експедитора підтвердження виконання умов передачі документів та платежу продавцю, що забезпечує більшу безпеку для імпортера;
- **Фінансовий контроль:** Інкасо дозволяє імпортеру управляти своїми фінансами та розподіляти платежі залежно від виконання умов операції. Покупець може встановлювати вимоги щодо термінів платежу, таких як платіж після отримання документів або акцепту;
- **Зменшення ризику:** Інкасо допомагає зменшити ризик невиконання зобов'язань продавцем. Перед тим, як банк-експедитор здійснить платіж продавцю, він перевіряє документи та умови операції, що дозволяє імпортеру бути впевненим у своїй покупці [35].

Загалом, інкасова форма розрахунків дозволяє імпортеру забезпечити безпечну та контрольовану оплату за товари, зменшити ризики невиконання зобов'язань продавцем та підвищити рівень довіри в торговельних операціях.

Для того, щоб проілюструвати процес здійснення такої форми розрахунків можемо зробити схематичне зображення, враховуючи послідовність здійснення оплати, момент передачі документів тощо (рис. 3.2):

1. Експортер відвантажує товари покупцю відповідно до умов договору;
2. Експортер передає своєму банку пакет товаросупровідних документів та інкасове доручення на отримання коштів від покупця;
3. Банк експортера надсилає документи та інкасове доручення банку імпортера;
4. Банк імпортера надає отримані документи покупцю на акцептування;
5. Банк імпортера отримує кошти (платіж) від імпортера;
6. Банк покупця пересилає кошти банку продавця;

7. Банк експортера зараховує кошти на рахунок експортера.

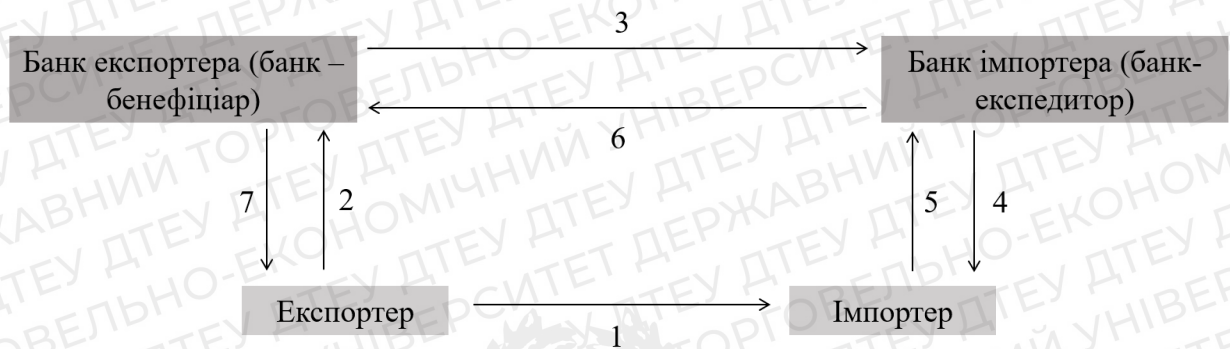


Рис. 3.2 Схема інкасової форми розрахунків

Джерело: розроблено автором на основі [36, с.119]

Після того, як ми проаналізували всі істотні моменти контракту та розглянули потенційні контрактні ризики, варто ще дослідити внутрішні та зовнішні ризики, які можуть вплинути на діяльність ТОВ «ЕПЦЕНТР К».

Екзогенні (зовнішні) ризик походять з-за меж компанії та можуть бути спричинені природними катастрофами, політичною нестабільністю, змінами в законодавстві, економічними коливаннями, торговельними обмеженнями та іншими зовнішніми факторами, що впливають на бізнес-середовище.

Ендогенні (внутрішні) ризики пов'язані з внутрішніми процесами та факторами, які залежать від самої компанії. Це можуть бути фінансові проблеми, неефективне управління, недостатня якість продукту або послуги, проблеми з персоналом, конфлікти внутрішнього характеру та інші фактори, які виникають всередині самої компанії.

Тому для ведення ефективної та прибуткової діяльності керівництво ТОВ «ЕПЦЕНТР К» має враховувати потенційний вплив цих ризиків та вживати потрібні заходи для їх усунення.

Фінальним етапом розробки імпортного контракту ТОВ «ЕПЦЕНТР К» з потенційним іспанським постачальником є розрахунок ефективності та рентабельності такої операції. Це допоможе визначити, чи буде укладення та

здійснення нового контракту вигідним для компанії та покаже, наскільки він може бути кращим чи гіршим за вже укладені угоди.

Для цього окреслимо умови, які можуть бути запропоновані іспанським постачальником (табл. 3.3). Варто згадати, що постачальники часто роблять знижки на свою продукцію, оскільки ТОВ «ЕПЦЕНТР К» є оптовим покупцем та завжди замовляє великі партії продукції.

Таблиця 3.3

Умови альтернативного контракту

| | |
|---------------------------|--|
| Країна-виробник | Іспанія |
| Постачальник | «AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U.» |
| Товар | Плитка керамічна «AZTECA BAY LUX 120 GREY» |
| Матеріал | Керамограніт |
| Розміри | 60x120 |
| Штук в упаковці | 2 |
| м ² в упаковці | 1,44 |
| Вага упаковки | 26,67 кг |
| Кількість | 3 000 упаковок (80 010 кг, 42 палети) |
| Ціна за упаковку, FCA | 60 євро |
| Умови поставки | FCA Л'Алкора (L'Alcora) |
| Форма розрахунків | Інкасо |

Джерело: розроблено автором

Враховуючі дані таблиці, наведеної вище, можемо провести розрахунки витрат, пов'язаних зі здійсненням такої імпоротної операції (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Розрахунок імпоротної ціни майбутнього контракту

| | |
|---|--|
| Кількість, упаковок | 3 000 |
| Ціна за упаковку, євро | 60 |
| Курс євро/гривня (НБУ), орієнтовно | 39,09 |
| Фактурна вартість партії, євро | $3\,000 * 60 = 180\,000$ |
| Транспортування до кордону України, грн | 80 000 |
| Транспортування по Україні, грн | 38 000 |
| Розвантаження на склад покупця, грн. | 2 000 |
| Страхові витрати | 5% від митної вартості |
| Митна вартість партії, грн | $(180\,000 * 39,09) + 80\,000 + 0,05 * ((180\,000 * 39,09) + 80\,000) = 7472010$ |
| Мито | 0 |

| | |
|---|--|
| ПДВ, грн | $7472010 * 0,2 = 1\,494\,402$ |
| Імпортна ціна контракту, грн | $7472010 + 1494402 + 38000 + 2000 = 9006412$ |
| Ціна реалізації на внутрішньому ринку (орієнтовно), грн | 3 800 |
| Дохід від реалізації партії на внутрішньому ринку, грн | $3\,800 * 3\,000 = 11\,400\,000$ |

Джерело: розраховано автором на основі таблиці 3.3

Після цього можемо переходити до обчислення ефективності, ефекту та рентабельності. Для цього використаємо дані таблиці 3.4 та необхідні формули. Після проведених розрахунків виявилось, що здійснення такої імпортової операції буде ефективним (коефіцієнт ефективності становить 1,2) (табл.3.5).

Таблиця 3.5

Ефективність та рентабельність імпортової операції

| | |
|--|--------------|
| Дохід від реалізації імпортованої продукції, грн | 11 400 000 |
| Чистий прибуток від імпорту, грн | 1 962 742,16 |
| Ефективність імпортової операції | 1,27 |
| Рентабельність доходу, % | 17,22 |
| Рентабельність витрат, % | 21,79 |

Джерело: розраховано на основі таблиці 3.4

Крім того, операція є ефективною з валютної точки зору. Ефект від її здійснення становитиме 1962742,16грн. Рентабельність операції становитиме 17,22% та 21,79%.

Підсумовуючи, можемо сказати, що запропонована альтернативна імпортна операція є ефективною та вигідною для компанії, а отже в майбутньому ТОВ «ЕПЦЕНТР К» може її реалізувати.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У випускній кваліфікаційній роботі було досліджено та проаналізовано діяльність української компанії ТОВ «ЕПЦЕНТР К», а саме: проаналізовано фінансовий стан та розраховано основні показники фінансової діяльності компанії, а також досліджено зовнішньоекономічну діяльність. Крім того, було розглянуто стан та динаміку розвитку світового та національного ринків керамічної плитки та обрано найбільш перспективний ринок, для імпорту керамічної плитки до України.

На основі вищенаведеного було обрано потенційного партнера-постачальника, розроблено майбутній імпортний контракт, у деталізацію всіх його аспектів та проведено аналіз його ефективності та рентабельності.

Товариство з обмеженою відповідальністю «ЕПЦЕНТР К» - це найбільша національна мережа будівельних гіпермаркетів з європейськими стандартами обслуговування та широким асортиментом товарів. За роки свого існування мережа торгових центрів «Епіцентр» пройшла якісну трансформацію від будівельних до будівельно-господарських гіпермаркетів та стала потужною мережею торгових центрів.

Провівши аналіз фінансової звітності підприємства було визначено, що фінансовий стан підприємства є задовільним. Та все ж, деякі показники є нижчими, за нормативні, тому потребують уваги керівництва. Тка, значення показників ліквідності компанії ТОВ «ЕПЦЕНТР К» є значно нижчими, за нормативні, що вказує на можливу недостатність ресурсів підприємства для погашення його поточних зобов'язань.

Показники рентабельності знаходилися в межах норми, однак у 2021 році відбувся їх спад, що було спричинено негативним впливом пандемії коронавірусу. Проте значення показників рентабельності є додатнім, що є позитивним.

Крім того, варто відзначити позитивну динаміку зменшення показника фінансової залежності підприємства (-0,97%) у 2021 році порівняно з 2020. Це вказує на зменшення залежності від зовнішніх позик.

Зважаючи на високу конкуренцію на ринку та бажання максимально задовольняти запити споживачів, ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» активно займається зовнішньоекономічною діяльністю. Основним напрямком ЗЕД підприємства є імпорту: підприємство купує товари у більш ніж 40 країн світу. У 2021 році показники імпорту компанії зросли на 13,23%, що свідчить про нарощування закупівель із зовнішніх ринків.

Крім імпорту, ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» активно розвиває й експортний напрям, оскільки компанія має власні виробничі потужності та прагне розширювати свою діяльність на зовнішні ринки. Основною групою товарів, які експортує підприємство є агропродукція.

Проведення аналізу світового та Українського ринків керамічної плитки дозволило оцінити тенденції та динаміку розвитку ринку та переконатися в доцільності здійснення імпорту керамічної плитки для ТОВ «ЕПІЦЕНТР К».

За результатами цього дослідження країною-потенційним постачальником було обрано Іспанію, а партнером – компанію «AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U.».

Враховуючи це, було розроблено графік виконання імпортової операції, із зазначенням її основних етапів та проаналізовано особливості тарифного та нетарифного регулювання імпорту обраного товару до України.

Після цього було розроблено альтернативний імпортовий контракт, з деталізацією його основних положень та розраховано його ефективність та рентабельність.

За результатами розрахунків було визначено, що ефективність реалізації запропонованого імпортового контракту складе 1,2, а рентабельність – 17,22% та 21,79%. Такі дані вказують на те, що розроблена імпортована операція є вигідною для компанії, а отже в майбутньому ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» може її реалізувати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Наша історія. *epicentrk.ua*. URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/nasha-istoriya/> (дата звернення: 11.05.2023).
2. Олександр Герєга – про перші гроші та про те, як створювався «Епіцентр». *Forbes.net.ua*. URL: <https://web.archive.org/web/20190702185350/http://forbes.net.ua/business/1358461-aleksandr-gerega-o-pervyh-dengah-i-tom-kak-sozdavalsya-epicentr> (дата звернення: 11.05.2023).
3. Товариство з обмеженою відповідальністю "ЕПІЦЕНТР К". *YouControl*. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8803391> (дата звернення: 11.05.2023).
4. Учасники проектів Вікімедіа. Епіцентр К – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Епіцентр_К#Історія (дата звернення: 11.05.2023).
5. Епіцентр К. *LB.ua*. URL: https://lb.ua/file/company/4267_epitsentr_k_.html (дата звернення: 11.05.2023).
6. Осіік Д. Сімейна справа: які українські торговельні мережі розвиваються як сімейні бізнеси. *Асоціація рітейлерів України – The profile association of retail market players*. URL: <https://rau.ua/novyni/spravi-simejni-ukrainski-biznesi/> (дата звернення: 11.05.2023).
7. «Епіцентр» придбав мережу будівельних гіпермаркетів «Нова Лінія». *Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/society/847601-epitsentr-pridbav-mereju-budivelnih-gipermarketiv-nova-liniya.html> (дата звернення: 11.05.2023).

8. Виробництво і логістика. *epicentrk.ua*.
URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/vyrobnytstvo-i-logistyka/#logistychni-potuzhnosti> (дата звернення: 11.05.2023).
9. Аграрні потужності. *epicentrk.ua*.
URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/agrarni-potuzhnosti/> (дата звернення: 11.05.2023).
10. Interfax-Ukraine. "Епіцентр К" втратив контроль над торговельними центрами в Херсоні. *Інтерфакс-Україна*.
URL: <https://ru.interfax.com.ua/news/economic/836784.html> (дата звернення: 11.05.2023).
11. «ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ЕПІЦЕНТР К», ЄДРПОУ 32490244. Бухгалтерська та бюджетна звітність українських підприємств та організацій, фінансовий аналіз звітності.
URL: https://zvitnist.com/32490244_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDPOVDALNSTU_EPICENTR_K (дата звернення: 11.05.2023).
12. Шаповал К. «Епіцентр» уже друге десятиліття обігрує всіх конкурентів. Чи зможе він повторити те ж саме з ІКЕА і Rozetka? – Forbes.ua. *Forbes.ua* | Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії.
URL: <https://forbes.ua/company/epitsentr-uzhe-drughe-desyatilittya-obigrue-vsikh-konkurentiv-chi-zmozhe-vin-povtoriti-te-zh-same-z-ikea-i-rozetka-11052021-1479> (дата звернення: 12.05.2023).
13. Ceramic Tiles Market. *Market Research Reports, Business Consulting | In-depth Insights* | TMR.
URL: <https://www.transparencymarketresearch.com/ceramic-tiles-market.html> (дата звернення: 15.05.2023).
14. Ceramic Tiles Market Size, Growth, Trends, Forecast Report, 2028. *Fortune Business Insights™ | Global Market Research Reports & Consulting*.
URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/ceramic-tiles-market-102377> (дата звернення: 15.05.2023).

15. Ceramic Tiles Market Size & Share Report, 2030. *Market Research Reports & Consulting* | *Grand View Research, Inc.* URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/ceramic-tiles-market> (дата звернення: 15.05.2023).
16. Ceramic Tiles Market Size, Share, Trends, Growth And Forecast. *Verified Market Research.* URL: <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/ceramic-tiles-market/> (дата звернення: 15.05.2023).
17. UNSD – Classification Detail. *UNSD - United Nations Statistics Division.* URL: https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/Detail/EN/2089/69072_2 (дата звернення: 15.05.2023).
18. Trade Map. *International Trade Centre.* URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx> (дата звернення: 15.05.2023).
19. Ceramic Tile Market Research Reports. *Research and Markets - Market Research Reports - Welcome.* URL: <https://www.researchandmarkets.com/tag/ceramic-tile?ac=true> (дата звернення: 16.05.2023).
20. Юдічева, О., Захарченко, П., Войтенко, С., Кулік, А., & Самойленко, А. (2022). STATE AND PROSPECTS OF CERAMIC TILES MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE. *SWorldJournal*, 4(11-04), 29–37. URL: <https://doi.org/10.30888/2663-5712.2022-11-04-031> (дата звернення: 16.05.2023).
21. Довідник по ринку матеріалів для внутрішнього облаштування та оздоблення приміщень (за даними 2020 р.) / За заг. ред. проф. Захарченка П. В (Захарченко П.В., Алавердян Л.М., Дименко Р.А., Даценко Б.М., Самойленко А.А., Юдічева О.П.) – КНУБА. – Київ: ФОП Сладкевич Б.А., 2021. – 263 с. (дата звернення: 16.05.2023).
22. Тенденції розвитку ринку керамічної плитки. *Блог Аналітичної групи KorFor.* URL: <https://construction-market.korfor.com.ua/ryнок-keramichnoi-plytky/> (дата звернення: 16.05.2023).

23. Лукашова М. Стан та напрямки розвитку ринку керамічної плитки в Україні. *International Scientific-Practical Conference of young scientists "Build-Master-Class-2019"*. 2019. С. 382–383. (дата звернення: 16.05.2023).
24. Українська класифікація товарів ЗЕД | QD Pro. НТФ "Інтес". URL: <https://qdpro.com.ua/uk/goodinfo/6907220090> (дата звернення: 20.05.2023).
25. Довідка по товару. MD Office. URL: https://www.mdoffice.com.ua/ua/aMDOGoodsInfo.html?product_code=6907%2022%2000%2090&to_date=20-05-2023&country_code=724&direction=1&country_border=0&transport=30 (дата звернення: 20.05.2023).
26. Company - Azteca Cerámica. Azteca Cerámica. URL: <https://azteca.es/en/empresa/> (дата звернення: 21.05.2023).
27. AZTECA CERAMICA Купити за низькою ціною | ceramroom.com.ua. CERAMROOM. URL: <https://ceramroom.com.ua/keramicheskaja-plitka/azteca-ceramica> (дата звернення: 21.05.2023).
28. Dune CERÁMICA para PROYECTOS ÚNICOS ► Unique Matter. *duneceramics.com*. URL: <https://duneceramics.com/> (дата звернення: 21.05.2023).
29. Home - ARCANA Tiles. *Pavimento, revestimiento y gres porcelánico - ARCANA Tiles*. URL: <https://www.arcanatiles.com/en/> (дата звернення: 21.05.2023).
30. Azulejos, gres y porcelánico - VIVES Ceramica. *VIVES Cerámica*. URL: <https://www.vivesceramica.com/> (дата звернення: 21.05.2023).
31. Що таке Діаграма Ганта і як правильно користуватися?. *Worksection*. URL: <https://worksection.com/ua/blog/what-is-gantt-chart.html> (дата звернення: 21.05.2023).

32. Створіть першокласну діаграму Ганта онлайн із Canva. *Canva*.
URL: https://www.canva.com/uk_ua/grafiky/diahrama-hanta/ (дата звернення: 21.05.2023).
33. Умови постачання Incoterms 2020. ▷ *Carryland* - міжнародні контейнерні вантажоперевезення.
URL: <https://carryland.com.ua/blog/view/usloviya-postavki-incoterms-2020-a166/> (дата звернення: 22.05.2023).
34. Що таке інкасо: визначення, документарне і чисте інкасо - *incassocollection.com*. *incassocollection.com*.
URL: <https://incassocollection.com/2019/05/20/chto-takoe-inkasso/> (дата звернення: 22.05.2023).
35. Товкун І. М., Менькова Л. С. Правова природа документарних форм міжнародних розрахунків та їх використання в Україні. Право та інноваційне суспільство. 2021. № 1 (16). URL: [https://doi.org/10.37772/2309-9275-2021-1\(16\)-8](https://doi.org/10.37772/2309-9275-2021-1(16)-8) (дата звернення: 22.05.2023).
36. Лебідь О. В. Міжнародні розрахунки і валютні операції : навч. посіб. для студентів спец. 8.03050802 "Банк. справа". Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 200 с.



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: | 1030 | 0 | 0 |
| які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | | | |
| Інші фінансові інвестиції | 1035 | 1 750 200 | 1 755 267 |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | 0 | 0 |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | 0 | 68 629 |
| Інші необоротні активи | 1090 | 0 | 0 |
| Усього за розділом I | 1095 | 11 823 622 | 16 010 547 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси | 1100 | 13 250 000 | 13 885 925 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | 0 | 0 |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 770 000 | 1 467 824 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: | | | |
| за виданими авансами | 1130 | | 0 |

| | | | |
|---|-------------|-------------------|-------------------|
| з бюджетом | 1135 | | 0 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | | 0 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 3 320 100 | 4 381 455 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | | 0 |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 690 000 | 921 054 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 2 800 | 7 322 |
| Інші оборотні активи | 1190 | 270 000 | 217 473 |
| Усього за розділом II | 1195 | 18 302 900 | 20 881 053 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | 0 | 21 |
| Баланс | 1300 | 30 126 522 | 36 891 621 |

| Пасив | Код | На початок року, тис.грн. | На кінець року, тис.грн. |
|--|-------------|------------------------------|-----------------------------|
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 158 610 | 158 610 |
| Капітал у дооцінках | 1405 | 0 | 0 |
| Додатковий капітал | 1410 | 0 | 0 |
| Резервний капітал | 1415 | 0 | 0 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 12 300 000 | 14 542 267 |
| Неоплачений капітал | 1425 | | 0 |
| Вилучений капітал | 1430 | | 0 |
| Усього за розділом I | 1495 | 12458 610 | 14 700 877 |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення | | | |
| Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | 0 | 0 |
| Довгострокові кредити банків | 1510 | 910 000 | 2 008 688 |
| Інші довгострокові зобов'язання | 1515 | 0 | 256 738 |
| Довгострокові забезпечення | 1520 | 0 | 0 |
| Цільове фінансування | 1525 | 0 | 0 |
| Усього за розділом II | 1595 | 910 000 | 2 265 426 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | 0 | 0 |
| Поточна кредиторська заборгованість за: | | | |
| довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | 776 000 | 776 000 |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 13 454 053 | 14 514 081 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 180 545 | 273 257 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | 130 000 | 215 457 |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 62528 | 24 716 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 140 000 | 160 208 |
| Поточні забезпечення | 1660 | 250 620 | 509 245 |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | 0 | 0 |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 1891166 | 3 667 811 |
| Усього за розділом III | 1695 | 16 754 912 | 19 925 318 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 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 | 396 373 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності | | | |
| прибуток | 2190 | 4 703 248 | 3 700 262 |
| збиток | 2195 | 0 | 0 |
| Дохід від участі в капіталі | 2200 | 0 | 0 |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 3 851 | 180 000 |
| Інші доходи | 2240 | 354 733 | 52 000 |
| Фінансові витрати | 2250 | 250 094 | 91 550 |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | 24 516 | 0 |

| | | | |
|---|------|-----------|-----------|
| Інші витрати | 2270 | 363 438 | 210 000 |
| Фінансовий результат до оподаткування | | | |
| прибуток | 2290 | 4 423 784 | 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

Товарна структура імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К», 2019-2021 роки

| Код УКТЗЕД | Опис товару | Обсяг імпорту, тис. грн. | | |
|------------|---|--------------------------|----------|----------|
| | | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
| 6907 | Плитка та плити для мостіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні неглазуровані; кубики керамічні неглазуровані для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї | - | 200 000 | 300 000 |
| 8802 | Інші апарати літальні (наприклад, вертольоти, літаки); космічні апарати (включаючи супутники) та суборбітальні і космічні ракети-носії | - | - | 250 000 |
| 9401 | Меблі для сидіння (крім включених до товарної позиції 9402), які перетворюються або не перетворюються на ліжка, та їх частини | 200 000 | 150 000 | 200 000 |
| 7020 | Інші вироби із скла | - | 150 000 | 200 000 |
| 9403 | Інші меблі та їх частини | - | - | 150 000 |
| 9506 | Інвентар та обладнання для занять фізкультурою, гімнастикою, легкою атлетикою, іншими видами спорту (включаючи настільний теніс) або для гри на свіжому повітрі, в іншому місці не зазначені; плавальні басейни та басейни для дітей | 85 000 | - | 150 000 |
| 9603 | Мітли та щітки (включаючи щітки, що є частинами механізмів, приладів або транспортних засобів), щітки ручні механічні без двигуна для прибирання підлоги, швабри та вінички з пір'я для змахування пилу; вузли та пучки, готові для виготовлення мітел або щіток; подушечки та валики для фарбування; шкребки з гумовою пластинкою (крім гумових валиків) | - | 150 000 | 150 000 |
| 7013 | Посуд столовий, кухонний, туалетні речі, канцелярське приладдя, вироби для оздоблення житла або аналогічних цілей, крім виробів товарної позиції 7010 або 7018 | - | 150 000 | 150 000 |
| 7309 | Резервуари, цистерни, баки та аналогічні ємності з чорних металів, для будь-яких речовин (крім стиснених або скраплених газів), місткістю понад 300 л, без механічних або теплотехнічних пристроїв, з облицюванням або термоізоляційним покриттям чи без них | 600 000 | 250 000 | - |

| | | | | |
|---------------|--|------------------|------------------|------------------|
| 4411 | Плити деревоволокнисті з деревини або з інших здерев'янистих матеріалів з додаванням або без додавання смол або інших органічних зв'язувальних речовин | 75 000 | 100 000 | - |
| Інші | Типів товарів: 282 | 3 425 000 | 2 875 000 | 3 415 000 |
| Всього | | 4 385 000 | 4 025 000 | 4 965 000 |

Джерело: [3]

Географічна структура імпорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К», 2019-2021 роки

| Країна | Обсяги імпорту, тис грн. | | | Приріст обсягів імпорту, % | |
|------------|--------------------------|-----------|-----------|----------------------------|-----------|
| | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік | 2020/2019 | 2021/2020 |
| Китай | 600 000 | 1 500 000 | 900 000 | 150,00 | -40,00 |
| Польща | 700 000 | 950 000 | 550 000 | 35,71 | -42,11 |
| Німеччина | 150 000 | 70 000 | 300 000 | -53,33 | 328,57 |
| Іспанія | 70 000 | 200 000 | 90 000 | 185,71 | -55,00 |
| РФ | - | 60 000 | 40 000 | - | -33,33 |
| Тайвань | 15 000 | - | 30 000 | - | - |
| Чехія | 45 000 | 95 000 | 20 000 | 111,11 | -78,95 |
| Туреччина | - | - | 20 000 | - | - |
| Італія | 60 000 | 200 000 | 15 000 | 233,33 | -92,50 |
| Інші | 2 700 000 | 450 000 | 3 000 000 | -83,33 | 566,67 |
| Гонконг | 45 000 | 350 000 | - | 677,78 | - |
| Нідерланди | - | 150 000 | - | - | - |

Джерело: [3]

Додаток В

Товарна структура експорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К», 2019-2021 роки

| Код УКТЗЕД | Опис товару | Дохід від експорту, тис. грн. | | |
|---------------|---|-------------------------------|----------------|------------------|
| | | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
| 1005 | Кукурудза | 2 450 000 | 650 000 | 650 000 |
| 1512 | Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу | - | - | 450 000 |
| 6907 | Плитка та плити для мостіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні неглазуровані; кубики керамічні неглазуровані для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї | - | - | 300 000 |
| 1001 | Пшениця і суміш пшениці та жита (меслин) | - | 200 000 | 150 000 |
| 2306 | Макуха та інші тверді відходи і залишки, одержані під час добування рослинних жирів і олій, за винятком відходів товарної позиції 2304 або 2305, мелені або немелені, негранульовані або гранульовані | - | - | 100 000 |
| 0713 | Овочі бобові, сушені, лущені, очищені або неочищені від насінневої оболонки, подрібнені або неподрібнені | - | - | 2 000 |
| 9403 | Інші меблі та їх частини | 100 | 200 | 450 |
| 4911 | Інша друкована продукція, включаючи друковані репродукції та фотографії | - | 100 | 100 |
| 1003 | Ячмінь | - | 5 000 | - |
| 6908 | Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї: | - | 40 000 | - |
| Інші | Типів товарів: більше 10 | 49 900 | 4 700 | 347 450 |
| Всього | | 2 500 000 | 900 000 | 2 000 000 |

Джерело: [3]

Географічна структура експорту ТОВ «ЕПЦЕНТР К», 2019-2021 роки

| Країна | Дохід від експорту, тис грн. | | |
|------------|------------------------------|----------|-----------|
| | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
| ОАЕ | 2 000 000 | 750 000 | - |
| Нідерланди | - | 105 000 | - |
| Німеччина | - | 25 000 | - |
| РФ | - | 6 000 | - |
| Румунія | - | 3 500 | - |
| Угорщина | - | 3 000 | - |
| Молдова | - | 3 000 | - |
| Литва | - | 1 500 | - |
| Швейцарія | - | 1 500 | - |
| Білорусь | - | 1 500 | - |
| Інші | 500 000 | - | 2 000 000 |

Джерело: [3]

Додаток Д

**Вартісні обсяги експорту керамічної плитки (690722) у світі, тисяч доларів,
2017-2021 роки**

| Країни | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Світ | 2845398 | 3095747 | 3140751 | 3280627 | 3838439 |
| Китай | 1343256 | 1269164 | 1529341 | 1714021 | 1795322 |
| Іспанія | 524775 | 477117 | 452563 | 464278 | 542477 |
| Бразилія | 175991 | 278881 | 197552 | 174275 | 278379 |
| Іран | 81760 | 218126 | 162621 | 170228 | 176074 |
| Мексика | 0 | 0 | 0 | 0 | 150399 |
| Німеччина | 121415 | 125786 | 134307 | 118208 | 123940 |
| Індія | 42294 | 75007 | 86883 | 94295 | 115864 |
| Перу | 96618 | 106542 | 88583 | 65695 | 82919 |
| Туреччина | 53380 | 51649 | 47477 | 49432 | 64987 |
| Таїланд | 55048 | 56204 | 60635 | 56208 | 53534 |

Джерело: [18]

**Кількісні обсяги експорту керамічної плитки (690722) у світі, тонн, 2017-
2021 роки**

| Країни | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Світ | 9045134 | 10322769 | 9638253 | 10899248 | 10483143 |
| Іран | 726645 | 2053488 | 2894513 | 3183179 | 3242164 |
| Китай | 3837148 | 3580077 | 3565266 | 3110596 | 3090453 |
| Бразилія | 965679 | 1088329 | 1088897 | 1013150 | 1399175 |
| Мексика | 0 | 0 | 0 | 0 | 415771 |
| Перу | 432294 | 463268 | 413757 | 309970 | 369830 |
| Індія | 13997 | 24939 | 301645 | 268880 | 320302 |
| Туреччина | 152363 | 141884 | 132296 | 160063 | 198225 |
| Гана | 0 | 27551 | 59177 | 100389 | 144054 |
| Німеччина | 135101 | 127385 | 124703 | 113082 | 117745 |
| Гватемала | 50861 | 56907 | 68515 | 60997 | 96572 |

Джерело: [18]

**Вартісні обсяги імпорту керамічної плитки (690722) у світі, тисяч доларів,
2017-2021 роки**

| Країни | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Світ | 2233489 | 2522762 | 2429401 | 2337270 | 3124875 |
| США | 307346 | 321287 | 337739 | 306660 | 335571 |
| Ірак | 74831 | 141989 | 157608 | 179234 | 172539 |
| Чилі | 94937 | 113085 | 96105 | 90108 | 169614 |
| Домініканська Республіка | 30120 | 37936 | 45724 | 48975 | 130427 |
| Філіппіни | 0 | 0 | 0 | 0 | 114754 |
| Корея | 134561 | 120674 | 82474 | 85458 | 103893 |
| Японія | 81221 | 82201 | 91955 | 83793 | 101454 |
| Марокко | 68272 | 76492 | 92145 | 86356 | 94200 |
| Франція | 118367 | 110689 | 103793 | 89718 | 91632 |
| Перу | 24957 | 34321 | 34308 | 39459 | 77580 |

Джерело: [18]

**Кількісні обсяги імпорту керамічної плитки (690722) у світі, тонн, 2017-
2021 роки**

| Країни | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|----------|----------|
| Світ | 4393692 | 4928060 | 4896239 | 7424940 | 8744277 |
| Ірак | Немає даних | Немає даних | Немає даних | 2425404 | 2442740 |
| Корея | 488849 | 441314 | 327731 | 360081 | 417607 |
| Філіппіни | 0 | 0 | 0 | 0 | 308424 |
| Марокко | 180608 | 215188 | 261619 | 234141 | 237151 |
| Колумбія | 242927 | 288613 | 228567 | 155469 | 225942 |
| Перу | 85166 | 125586 | 127148 | 154149 | 196090 |
| Парагвай | 117197 | 134438 | 124408 | 157067 | 194289 |
| Домініканська Республіка | 55458 | 72903 | 107303 | 111533 | 170303 |
| Франція | 207508 | 182024 | 171370 | 149928 | 148244 |
| Еквадор | 34995 | 149113 | 176637 | 96519 | 139667 |

Джерело: [18]

Додаток Е

**Вартісні обсяги експорту керамічної плитки (690722) з України, тисяч
доларів, 2017-2021 роки**

| Країни | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Світ | 0 | 0 | 0 | 1639 | 1934 |
| РФ | 0 | 0 | 0 | 1437 | 1576 |
| Молдова | 0 | 0 | 0 | 102 | 149 |
| Казахстан | 0 | 0 | 0 | 0 | 44 |
| Білорусь | 0 | 0 | 0 | 33 | 33 |
| Киргизстан | 0 | 0 | 0 | 14 | 31 |
| Румунія | 0 | 0 | 0 | 18 | 31 |
| Азербайджан | 0 | 0 | 0 | 4 | 21 |
| Латвія | 0 | 0 | 0 | 8 | 19 |
| Таджикистан | 0 | 0 | 0 | 11 | 12 |
| Чорногорія | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 |

Джерело: [18]

**Кількісні обсяги експорту керамічної плитки (690722) з України, тонн,
2017-2021 роки**

| Країни | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Світ | 0 | 0 | 0 | 5701 | 6188 |
| РФ | 0 | 0 | 0 | 5091 | 5147 |
| Молдова | 0 | 0 | 0 | 309 | 420 |
| Казахстан | 0 | 0 | 0 | 0 | 122 |
| Киргизстан | 0 | 0 | 0 | 53 | 120 |
| Білорусь | 0 | 0 | 0 | 99 | 101 |
| Румунія | 0 | 0 | 0 | 59 | 92 |
| Азербайджан | 0 | 0 | 0 | 14 | 69 |
| Латвія | 0 | 0 | 0 | 22 | 54 |
| Таджикистан | 0 | 0 | 0 | 36 | 38 |
| Вірменія | 0 | 0 | 0 | 12 | 15 |

Джерело: [18]

**Вартісні обсяги імпорту керамічної плитки (690722) в Україну, тисяч
доларів, 2017-2021 роки**

| Країни | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Світ | 0 | 0 | 0 | 7413 | 12577 |
| Польща | 0 | 0 | 0 | 3764 | 6914 |
| Іспанія | 0 | 0 | 0 | 1725 | 2596 |
| Німеччина | 0 | 0 | 0 | 870 | 1745 |
| Китай | 0 | 0 | 0 | 624 | 436 |
| Білорусь | 0 | 0 | 0 | 159 | 431 |
| Чехія | 0 | 0 | 0 | 94 | 121 |
| Туреччина | 0 | 0 | 0 | 23 | 100 |
| РФ | 0 | 0 | 0 | 66 | 85 |
| Угорщина | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 |
| Італія | 0 | 0 | 0 | 49 | 54 |

Джерело: [18]

**Кількісні обсяги імпорту керамічної плитки (690722) в Україну, тонн, 2017-
2021 роки**

| Країни | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Світ | 0 | 0 | 0 | 18565 | 29498 |
| Польща | 0 | 0 | 0 | 9357 | 16572 |
| Іспанія | 0 | 0 | 0 | 4949 | 6927 |
| Німеччина | 0 | 0 | 0 | 1047 | 1909 |
| Білорусь | 0 | 0 | 0 | 664 | 1803 |
| Китай | 0 | 0 | 0 | 1910 | 1333 |
| РФ | 0 | 0 | 0 | 335 | 414 |
| Чехія | 0 | 0 | 0 | 148 | 202 |
| Туреччина | 0 | 0 | 0 | 36 | 156 |
| Угорщина | 0 | 0 | 0 | 0 | 92 |
| Італія | 0 | 0 | 0 | 63 | 72 |

Джерело: [18]

Додаток Ж

КОНТРАКТ № 81 від 20.06.23

м. Київ

«20» червня 2023 р.

«AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U.», м. Л'Алкора, Іспанія, надалі іменованій «Продавець», в особі Хорхе Сальседо, що діє на підставі статуту, з одного боку, і компанія ТОВ «ЕПІЦЕНТР К», Київ, Україна, надалі іменована «Покупець», в особі Захарченка В. П., що діє на підставі статуту, з іншого боку, уклали цей Контракт про таке:

1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТУ.

1.1. Продавець зобов'язується передати у власність Покупцю Товар: Керамічну плитку, надалі іменовану «Товар», а Покупець зобов'язується прийняти і оплатити Товар на умовах цього Контракту.

1.2 Кількість і характеристика Товару визначаються в рахунках-фактурах, які є невід'ємною частиною цього Контракту.

2. ЦІНА І ЗАГАЛЬНА ВАРТІСТЬ КОНТРАКТУ.

2.1. Сторони прийшли до згоди, що ціна на Товар визначається в євро на умовах, вказаних в окремих Специфікаціях (Додатках), які є невід'ємною частиною цього контракту у відповідності з правилами Інкотермс-2020.

2.2. Ціна узгоджується на кожну конкретну партію Товару в окремих Специфікаціях (Додатках), які є невід'ємною частиною цього контракту.

2.3. Орієнтовна вартість Контракту становить 180 000 (Сто вісімдесят тисяч) євро. Остаточна сума Контракту визначається після закінчення терміну його дії на підставі і за сумою всіх Специфікацій (Додатків), є невід'ємною частиною Контракту.

CONTRACT No. 81 dd. 20.06.23

Kyiv

"20" June 2023

"AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U.", L'Alcora, Spain, hereinafter referred to as the "Seller", in the person of Jorge Salcedo, acting on the basis of the charter, on the one hand, and the company "EPICENTR K" LLC, Kyiv, Ukraine, hereinafter referred to as the "Buyer", in the person of V. P. Zakharchenko, acting on the basis of the charter, on the other hand, concluded this Contract on the following:

1. SUBJECT OF THE CONTRACT.

1.1. The Seller undertakes to transfer the ownership of the Goods to the Buyer: Ceramic Tiles, hereinafter referred to as the "Goods", and the Buyer undertakes to accept and pay for the Goods under the terms of this Contract.

1.2 The quantity and characteristics of the Goods are determined in the invoices, which are an integral part of this Contract.

2. PRICE AND TOTAL VALUE OF THE CONTRACT.

2.1. The parties have agreed that the price of the Goods is determined in euros on the terms specified in the separate Specifications (Appendices), which are an integral part of this contract in accordance with the rules of Incoterms-2020.

2.2. The price is agreed for each specific batch of Goods in separate Specifications (Appendices), which are an integral part of this contract.

2.3. The estimated value of the Contract is 180,000 (One Hundred and Eighty Thousand) Euros. The final amount of the Contract is determined after its expiration on the basis of the sum of all Specifications (Appendices), which are an integral part of the Contract.

2.4. Зміни умов Контракту допускаються лише за письмовою згодою сторін і визначаються додатковими угодами.

3. УМОВИ ПЛАТЕЖІВ.

3.1. Платіж за поставлений за цим Контрактом Товар здійснюється в євро.

3.2. Умови платежів узгоджуються на кожну конкретну партію Товару в окремих Специфікаціях (Додатках), які є невід'ємною частиною цього контракту.

3.3. Усі мита, митні збори та інші податки, пов'язані з виконанням цього контракту на території України, оплачуються Продавцем, поза територію України - Покупцем.

3.4. Усі банківські збори, включаючи банківську комісію, в том числі банків-кореспондентів, які стягуються поза територією України та на території України – оплачуються Покупцем.

4. ТЕРМІН І ПОРЯДОК ПОСТАВКИ, ПЕРЕДАЧІ І ПРИЙМАННЯ ТОВАРУ

4.1. Умови поставки Товару – FCA Л'Алора, пров. Кастельйон, Іспанія, Км. 19, 700, Інкотермс-2020.

4.2. Країна походження Товару – Іспанія.

4.3. Термін поставки Товару встановлюється відповідно до домовленості Сторін.

4.4. Підтвердженням одержання Товару Покупцем є рахунок-фактура чи інший підтверджуючий чи інший підтверджуючий документ підписаний його представником.

4.5. За погодженням сторін умови поставки можуть бути змінені і включені в умови Специфікацій (Додатків), що оформлюються на поставку кожної партії і є невід'ємною частиною цього контракту.

5. ДОКУМЕНТИ.

5.1. Продавець додає з відвантаженням товаром наступні документи:

1. Комерційний рахунок, завірений місцевою ТПП – 3 оригінали.

2. Міжнародна транспортна накладна (CMR) – 1 оригінал.

3. Пакувальний лист – 1 оригінал + 2 копії.

4. Сертифікат якості – 1 оригінал + 1 копія.

5. Експортна митна декларація Продавця – 1 копія.

6. КІЛЬКІСТЬ І ЯКІСТЬ ТОВАРУ.

6.1. Кількість Товару має відповідати до кількості, вказаної у Специфікаціях (Додатках), що оформлюються на поставку кожної партії і є невід'ємною частиною цього контракту.

6.2. Якість Товару має відповідати показникам, вказаним у Специфікаціях (Додатках), що

2.4. Changes to the terms of the Contract are allowed only with the written consent of the parties and are determined by additional agreements.

3. TERMS OF PAYMENT

3.1. Payment for the Goods delivered under this contract is effected in Euro.

3.2. The terms of payment shall be agreed upon for each specific consignment of the Goods by means of separate Specifications (Addenda), which are an integral part of this Contract.

3.3. All duties, customs and other taxes relating to the fulfillment of the Contract in the territory of Ukraine are to be paid by the Seller, outside Ukraine - by the Buyer.

3.4. Buyer bears all bank charges including Bank charge, including banks – correspondents which are exacted out of the territory of Ukraine and on the territory of Ukraine.

4. TERM AND PROCEDURE FOR DELIVERY, TRANSFER AND ACCEPTANCE OF GOODS

4.1. Terms of delivery of the Goods - FCA L'Alcora, Ctra. Castellón, Spain, Km. 19, 700, Incoterms-2020.

4.2. The country of origin of the Goods is Spain.

4.3. The term of delivery of the Goods is established according to the agreement of the Parties.

4.4 Confirmation of receipt of the Goods by the Buyer is an invoice or other confirming or another supporting document signed by his representative.

4.5. By agreement of the parties, the terms of delivery can be changed and included in the terms of the Specifications (Appendices), which are drawn up for the supply of each batch and are an integral part of this contract.

5. DOCUMENTS

5.1. The Goods to be shipped by the Seller shall be accompanied by the following documents:

1. Commercial Invoice, attested by the Local Chamber of Commerce – 3 Originals.

2. International Transport Invoice (CMR) – 1 Original.

3. Packing List – 1 Original + 2 copies.

4. Certificate of Quality – 1 Original + 1 copy.

5. Export customs declaration of the Seller - 1 copy.

6. QUANTITY AND QUALITY OF THE GOODS

6.1. The quantity of the Goods shall correspond to the weight specified in the in the Specifications (Addenda) which will be drawn up for every consignment and constitute an integral part of the Contract.

оформлюються на поставку кожної партії і є невід'ємною частиною цього контракту.

7. УПАКОВКА ТА МАРКУВАННЯ.

7.1 Продавець зобов'язаний за власний рахунок забезпечити пакування Товару, необхідне для його перевезення та належного зберігання.

7.2 Кожна одиниця продукції, що постачається за цим Контрактом, повинна бути промаркована згідно з вимогами ЄС, та без пошкоджень.

7.3 Продавець гарантує достовірність інформації, вказаної на маркуванні та упаковці Товару та зобов'язується нести відповідальність за невідповідність такої інформації.

8. УМОВИ ЗДАЧІ ТА ПРИЙОМУ ТОВАРУ.

8.1. Товар приймається по кількості відповідно до відвантажувальних документів, а за якістю відповідно до сертифікатів якості.

8.2. Претензії по кількості і якості Товару повинні бути заявлені письмово протягом 10 (десяти) днів від дати надходження Товару до Вантажоодержувача.

8.3 До заяви про претензії щодо якості та кількості товару повинен бути доданий рекламаційний акт, складений за участю представника компетентної незалежної організації, попередньо узгодженої Сторонами.

9. ПОВІДОМЛЕННЯ ПРО ВІДВАНТАЖЕННЯ ТОВАРУ.

9.1. Після відвантаження Товару Продавець зобов'язаний направити Покупцю по факсу або електронній пошті повідомлення про відвантаження Товару.

10. УМОВИ І ПОРЯДОК РОЗІРВАННЯ КОНТРАКТУ.

10.1. Сторони в праві розірвати цей контракт тільки після виконання всіх прийнятих на себе зобов'язань за цим Контрактом.

10.2. При розірванні контракту, з вини однієї сторони інша сторона має право вимагати відшкодування витрат та інших збитків, понесених у зв'язку з розірванням Контракту.

11. ОБСТАВИНИ ФОРС-МАЖОР.

11.1. У разі настання обставин неможливості повного або часткового виконання будь-якої з сторін зобов'язань за цим Контрактом, а саме: стихійних лих, війни, поломка устаткування, військових дій будь-якого характеру, блокади,

6.2. The quality of the Goods shall correspond to the parameters specified in the in the Specifications (Addenda) which will be drawn up for every consignment and constitute an integral part of the Contract.

7. PACKAGING AND LABELING.

7.1 The Seller has to provide at his own expense the packaging for Goods, is the which required for the transport and storage of Goods.

7.2 Each unit of product supplied under this Contract shall be labeled in accordance with EU requirements and without damage.

7.3 The Seller guarantees the information in the shipping marks and on packing of Goods is true and valid. The Seller undertakes to bear responsibility for non-compliance of this information.

8. ACCEPTANCE OF THE GOODS

8.1. The Goods shall be deemed accepted by the Buyer in terms of quantity – according to the shipment documents, in terms of quality – according to Quality Certificate.

8.2. Claims for incompliance with quality or quantity standards of the Goods shall be presented in written form within 10 (ten) days after the date of delivery of the Goods to the Consignee.

8.3. To any claims related to the Products' quality and quantity should be attached claim report, drawn up with the participation of a representative of a competent independent organization previously agreed by the Parties.

9. NOTIFICATION OF THE GOODS SHIPMENT

9.1. After shipping the Goods, the Seller undertakes to send the Buyer by fax or e-mail a notification in writing of the Shipment of the Goods.

10. CONDITIONS AND ORDER OF TERMINATION OF THE CONTRACT

10.1. The Parties have the right to terminate the present Contract only after fulfillment of all obligations undertaken by them under the present Contract.

10.2. In case of cancellation of the Contract through a fault of one party, the other party has the right to demand the reimbursement of any costs and other damages suffered in connection with cancellation of the Contract.

11. FORCE-MAJEURE

11.1. In case of occurrence of circumstances under which it will be impossible for either of the parties to fully or partially fulfill their obligations under the present Contract such as natural calamities, machinery breakdown, military operations of

заборони експорту або імпорту, термін поставки Товару, передбачений Контрактом, відсувається на час, протягом якого будуть діяти такі обставини.

11.2. Достатнім доказом дії форс-мажорних обставин є документ, виданий Торгівельно-промисловою палатою.

11.3 Про факт виникнення форс-мажорних обставин, Сторони зобов'язуються негайно повідомити одна одну. Неповідомлення або несвоєчасне повідомлення позбавляє відповідну Сторону права посилається на вищевказані обставини, як на підставу для звільнення від відповідальності.

12. САНКЦІЇ І РЕКЛАМАЦІЇ.

12.1. За прострочення поставки Товару, Продавець сплачує пеню в розмірі 0,02% від вартості партії Товару за кожний день прострочення.

12.2. За прострочення оплати Товару, Покупець сплачує пеню в розмірі 0,02% від вартості партії Товару за кожний день прострочення.

13. АРБІТРАЖ.

13.1. Досудове врегулювання спорів та розбіжностей обов'язково.

13.2. Усі суперечки та розбіжності, які можуть виникнути з Контракту або у зв'язку з ним, будуть вирішуватися шляхом мирного врегулювання між уповноваженими представниками сторін.

13.3. У разі неможливості вирішення спору дружнім шляхом, він підлягає остаточному вирішенню у Міжнародному комерційному арбітражному суді або у господарському суді за місцем знаходження однієї із Сторін. Витрати по арбітражу розподіляються між Сторонами самим Арбітражним судом.

14. ІНШІ ПОЛОЖЕННЯ.

14.1. Всі зміни та доповнення до цього контракту дійсні тільки в тому випадку, якщо вони вчинені у письмовій формі і підписані обома сторонами.

14.2. Цей Контракт складено у двох примірниках англійською / українською мовою; має підписи вищевказаних посадових осіб, скріплені печатками сторін.

14.3. Факсимільні копії є дійсними і мають однакову юридичну силу з оригіналами.

14.4. Цей Контракт вступає в силу з моменту його підписання обома сторонами і є дійсним до 20.06.2024 р.

whatever nature, blockades, embargoes on export or import, the time of the Goods delivery stipulated in the Contract, is delayed by the period during which such circumstances will be in effect.

11.2. A document issued by the Chamber of Trade and Industry shall be considered sufficient evidence of the effect of Force-Majeure.

11.3 The Parties undertake to immediately notify each other of the occurrence of force majeure circumstances. Failure to notify or late notification deprives the respective Party of the right to invoke the above circumstances as a basis for exemption from liability.

12. SANCTIONS AND CLAIMS

12.1. If the delivery of the goods is overdue the Seller shall pay the fine 0.02% of the value of the lot of the Goods for each day of the delay.

12.2. If payment for the goods is overdue the Buyer shall pay the fine 0.02% of the value of the lot of the Goods for each day of the delay.

13. GOVERNING LAW

13.1. Before applying to the court, the Parties are obliged to settle the disputes amicably.

13.2. Any disputes that may arise from the contract or in respect of it shall be settled amicably between the authorized representatives of the parties.

13.3. In case if it is impossible to settle the dispute amicably it shall be finally settled in the International Commercial Arbitration Court or in the Commercial court where one of the Parties is located. The arbitrage expenses shall be divided between the Parties by the Arbitration Court.

14. OTHER PROVISIONS

14.1. Any alterations and additions to the present Contract are only valid if they are made in writing and signed by both Parties.

14.2. The present Contract is drawn up in two copies in English/Ukrainian, it has the signatures of the aforementioned officials put on it and carries the seals of the parties to the Contract.

14.3. Facsimile copies of the Contract are valid and have the same legal force as the originals.

14.4. The present Contract comes into force upon signature by both parties and is valid until 20.06.2024.

15. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ СТОРІН.**ПРОДАВЕЦЬ:**

Іспанія
«AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U.»
Km. 19, 700
Провінція Кастильон
12110, Л'Алкора, Іспанія

Банківські реквізити:

BANCO DE SABADELL, S.A.
ПІН A08000189
IBAN - ES32SP3424ASV51854747100

ПОКУПЕЦЬ:

Україна
ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»
04128, м. Київ, вулиця Берковецька, будинок 6-К
ЄДРПОУ 32490244

Банківські реквізити:

Банк АТ «Альфа-Банк»
Код Банку 23494714
IBAN – UA823003460000026000010251924
ПІН: 324902426531

15. LEGAL ADDRESSES OF THE PARTIES.**SELLER:**

Spain
"AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U."
Km. 19, 700
Ctra. Castellón
12110, L'Alcora, Spain

Bank details:

BANCO DE SABADELL, S.A.
TIN A08000189
IBAN - ES32SP3424ASV51854747100

BUYER:

Ukraine
"EPICENTER K" LLC
04128, Kyiv city, Berkovetska street, building 6-K
EDRPOU 32490244

Bank details:

Bank JSC "Alfa-Bank"
Bank code 23494714
IBAN – UA823003460000026000010251924
Personal identification number: 324902426531

**Додаток (Специфікація) №1
До контракту № 81
від 20.06.23**

м. Київ

«20» червня 2023 р.

«AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U.», м. Л'Алора, Іспанія, надалі іменовані «Продавець», в особі Хорхе Сальседо, що діє на підставі статуту, з одного боку, і компанія ТОВ «ЕПІЦЕНТР К», Київ, Україна, надалі іменована «Покупець», в особі Захарченка В. П., що діє на підставі статуту, з іншого боку, уклали цей Контракт про таке:

Товар – Плитка керамічна «AZTECA BAY LUX 120 GREY», матеріал – керамограніт, 2 шт. в упаковці.
Код УКТ ЗЕД – 6907 22 00 90

Кількість – 3 000 упаковок.

Ціна в євро – 60 (шістдесят), 0 центів за упаковку.
Загальна сума за Специфікацією в євро – 180 000,00 (Сто вісімдесят тисяч) 00 центів.

Умови поставки – FCA Л'Алора, Іспанія.
Транспортні послуги оплачує Покупець.
Пункт призначення товару – Київ, Україна.
Умови оплати:

1. Платежі за товари, поставлені в рахунок цього Контракту, будуть здійснені у євро Покупцем після одержання протягом 3 робочих днів від дати повідомлення Уповноваженим банком України банку Покупця про те, що документи на інкасо одержані ним від Продавця. Продавець має подати Уповноваженому банку для надсилання на інкасо всі необхідні товаросупровідні документи.

2. Сума платежу має бути переказана Покупцем у повній відповідності з платіжними

**Addendum (Specification) No. 1
To contract No. 81
dd. 20.06.23**

Kyiv

"20" June 2023

"AZTECA PRODUCTS & SERVICES, S.L.U.", L'Alcora, Spain, hereinafter referred to as the "Seller", in the person of Jorge Salcedo, acting on the basis of the charter, on the one hand, and the company "EPICENTR K" LLC, Kyiv, Ukraine, hereinafter referred to as the "Buyer", in the person of V. P. Zakharchenko, acting on the basis of the charter, on the other hand, concluded this Contract on the following:

Product - Ceramic tile "AZTECA BAY LUX 120 GRAY", material - ceramic granite, 2 pcs. in the package

HS code - 6907 22 00 90

Quantity - 3,000 packages.

The price in euros is 60 (sixty), 0 cents per package.
The total amount according to the Specification in Euros is 180,000.00 (One Hundred and Eighty Thousand) 00 cents.

Terms of delivery - FCA L'Alcora, Spain.
Transport services are paid by the Buyer.
Place of destination - Kyiv, Ukraine.
Terms of payment:

1. Payments for the goods delivered on account of this Contract will be made in Euro by the Buyer after receipt within 3 working days from the date of notification by the Authorized Bank of Ukraine of the Buyer's bank that the collection documents have been received from the Seller. The seller must submit to the Authorized Bank for sending for collection all the necessary shipping documents.

2. The payment amount must be transferred by the Buyer in full accordance with the payment instructions set out in the collection order.

інструкціями, викладеними в інкасовому дорученні.

3. Усі банківські витрати, пов'язані з виставленням та сплатою інкасо, сплачуються Покупцем.

4. У разі затримки платежу за інкасо з боку Покупця він сплачує Продавцеві проценти за кожний день затримки за ставкою 0,02%.

Строки відвантаження товару зі складу – перша половина серпня 2023

Супроводжувальні документи – Продавець зобов'язаний забезпечити наявність всієї необхідної для експорту документації та надати всі необхідні документи з митного очищення Товару на експорт.

Ця Специфікація (Додаток), підписана сторонами, є невід'ємною частиною контракту № 81

від 20.06.23

Факсимільні копії є дійсними і мають однакову юридичну силу з оригіналами.

3. All bank charges related to the issuance and payment of collection are paid by the Buyer.

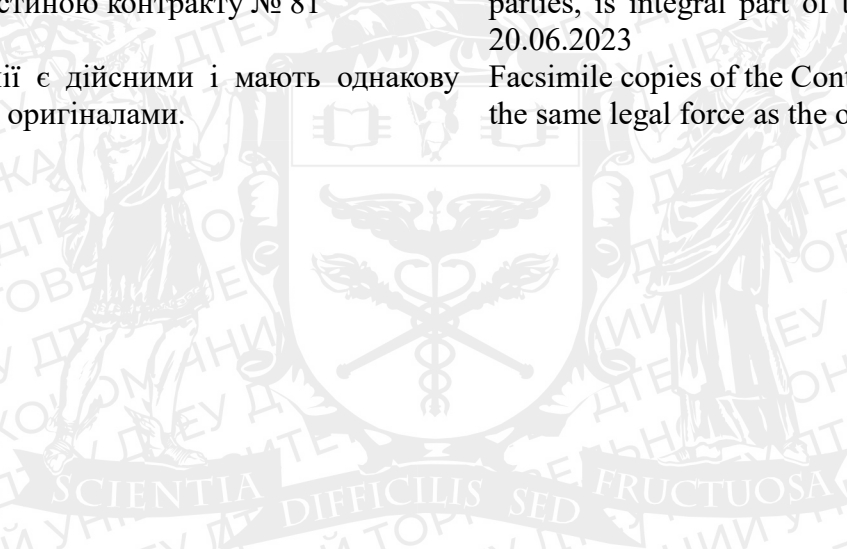
4. In case of delay in payment for collection by the Buyer, he pays the Seller interest for each day of delay at a rate of 0.02%.

The terms of shipment of goods from the warehouse – the first half of August 2023.

Cargo following documents – The Seller should arrange all needed export documents, and provide all necessary documents for customs clearance of the Goods for export.

This Specification (Addendum), duly signed by the parties, is integral part of the contract No. 81 of 20.06.2023

Facsimile copies of the Contract are valid and have the same legal force as the originals.



Довідка по товару УКТЗЕД

Код товару : 6907 21 00 10
станом на 06.06.2023

ВІДШ КЕРАМІЧНІ ВИРОБИ

- Плитка та плитки для настіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні; кубики керамічні для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї; керамічні вироби оздоблювальні:
- - - плитки і плитки для настіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, крім включених до підпозицій 6907 30 і 6907 40:
- - - з коефіцієнтом поглинання води не більше 0,5 мас.%;
- - - глазуровані плитки, кубики та аналогічні вироби прямокутної або іншої форми, найбільша грань яких може бути вписана в квадрат із стороною менш як 7 см

Основна країна ввезу: нс (код 166)
Додаткова одиниця ввезу: м2 (код 55)

ІМПОРТ ЕКСПОРТ ТРАНЗИТ

1. Ввізене мито

Влас сособо податок на переміщення товарів через митний кордон України. Див. додатково "Класификатор звільнень від сплати митних платежів при ввезенні товарів на митну територію України", затверджений наказом Мінфіну від 20.09.2012 року № 1011.

| | |
|-----------------|------------|
| Пільгова ставка | 10% |
| Повна ставка | 10% |
| Діє з | 01.01.2023 |

Підстава:
Закон України ВР № 2697-IX від 19.10.2022
Про Митний тариф України

Коментарі:
ІНШІ КЕРАМІЧНІ ВИРОБИ
Плитка та плитки для настіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні; кубики керамічні для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї; керамічні вироби оздоблювальні:
- плитки і плитки для настіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, крім включених до підпозицій 6907 30 і 6907 40:
- з коефіцієнтом поглинання води не більше 0,5 мас.%;
- глазуровані плитки, кубики та аналогічні вироби прямокутної або іншої форми, найбільша грань яких може бути вписана в квадрат із стороною менш як 7 см

2. Зменшення ставок ввізного мита (СВТ)

Преперенція по миту: "403".
Товари, вказані у коментарі, що ввозяться в Україну згідно з міжурядовою угодою України з держави ЄАВТ оподатковуються ввізним митом за зменшеними ставками.

| | |
|--------|------------|
| Ставка | 0 % |
| Діє з | 01.01.2023 |

Довідка по товару УКТЗЕД

Код товару : 6907 21 00 10

ВІДШ КЕРАМІЧНІ ВИРОБИ

- Плитка та плитки для настіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, керамічні; кубики керамічні для мозаїки та аналогічні вироби, на основі і без неї; керамічні вироби оздоблювальні:
- - - плитки і плитки для настіння і покриття підлоги, печей, камінів або стін, крім включених до підпозицій 6907 30 і 6907 40:
- - - з коефіцієнтом поглинання води не більше 0,5 мас.%;
- - - глазуровані плитки, кубики та аналогічні вироби прямокутної або іншої форми, найбільша грань яких може бути вписана в квадрат із стороною менш як 7 см

Основна країна ввезу: нс (код 166)
Додаткова одиниця ввезу: м2 (код 55)

ІМПОРТ ЕКСПОРТ ТРАНЗИТ

2. Зменшення ставок ввізного мита (СВТ)

Преперенція по миту: "403".
Товари, вказані у коментарі, що ввозяться в Україну згідно з міжурядовою угодою України з держави ЄАВТ оподатковуються ввізним митом за зменшеними ставками.

| | |
|--------|------------|
| Ставка | 0 % |
| Діє з | 01.01.2023 |

Підстава:
Міждержавна угода від 24.06.2010
Угода про вільну торгівлю між Україною та державою ЄАВТ
Міждержавна угода від 24.06.2010
Угода про сільське господарство між Україною та Ісландією

Коментарі:
Міждержавна Угода з Ісландією

| | |
|--------|------------|
| Ставка | 0 % |
| Діє з | 01.01.2023 |

Підстава:
Міждержавна угода від 24.06.2010
Угода про вільну торгівлю між Україною та державою ЄАВТ
Міждержавна угода від 24.06.2010
Угода про сільське господарство між Україною та Королівством Норвегії

Коментарі:
Міждержавна Угода з Королівством Норвегії

| | |
|--------|------------|
| Ставка | 0 % |
| Діє з | 01.01.2023 |

Підстава:
Міждержавна угода від 24.06.2010
Угода про вільну торгівлю між Україною та державою ЄАВТ
Міждержавна угода від 24.06.2010
Угода про сільське господарство між Україною та Швейцарською Конфедерацією

Коментарі:
Міждержавна Угода з Князівством Ліхтенштейн

| | |
|--------|------------|
| Ставка | 0 % |
| Діє з | 01.01.2023 |

Довідка по товару УКТЗЕД | X

https://qdpro.com.ua/uk/qdcodeinfo/6907210010

Ставка **0 %**
Діє з **01.01.2023**

Підстава:
 • Міждержавна угода від 24.06.2010
 Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ.
 • Міждержавна угода від 24.06.2010
 Угода про альпійське господарство між Україною та Швейцарською Конфедерацією

Коментарі:
 Міждержавна Угода з Швейцарською Конфедерацією

3. Зменшення ставок ввізного мита (ЄС)

Пріоритетність по миту: "410".
 Вказані у коментарі товари, що ввозяться в Україну та походять з країн ЄС, знаходяться у переліку зниження ввізних мит України, розрахованих по роках, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС.

Ставка **0 %**
Діє з **01.01.2023 до 31.12.2023**

Підстава:
 • Міждержавна угода від 27.06.2014
 Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони.
 • Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022
 Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:
 Глазууровані плитка, кубики та аналогічні вироби прямокутної або іншої форми, найбільша грань яких може бути вписана в квадрат із стороною менш як 7 см

4. Зменшення ставок ввізного мита (Канада)

Пріоритетність по миту: "420".
 Відповідно до положень Угоди про вільну торгівлю між Україною та Канадою на вказані у коментарі товари, походженням з Канади знижено ставки ввізного мита (див. лист ДЕСУ від 24.07.2017 № 19504/7/99-99-19-04-17).

Ставка **0 %**
Діє з **01.01.2023 до 31.12.2023**

Підстава:
 • Міждержавна угода від 11.07.2016
 Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою
 • Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022
 Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:
 Глазууровані плитка, кубики та аналогічні вироби прямокутної або іншої форми, найбільша грань яких може бути вписана в квадрат із стороною менш як 7 см

5. Зменшення ставок ввізного мита (Ізраїль)

Довідка по товару УКТЗЕД | X

https://qdpro.com.ua/uk/qdcodeinfo/6907210010

Зарубіжні зливальні машини вилкової конструкції.

Ставка **0 %**
Діє з **01.01.2023 до 31.12.2023**

Підстава:
 • Міждержавна угода від 21.01.2019
 Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль
 • Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022
 Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:
 Глазууровані плитка, кубики та аналогічні вироби прямокутної або іншої форми, найбільша грань яких може бути вписана в квадрат із стороною менш як 7 см

6. Зменшення ставок ввізного мита (Британія)

Пріоритетність по миту: "424".
 Відповідно до положень Угоди про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії на вказані у коментарі товари, походженням з Сполученого Королівства Великої Британії і Північної Ірландії знижено ставки ввізного мита.

Ставка **0 %**
Діє з **01.01.2023 до 31.12.2023**

Підстава:
 • Міждержавна угода від 08.10.2020
 Угода про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії
 • Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022
 Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:
 Глазууровані плитка, кубики та аналогічні вироби прямокутної або іншої форми, найбільша грань яких може бути вписана в квадрат із стороною менш як 7 см

7. Податок на додану вартість

Податок на додану вартість - непрямий податок, який нараховується та сплачується відповідно до норм розділу V Податкового кодексу України.

Об'єкт оподаткування (див. статтю 185 Податкового кодексу України) є операції платників податку з:

- ввезення товарів на митну територію України в митних режимах імпорту або реімпорту, в тому числі поставання товарів з-під митних режимів магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони для подальшого вільного обігу на території України;
- вивезення товарів у митному режимі експорту або реекспорту, в тому числі поставання товарів, які перебувають у вільному обігу на території України, до митних режимів магазину безмитної торгівлі, митний склад або спеціальна митна зона.

При ввезенні товарів на митну територію України **базою оподаткування** є договірна (контрактна) вартість, але не менша митної вартості цих товарів, з урахуванням мита та акцизного податку, що підлягають сплаті, за винятком податку на додану вартість, що включаються до ціни товарів згідно із законом (див. статтю 190 Податкового кодексу України).

Ставка **20%**
Діє з **01.01.2011**

Додаток по товару УКТЗЕД

https://qdpro.com.ua/uk/qdpro/169907210010

7. Податок на додану вартість

Податок на додану вартість - непряний податок, який нараховується та сплачується відповідно до норм розділу V Податкового кодексу України.

Об'єкт оподаткування (див. статтю 185 Податкового кодексу України) є операції платників податку з:

- ввезення товарів на митну територію України в митних режимах імпорту або реімпорту, в тому числі постачання товарів з-під митних режимів магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони для їх подальшого вільного обігу на території України;
- вивезення товарів у митному режимі експорту або реекспорту, в тому числі постачання товарів, які перебувають у вільному обігу на території України, до митних режимів магазину безмитної торгівлі, митний склад або спеціальна митна зона.

При ввезенні товарів на митну територію України **базою оподаткування** є договірні (контрактна) вартість, але не менша митної вартості цих товарів, з урахуванням мита та акцизного податку, що підлягають сплаті, за винятком податку на додану вартість, що включено до ціни товарів згідно із законом (див. статтю 190 Податкового кодексу України).

| | |
|--------|--------------|
| Ставка | 20% |
| Діє | з 01.01.2011 |

Видаток:

- Кодекс ВР № 2755-VI від 02.12.2010 Податковий кодекс України

8. Єдиний збір в пункті пропуску

Єдиний збір справляється з транспортних засобів, визначених у ст. 5 Закону України від 04.11.99 № 1212-XIV, які перетинають державний кордон, за здійснення у пунктах пропуску митного (у разі транспорту вантажу) і транспортного засобу контролю вантажу і транспортного засобу, за проїзд транспортного засобу автомобільними дорогами та за проїзд автотранспорту з перевищенням встановлених загальної маси, осейових навантажень та (або) габаритних параметрів.

Не справляється у разі: перетинання державного кордону авіаційними та водними транспортними засобами, залізничними вагонами без вантажу, залізничними пасажирськими вагонами, легковими автомобілями; транспорту вантажу, що не підлягає пропуску через митний кордон та перевантажується на інший транспортний засіб у зоні митного контролю пункту пропуску, який є одночасно пунктом ввезення та вивезення цього вантажу; в'їзду та виїзду транспортного засобу в некаждоденний пункт пропуску через держкордон без перетинання митного кордону; переміщення товарів трубопровідним транспортом та лініями електропередачі.

| | |
|-----|--------------|
| Діє | з 01.01.2008 |
|-----|--------------|

Видаток:

- Закон України ВР № 1212-XIV від 04.11.1999 Про єдиний збір, який справляється у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон України
- Постанова КМУ № 1569 від 24.10.2002 Про затвердження Порядку справляння єдиного збору у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон

9. Вільна торгівля (імпорту)

Преференція по миту: "400" - країни СНД;
 Преференція по миту: "401" - Республіка Грузія;
 Преференція по миту: "402" - Республіка Македонія.

В рамках діючих міждержавних угод про вільну торгівлю (з країнами СНД, Республікою Грузія та Республікою Македонія) можливе звільнення від сплати мита при імпорті вказаного у контракті товару. Таке звільнення здійснюється при дотриманні умов (навантажень сертифіката про походження товару, виконання правил прямого відвантаження та безпосередньої закупівлі), що встановлені кожною окремою угодою.