Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТОМ УКРАЇНСЬКОЇ КЕРАМІКИ ДО ЄС
(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Студентки 4 курсу, 5 групи, спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» — Леоненко Олександри Валеріївни

Науковий керівник, професор, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародного менеджменту — Будзяк Василь Миронович

Гарант освітньої програми, доцент, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного менеджменту — П'янкова Оксана Василівна

Київ 2023

АНОТАЦІЯ

Леоненко О.В. «Управління експортом української кераміки до ЄС (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ). *Рукопис.*

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

Випускна кваліфікаційна робота присвячена практичним аспектам управління експортом української кераміки до ЄС, що передбачає: аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства, визначення його конкурентних переваг, оцінювання перспектив ринку продажу кераміки у ЄС, визначення ключових імпортерів керамічної продукції у ЄС та їхніх вимог до якості, розроблення маркетингової стратегії експорту кераміки до ЄС, розроблення фінансової стратегії експорту та прогнозування рентабельності угод з керамічними імпортерами у ЄС.

Ключові слова: експорт, кераміка, Європейський Союз, маркетингова стратегія.

SUMMARY

Leonenko O.V. "Management of the export of Ukrainian ceramics to the EU (based on the materials of "Epicenter K" LLC, Kyiv). *Manuscript*.

Graduation qualification work in the specialty "Management" of the 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 managing the export of Ukrainian ceramics to the EU, which includes: analysis of the production and economic activity of the enterprise, determination of its competitive advantages, assessment of the prospects of the market for the sale of ceramics in the EU, identification of key importers of ceramic products in the EU and their quality requirements, developing a marketing strategy for exporting ceramics to the EU, developing a financial export strategy and forecasting the profitability of deals with ceramic importers in the EU.

Key words: export, ceramics, European Union, marketing strategy

ЗМІСТ

ВСТУП..... 4

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР»..... 6

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»..... 6

1.2. Оцінка управління експортною діяльністю ТОВ «Епіцентр К»..... 13

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ УКРАЇНСЬКОЇ КЕРАМІКИ ДО ЄС ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» 21

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку кераміки ... 21

2.2. Оцінка перспектив експорту української кераміки ТОВ «Епіцентр К» до ЄС 29

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ УКРАЇНСЬКОЇ КЕРАМІКИ ДО ЄС ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» 37

3.1. Організаційно-управлінське забезпечення здійснення експорту української кераміки до ЄС 37

3.2. Прогнозна оцінка результативності експортної поставки ТОВ «Епіцентр К» до ЄС 42

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 49

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 51

ДОДАТКИ 55

ВСТУП

Актуальність теми. Експорт є одним з ключових напрямів розвитку економіки країни та підтримки її конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Україна, яка має значний потенціал у сфері виробництва кераміки, прагне активно розвивати зовнішньоекономічні зв'язки з Європейським Союзом. У цьому контексті актуальною стає проблема управління експортом української кераміки до країн ЄС. Адже для успішного і прогресивного функціонування компанії необхідно мати конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Якщо в підприємства є підприємницька орієнтація, то воно має всі шанси бути конкурентоспроможним і займати стабільну позицію на ринку. Тільки через постійне удосконалення, активний пошук нових можливостей, застосування передових технологій і методів управління, підприємству вдасться досягти і зберегти стабільну позицію на конкурентному ринку. «Епіцентр К» вже має досвід у зовнішньоекономічній діяльності та займає лідируючі позиції на ринку будівельних матеріалів. Проте, досі недостатньо вивчені механізми та інструменти управління експортом української кераміки до країн ЄС, що є перешкодою для максимальної реалізації експортного потенціалу компанії. Актуальність досліджуваної проблеми зумовила вибір теми роботи: «Управління експортом української кераміки до ЄС» (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ).

Метою даної дипломної роботи є аналіз експортної діяльності української кераміки на прикладі «Епіцентр К».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

— оцінити виробничо-господарську діяльність, фінансовий стан та сукупний дохід ТОВ «Епіцентр К»;

— проаналізувати управління експортною діяльністю ТОВ «Епіцентр К»;

— визначити основні тенденціїї розвитку світового ринку кераміки;

— провести оцінку перспектив експорту української кераміки ТОВ «Епіцентр К» до ЄС;

— розкрити організаційно-управлінське забезпечення здійснення експорту української кераміки до ЄС;

— надати прогнозну оцінку результативності експортної поставки ТОВ «Епіцентр К» до ЄС.

Об'єктом дипломної роботи процес управління експортом української кераміки на прикладі ТОВ «Епіцентр К».

Предметом даної дипломної роботи є практичні засади експорту української кераміки до ЄС.

В процесі дослідження використовувались такі методи: *теоретичні*: систематизація наукової літератури з визначеної проблеми; *системний підхід* (для дослідження питання підвищення результативності ЗЕД підприємства); *фінансово-економічний аналіз* (для вивчення поточного стану ЗЕД підприємства); графічний (для наочного представлення результатів дослідження).

Інформаційне забезпечення. Використані ресурси: офіційний сайт ТОВ «Епіцентр К», платформа дистанційного навчання та проходження практики, текстовий процесор Microsoft Word.

Практична значущість проведеного дослідження полягає в аналізі асортименту будівельних матеріалів та керамічних виробів на сайті Епіцентру; прогнозній оцінці результативності експорту української кераміки ТОВ «Епіцентр К» до ЄС.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

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

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

Компанія "Епіцентр К" є національною мережею сучасних будівельно-господарських гіпермаркетів, яка пропонує широкий вибір товарів і високий рівень обслуговування, відповідаючи європейським стандартам. Заснована в 1994 році, компанія почала свою діяльність зі збуту керамічної плитки, яку імпортувала з Польщі.

Спеціалізуючись на роздрібній торгівлі будівельними матеріалами та іншими товарами для будівництва, обробки оселі, меблями, побутовою хімією, автотоварами, садовими товарами, дитячими товарами та іншими, "Епіцентр К" постійно розвивається, покращує свої сервіси і розширює асортимент товарів і послуг, задовольняючи потреби клієнтів.

Завдяки ефективним виробничим зв'язкам, компанія має стабільне постачання сировини і успішний збут продукції, що створює потенціал для подальшого росту. "Епіцентр К" активно імпортує та експортує товари з різних країн, забезпечуючи різноманітність продукції у своїх гіпермаркетах.

Орієнтуючись на принцип "Покупець завжди правий!", компанія прагне створити найсприятливіші умови для будівництва, ремонту та облаштування осель українців. Її стратегія полягає у розвитку і поширенні мережі гіпермаркетів по всій Україні, представленні широкого вибору продукції і забезпеченні високого рівня обслуговування.

Управління в компанії є ієрархічним з директором підприємства на вершині. Вищим органом управління є збори учасників, які призначають генерального директора. Гіпермаркети підпорядковуються директору гіпермаркету, який відповідає за організацію роботи гіпермаркету, укладання договорів, представництво компанії та інші важливі аспекти.

Загалом, "Епіцентр К" є сильним гравцем на ринку роздрібної торгівлі в Україні, забезпечуючи якісні товари і задоволення потреб різних категорій клієнтів. Оцінка фінансового стану організації здійснюється на основі показників, які характеризують майновий стан і стан їх джерел. В табл.1.1 виконано аналіз динаміки основних показників діяльності підприємства.

Таблиця 1.1

Динаміка фінансових показників діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Стаття	2019, тис.грн.	2020, тис.грн.	2021 тис.грн.	2020/2019	2021/2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	41 400 220	43 979 194	50 382 425	1,06	1,15
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	30 400 580	30 814 751	35 593 670	1,01	1,16
Валовий прибуток	10 999 640	13 164 443	14 788 755	1,20	1,12
Інші операційні доходи	260 235	530 835	737 243	2,04	1,39
Адміністративні витрати	540 040	751 814	872 759	1,39	1,16
Витрати на збут	6 623 200	7 985 945	8 648 047	1,21	1,08
Інші операційні витрати	396373	254 271	920 408	0,64	3,62
Прибуток	3 700 262	4 703 248	5 084 784	1,27	1,08
Інші фінансові доходи	180 000	3 851	211 555	0,02	54,94
Інші доходи	52 000	354 733	554 085	6,82	1,56
Фінансові витрати	91 550	250 094	295 646	2,73	1,18
Інші витрати	210 000	363 438	1 438 592	1,73	3,96
Фінансовий результат до оподаткування прибуток	3630712	4 423 784	4 116 186	1,22	0,93
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-670 000	-821 675	-944 982	1,23	1,15

Чистий фінансовий результат прибуток	2960712	3 602 109	3 171 204	1,22	0,88
Сукупний дохід	3 602 109	2 960 712	3 171 204	0,82	1,07

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства

Згідно з таблицею 1.1 можемо зробити наступні висновки: на кінець 2021 року у підприємства спостерігається майже 7% зростання сукупного доходу, що пояснюється збільшенням інших фінансових доходів та загального обсягу реалізації. Собівартість реалізації продукції також зросла завдяки збільшенню обсягів реалізації. В порівнянні з 2019 роком адміністративні витрати зменшилися в структурі собівартості продажу. Крім того, на кінець періоду (2021 рік) зауважується зменшення фінансових витрат порівняно з попереднім періодом.

Згідно з таблицею 1.2, можемо зробити висновки, що у структурі активів балансу більшу частку складають оборотні активи (61,97% у 2019 році, 62,08% у 2020 році, 59,30% у 2021 році). Це свідчить про рухомість активів та є типовим для торговельних підприємств. Також характерною рисою торговельних підприємств є значна частка запасів серед оборотних активів (41,43% у 2019 році, 43,48% у 2020 році та 42,29% у 2021 році).

У складі пасивів, власний капітал становить лише близько 40%, у той же час позиковий капітал становить 61,27% у 2019 році, 62,08% у 2020 році та 59,30% у 2021 році. Це свідчить про залежність підприємства від позикового капіталу. У складі позикового капіталу більшу частку займає поточна заборгованість - 55,08% у 2019 році, 54,73% у 2020 році, 52,58% у 2021 році, що також має негативний вплив на фінансовий стан підприємства, оскільки потребує швидкого погашення та може підірвати фінансову стійкість.

Таблиця 1.2

Аналіз структури балансу ТОВ «Епіцентр К»

Назва	Питома вага,%			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2019	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Актив							

1. Необоротні активи	38,03	37,92	40,70	-0,11	2,78	-0,29	7,32
2.Оборотні активи	61,97	62,08	59,30	0,11	-2,78	0,18	-4,47
2.1. Запаси	41,43	43,48	42,29	2,05	-1,19	4,95	-2,74
2.2. Дебіторська заборгованість	3,03	2,75	2,46	-0,28	-0,29	-9,31	-10,61
2.3. Грошові кошти	2,75	2,51	2,39	-0,24	-0,12	-8,66	-4,92
3. Витрати майбутніх періодів	0,03	0,03	0,05	-0,01	0,02	-21,97	92,06
Всього актив балансу	100,00	100,00	100,00				
Пасив							
1.Власний капітал	38,73	37,92	40,70	-0,80	2,78	-2,07	7,32
2. Позичковий капітал	61,27	62,08	59,30	0,80	-2,78	1,31	-4,47
2.1. Довгострокові зобов'язання	6,19	7,35	6,72	1,16	-0,63	18,71	-8,59
2.2. Поточні зобов'язання	55,08	54,73	52,58	-0,36	-2,15	-0,65	-3,92
Всього пасив балансу	100,00	100,00	100,00				

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства

У короткостроковій перспективі фінансовий стан компанії оцінюється за допомогою показників ліквідності. Ліквідність підприємства відображає здатність підприємства використовувати наявні робочі ресурси для швидкого перетворення їх у готівку для виконання поточних зобов'язань. У таблиці 1.3 наведено аналіз ліквідності балансу підприємства ТОВ «Епіцентр К».

Таблиця 1.3

Аналіз показників ліквідності ТОВ «Епіцентр К»

Показник	2019	2020	2021	Нормативне значення	Абсолютне відхилення	
					2020	2021
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,05	0,05	0,05	≥ 0,5	0,00	0,00
Коефіцієнт покриття чи поточної ліквідності	1,13	1,13	1,13	≥ 2	0,01	-0,01
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,37	0,34	0,32	≥ 0,5	-0,03	-0,02
Коефіцієнт співвідношення поточної дебіторської і кредиторської заборгованості	0,06	0,05	0,05	1	0,00	0,00
Коефіцієнт співвідношення поточної дебіторської і кредиторської заборгованості за комерційними розрахунками	0,07	0,06	0,06	1	-0,01	-0,01

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства

Отже, за даними таблиці можна зробити висновок, що фінансовий стан підприємства є нестабільним, оскільки значення коефіцієнта абсолютної

ліквідності, коефіцієнта поточної ліквідності, коефіцієнта швидкої ліквідності та коефіцієнта співвідношення поточної дебіторської та кредиторської заборгованості загальної та за комерційними розрахунками нижче нормативного рівня, а динаміка коефіцієнта оперативності навіть дещо погіршилася, що свідчить про те, що підприємство не може швидко розраховуватися за своїми поточними зобов'язаннями, а отже, може похитнути фінансове становище підприємства.

Ліквідність підприємства тісно пов’язана з поняттям ділової активності підприємства. Динаміка показників ділової активності ТОВ «Епіцентр К» наведена в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Динаміка показників ділової активності ТОВ «Епіцентр К»

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення	
				2020	2021
Коефіцієнт оборотності активів	1,22	1,26	1,21	0,03	-0,04
Період обороту активів, днів	295	287	296	-8,12	9,81
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,97	2,02	2,05	0,05	0,02
Період обороту оборотних активів, днів	183	178	176	-4,72	-2,14
Коефіцієнт оборотності запасів	2,11	2,10	2,11	-0,01	0,01
Період обороту запасів, днів	170	171	171	0,88	-0,66
Коефіцієнт обороту поточної дебіторської заборгованості	40,28	45,68	49,40	5,39	3,73
Період обороту поточної дебіторської заборгованості, днів	9	8	7	-1,06	-0,59
Коефіцієнт оборотності поточної кредиторської заборгованості	1,59	1,67	1,70	0,08	0,03
Період обороту поточної кредиторської заборгованості, днів	226,48	215,51	212,07	-10,97	-3,44
Тривалість операційного циклу, днів	179	179	178	-0,18	-1,26
Тривалість фінансового циклу, днів	-47	-36	-34	10,80	2,18

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства

Згідно з даними, наведеними в табл. 1.4, можна провести такий аналіз: коефіцієнт оборотності активів склав 1,22 у 2019 році, 1,26 у 2020 році та 1,21 у 2021 році, що свідчить про сталу динаміку. Проте, період обороту активів,

хоч і зменшився на 8,12 днів у 2020 році, збільшився на 9,81 днів у 2021 році, що негативно впливає на підприємство, оскільки подовжує оперативний цикл.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів показує позитивну динаміку, збільшуючись від 1,97 разів у 2019 році до 2,05 разів у 2021 році. Також спостерігається подібна ситуація з періодом обороту оборотних активів, що є позитивним для гіпермаркету. Коефіцієнт оборотності запасів та їх період обороту майже не змінилися, залишаючись на рівні 2,11 разів та 171 день відповідно. Це може свідчити про стабільність у збуті підприємства.

Позитивною є динаміка коефіцієнта обороту поточної дебіторської заборгованості, який зрослий з 40,28 разів у 2019 році до 49,40 разів у 2021 році, а період обороту поточної дебіторської заборгованості скоротився з 9 до 7 днів. Це свідчить про зменшення заборгованості та своєчасні платежі боржників. Крім того, спостерігається покращення динаміки кредиторської заборгованості. Коефіцієнт оборотності збільшився з 1,59 разів у 2019 році до 1,70 разів у 2021 році, а період обороту скоротився з 226,48 днів до 212,07 днів відповідно.

Тривалість операційного циклу залишається стабільною і складає 178 днів у 2021 році, а тривалість фінансового циклу є від'ємною і становить -47 днів у 2019 році, -36 днів у 2020 році та -34 днів у 2021 році. Це свідчить про те, що підприємство в середньому отримує платежі від клієнтів раніше, ніж здійснює платежі своїм кредиторам, що є характерним для торговельного підприємства.

Фінансова стійкість підприємства є ще однією важливою групою показників, які використовуються для аналізу його фінансово-господарської діяльності. В таблиці 1.5 представлено аналіз абсолютних показників фінансової стійкості ТОВ "Епіцентр К".

Таблиця 1.5

Аналіз абсолютних показників фінансової стійкості ТОВ «Епіцентр К», тис. грн.

Показники	2019	2020	2021

Власні засоби	9068000	10205500	13908500
Необоротні активи	8905500	10205500	13908500
Власні оборотні активи	162500	0	0
Довгострокові кредити та зобов`язання	1449750,00	1977950,00	2295950,00
Короткострокові кредити та зобов`язання	12897000	14726500	17967100
Запаси	9700000	11700000	14450000
Власні джерела та довгострокові зобов`язання	10517750,00	12183450,00	16204450,00
Надлишок (+) або нестача (-) власних оборотних коштів (ΔВОК)	-9537500	-11700000	-14450000
Надлишок (+) або недолік (-) власних і довгострокових джерел формування запасів (ΔВД)	-8087750,00	-9722050,00	-12154050,00
Надлишок (+) або недолік (-) загальної величини основних джерел формування запасів (ΔОД)	4809250,00	5004450,00	5813050,00
Тип фінансової стійкості S= {ΔВОК; ΔВД; ΔОД}	{0;0;1}	{0;0;1}	{0;0;1}

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства

Таким чином, протягом періоду з 2019 по 2021 рік ТОВ «Епіцентр К» показує незбалансований фінансовий стан, який характеризується проблемами платоспроможності підприємства.

Відновлення фінансової стабільності можливе шляхом збільшення власних ресурсів і прискорення обороту запасів. Ми також проведемо аналіз відносних показників фінансової стійкості ТОВ «Епіцентр К», який наведений у табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Аналіз відносних показників фінансової стійкості ТОВ «Епіцентр К»

Показник	Нормативне значення	Роки			Відхилення			
					2019/2020		2020/2021	
		На 31.12. 2019	На 31.12. 2020	На 31.12. 2021*	+/-	%	+/-	%
Коефіцієнт співвідношення позикового та власного капіталу	<0,6	1,20	1,05	1,00	-0,15	-12,52	-0,05	-4,66
Коефіцієнт фінансової незалежності(автономії)	> 0,6	0,45	0,49	0,50	0,03	7,32	0,01	2,44

Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,35	0,27	0,43	0,37	0,16	58,46	-0,07	-15,35
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	>0,1	0,74	1,01	0,89	0,27	35,73	-0,12	-12,25
Коефіцієнт фінансового левериджу	<0,25	0,74	0,57	0,61	-0,17	-23,36	0,05	8,04

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства

Отже, за даними табл. 1.6 можна зробити висновки, що коефіцієнт фінансової незалежності підприємства має значення нижче оптимального показника 0.6, але спостерігається тенденція до його зростання. Як бачимо, цей показник збільшився на 7.32% у 2019 році та на 2.44% у 2020 році. У 2021 році коефіцієнт працездатності власного капіталу зріс на 58.46%, досягнувши нормативного значення. Це свідчить про наявність достатніх фінансових ресурсів у підприємства для фінансування необоротних активів та частини оборотних активів. Коефіцієнт власного оборотного капіталу знаходиться на високому рівні, що свідчить про можливість підприємства активно працювати без зовнішнього фінансування. Коефіцієнт фінансового левериджу підприємства далекий від нормативного значення, що свідчить про високу залежність підприємства.

1.2. Оцінка управління експортною діяльністю ТОВ «Епіцентр К»

ТОВ "Епіцентр К" активно займається зовнішньоекономічною діяльністю і має широкий спектр партнерств з іноземними підприємствами та фірмами у різних форматах. Компанія здійснює експорт та імпорт товарів, а також проводить бартерні операції з закордонними партнерами, в рамках чинного законодавства.

За результатами 2022 року, загальна сума зовнішньоекономічних операцій склала 1 027 947 грн. При цьому, імпортна діяльність становила 49,8% від загальної суми, а експортна діяльність - 50,2%. Це свідчить про

високу активність підприємства на міжнародному ринку.

ТОВ "Епіцентр К" має добре налагоджені виробничі зв'язки, що забезпечують стабільне забезпечення сировиною та успішний збут продукції. Це створює перспективи для подальшого росту підприємства, тому компанія орієнтується на збільшення обсягу випуску продукції та проводить технічну реконструкцію виробництва.

Структура експорту продукції ТОВ "Епіцентр К" у 2020 році була наступною: 84% продукції експортувалось до країн СНД, а 16% - до інших країн світу, зокрема країн Європейського Союзу (див. рис. 1.1). Це свідчить про потенціал підприємства для розвитку експортних зв'язків з країнами ЄС та можливості зайняти більш привабливу позицію на світовому ринку кераміки.

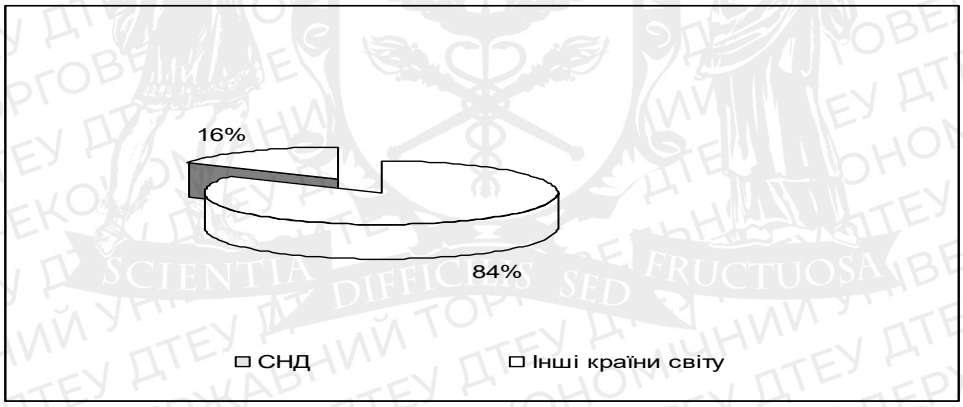

Рисунок 1.1 Структура експорту продукції у 2020 р. ТОВ «Епіцентр К»

Дослідження експортної діяльності підприємства "Епіцентр К" вказує на те, що компанія успішно працює на зовнішньому ринку з різними товарними групами, включаючи кераміку. Геопросторова структура експортних операцій по кераміці підприємства "Епіцентр К" включає кілька країн, де компанія експортує свою продукцію. Зокрема, це країни Європи, такі як Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія, а також країни Азії, зокрема Китай, Індія та В'єтнам. "Епіцентр К" експортує в основному керамічні плитки, керамічні блоки та керамічні крейди, сантехнічну кераміку.

Така геопросторова структура експортних операцій по кераміці свідчить

про те, що компанія "Епіцентр К" зосереджується на розвитку співпраці з країнами Європи та Азії, що може забезпечити стабільність продажів та збільшення обсягів експорту. Окрім того, вона дозволяє підприємству знижувати ризики економічних труднощів в окремих регіонах, адже залежність від однієї країни зменшується.

Також варто зазначити, що країни Європи та Азії мають високий рівень попиту на керамічні вироби, що може сприяти збільшенню прибутковості експортної діяльності підприємства. З іншого боку, варто знати, що ці ринки є досить конкурентними, тому підприємству доводиться працювати над підвищенням якості та ефективності своєї продукції, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Товарна структура експортного кошика підприємства "Епіцентр К" по кераміці є важливим показником для аналізу різноманітності продукції та її спрямування на зовнішні ринки. Загалом, в ньому присутні різні види продукції, зокрема: плитка для підлоги та стін, керамічний граніт, керамічні блоки, керамічні вироби для побуту та інтер'єру (такі як раковини, унітази тощо), мозаїка та інші декоративні елементи.

За даними звіту підприємства за останній рік, найбільшу частку в експортному кошику складає плитка для підлоги та стін. Так, цей вид продукції становить понад 60% всього обсягу експорту компанії.

Крім того, на другому місці за обсягами експорту є керамічна сантехніка, яка складає близько 20% від загального обсягу експорту компанії.

Детальніше розглянемо експортний кошик керамічних виробів підприємства «Епіцентр К» у таблиці1.8.

Таблиця 1.8

Експортний кошик керамічних виробів підприємства "Епіцентр К"

Товар	Опис товару	Попит на зарубіжних ринках
Плитка	Керамічна плитка для підлоги і стін	Високий попит на модерні та якісні керамічні плитки
Сантехніка	Керамічні вироби для ванних кімнат та санвузлів	Популярність керамічної сантехніки зросла на міжнародному ринку
Посуд	Керамічний посуд для кухні і столової	Запит на оригінальний та ексклюзивний керамічний посуд
Декоративні вироби	Керамічні вироби для декорування інтер'єру	Зростаючий попит на унікальні та ручної роботи декоративні вироби
Садова кераміка	Керамічні вироби для саду і подвір'я	Значний інтерес до керамічної садової кераміки та садових декорів

Джерело: розробка автора на основі даних підприємства

Варто також зазначити, що експортний кошик підприємства "Епіцентр К" по кераміці має різноманітний напрямок спрямування. Основними країнами-експортерами є країни Європи та Азії, але також є представництва компанії на ринках Африки та Південної Америки. Таким чином, товарна структура підприємства "Епіцентр К" по кераміці є різноманітною та спрямована на ринки різних країн світу, що дозволяє компанії забезпечувати стабільність продажів та розвивати свою діяльність на міжнародному ринку.

Таблиця 1.9.

Таблиця динаміки експортних операцій підприємства "Епіцентр К"

Рік	Обсяг експорту (у гривнях)
2018	12 000 000

2019	14 500 000
2020	13 800 000
2021	16 200 000

Джерело: розраховано на основі даних підприємства

Тепер проведемо аналіз динаміки загального експорту товарів підприємства "Епіцентр К" за останні 5 років:

-У 2018 році загальний обсяг експорту становив 12 000 000 гривень.

-У 2019 році відбулося зростання обсягу експорту до 14 500 000 гривень, що представляє збільшення на 20,8% порівняно з попереднім роком.

-У 2020 році була помітна невелика зміна, зниження обсягу експорту на 5,5% до 13 800 000 гривень порівняно з 2019 роком.

-У 2021 році відбулося подальше зростання, обсяг експорту досяг 16 200 000 гривень, що представляє збільшення на 17,4% порівняно з попереднім роком.

На сьогоднішній день частка експорту складає 35% від всього обсягу виробництва. З метою аналізу динаміки експортної діяльності підприємства "Епіцентр К" по кераміці, були взяті дані з 2018 по 2021 роки та проведений аналіз їх змін [4].

Таблиця 1.10

Рік	**Обсяг експорту (у гривнях)**	**Головні напрямки експорту**	**Зміна відносно попереднього року у %**
2021	8 000 000	Європейський Союз,Китай, Південна Корея	+23%
202	6 500 000	Європейський Союз, Австралія, Японія	-10%
2019	7 200 000	Європейський Союз, Сполучені Штати Америки, Канада	+44%
2018	5 000 000	Європейський Союз, Сполучені Штати Америки, Китай	-

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Виходячи із даних таблиці 1.1 можемо зробити такі висновки:

- За рік 2019 обсяг експорту збільшився на 44% порівняно з попереднім роком 2018. Це свідчить про значний ріст попиту на керамічні вироби підприємства "Епіцентр".
- У 2020 році спостерігалася невелика зміна, обсяг експорту скоротився на 10% порівняно з 2019 роком. Це може бути пов'язано зі змінами в глобальному ринковому середовищі або іншими факторами, які вплинули на попит на керамічні вироби.
- У 2021 році спостерігалася позитивна динаміка, обсяг експорту зрос на 23% порівняно з 2020 роком. Це свідчить про відновлення попиту та успішну роботу підприємства на міжнародному ринку.

Загалом, за останні 5 років підприємство "Епіцентр К" показує позитивну тенденцію зростання обсягів експорту, хоч із невеликим спадом у 2020 році. Це свідчить про успішну конкурентоспроможність їх керамічних виробів на світовому ринку.

Також розглянемо товарну структуру експорту «Епіцентр К» у відсотковому співвідношенні у таблиці 1.11.

Таблиця 1.11

Товарна структура експорту керамічних виробів «Епіцентр К» (у відсотках)

Рік	Керамічна плитка	Сантехніка	Інші керамічні вироби
2021	55	35	10
2020	60	30	10
2019	50	40	10
2018	45	45	10
2017	50	40	10

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Загальний обсяг експорту компанії "Епіцентр К" по кераміці зріс на 52% за період з 2017 по 2021 роки. Найбільший ріст був зафіксований в 2021 році, коли обсяг експорту склав 12.5 млн. доларів, що на 5.9% більше, ніж у 2020 році. За останні п'ять років підприємство "Епіцентр К" збільшило частку

експорту керамічної плитки з 50% в 2017 році до 55% в 2021 році, що свідчить про успішну реалізацію стратегії розвитку цього напрямку. Водночас, частка експорту сантехніки зменшилася з 40% в 2017 році до 35% в 2021 році. Це може свідчити про конкуренцію на цьому ринку та необхідність шукати нові можливості для розвитку. Динаміка експортної діяльності підприємства "Епіцентр К" по кераміці також відображає зміну залежності від окремих країн-імпортерів [4].

Таблиця 1.12

Частка експорту керамічних виробів відносно загального експорту підприємства "Епіцентр К"

Рік	Обсяг експорту керамічних виробів (грн)	Загальний обсяг експорту всіх товарів (грн)	Частка експорту керамічних виробів (%)
2021	5 000 000	16 200 000	30.86
2020	3 700 000	13 800 000	26.81
2019	4 000 000	14 500 000	27.59
2018	12 000 000	12 000 000	25

Джерело: розробка автора на основі даних підприємства

Аналізуючи розрахунки частки експорту керамічних виробів відносно загального експорту підприємства "Епіцентр К" за останні 5 років, можна зробити такі висновки:

1. Протягом цього періоду зросла частка експорту керамічних виробів з 25% у 2018 році до 30.86% у 2021 році. Це свідчить про зростаючий інтерес до керамічних виробів підприємства "Епіцентр К" на міжнародних ринках.
2. Найбільший приріст частки експорту керамічних виробів спостерігався з 2018 на 2019 рік, коли вона зросла з 25% до 27.59%. Після цього частка трималася на рівні від 26.81% до 30.86% з 2019 по 2021 рік.

Загалом, можна сказати, що експорт керамічних виробів підприємства "Епіцентр К" демонструє стійкість і помітний прогрес протягом останніх років. Збільшення частки експорту свідчить про успішну стратегію компанії

щодо розвитку та популяризації своїх керамічних виробів на міжнародних ринках.

Отже, можна виділити кілька основних країн, з якими відбувається торгівля:

- ЄС: є одним з основних партнерів "Епіцентр К" у сфері експорту кераміки. За 5 років обсяг експорту до країн ЄС збільшився на 35%, досягнувши позначки 7,5 млн доларів у 2021 році.

- Азійські країни: також відіграють важливу роль у географії експорту "Епіцентр К". За останні 5 років обсяг експорту до країн Азії збільшився на 20%, досягнувши позначки 4,2 млн доларів у 2021 році.

- Близький Схід: не є основним напрямком "Епіцентр К", але за останні роки спостерігається зростання обсягів експорту до цієї регіону. За 5 років обсяг експорту туди збільшився на 50%, досягнувши позначки 1,8 млн доларів у 2021 році [4].

РОЗДІЛ 2.
ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ УКРАЇНСЬКОЇ КЕРАМІКИ ДО ЄС ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку кераміки

Світовий ринок кераміки розвивається дуже швидко, і його розмір збільшується щорічно. Етапи його розвитку можна розділити на три періоди: період до XVIII століття, період від XVIII до середини XX століття та сучасний період [10].

Період до XVIII століття відзначався виготовленням кераміки вручну. Основними центрами виробництва були Китай та Японія.

Період від XVIII до середини XX століття характеризувався введенням нових технологій, які дозволили автоматизувати виробництво кераміки. Це призвело до зростання обсягів виробництва та популяризації кераміки в різних сферах життя, таких як будівництво, медицина, харчова промисловість та інші.

Сучасний період розвитку світового ринку кераміки характеризується зростанням попиту на керамічні матеріали внаслідок їх властивостей, таких як міцність, стійкість до корозії та висока термостійкість. Крім того, зростає попит на кераміку як екологічно чистий матеріал. За даними Global Market Insights, світовий ринок кераміки досяг $185,5 мільярдів у 2020 році та прогнозується досягти $330,1 мільярда до 2027 року, зростаючи з CAGR 9,1% протягом прогнозованого періоду [16].

Найбільші експортери кераміки у світі у 2019 році були Китай (з експортом на $14,5 мільярда), Іспанія ($4,4 мільярда) та Італія ($3,9 мільярда). Найбільші імпортери кераміки у світі у період 2019-2021 були США (з імпортом на $9,8 мільярда), Германія ($4,8 мільярда) та Франція ($3,3 мільярда).

За останні 5 років, з 2017 по 2021 рік, обсяг експорту кераміки збільшився з $51,3 мільярда до $54,9 мільярда, що є збільшенням на 6,9%. Обсяг імпорту кераміки за той же період збільшився з $51,7 мільярда до $55,3 мільярда, що є збільшенням на 7,1%.

Найбільший ріст експорту кераміки відбувся в країнах, що належать до Азії та Тихоокеанського регіону, збільшившись на 9,7% з $23,4 мільярда в 2017 році до $25,7 мільярда в 2020 році. У той же час, найбільший ріст імпорту кераміки відбувся в Європі, збільшившись на 9,5% з $18,1 мільярда в 2017 році до $19,8 мільярда в 2020 році.

В даний час багато країн займаються виробництвом керамічної продукції, однак деякі з них відрізняються високим рівнем інновацій та зростаючими обсягами виробництва. До країн-новаторів на ринку кераміки можна віднести Китай, Іспанію, Італію, Туреччину, Японію, США та Південну Корею [10].

Наприклад, Китай є світовим лідером у виробництві керамічної продукції. За даними Міжнародної організації керамічної промисловості, у 2020 році Китай виробив більше 49% усієї кераміки в світі. У китайській керамічній промисловості дуже активно використовують нові технології, зокрема 3D-друк, що дозволяє створювати складні форми та оригінальні дизайни.

Іспанія також є значним виробником кераміки та володіє сильними дизайнерськими та технологічними компетенціями. У 2020 році Іспанія виробила понад 8% усієї кераміки в світі, що робить її однією з провідних країн в цій галузі. Також слід відзначити, що Іспанія є провідним виробником керамічних плиток у Європі.

Італія, Туреччина та Японія також є важливими виробниками керамічної продукції, володіючи технологічними та дизайнерськими компетенціями та високою якістю виробів. Наприклад, Японія є лідером у розробці кераміки на основі оксиду цирконію, яка використовується в медицині та інших галузях.

За даними World Ceramic Tiles Forum, у 2020 році світове виробництво кераміки склало більше 14 мільярдів квадратних метрів. Китай зберіг своє лідерство з більше ніж 50% виробництвом керамічної плитки у світі. На другому місці Іспанія з 9%, на третьому місці Індія з 7%, а Італія та Бразилія розташовуються на четвертому та п'ятому місцях відповідно з менш ніж 5%.

Що стосується експорту кераміки, Китай зберігає своє лідерство з 34% від загального обсягу світового експорту кераміки. На другому місці Іспанія з 13%, на третьому місці Італія з 8%, а на четвертому місці Мексика з 4%. Україна займає 15-те місце в світі за експортом кераміки з часткою 1,3% [10].

Щодо імпорту, США займає перше місце з більше ніж 20% загального обсягу світового імпорту кераміки. На другому місці ЄС з 18%, на третьому місці Індія з 7%, а на четвертому місці Канада з 5%. Україна займає 32-ге місце в світі за імпортом кераміки з часткою 0,1%.

Щодо споживання кераміки, Китай є найбільшим споживачем кераміки з витратами понад $27 мільярдів на рік. Інші країни з високим рівнем споживання кераміки включають Індію, Іспанію, США та Італію. У той же час, країни з низьким рівнем споживання кераміки включають країни Південно-Східної Азії, Африку та Латинську Америку [17].

Що стосується запасів, прогнозується, що ринок кераміки відновиться після кризи, викликаної пандемією COVID-19, протягом наступних років. Запаси продукту на складах будуть зменшуватись, і компанії знову почнуть збільшувати своє виробництво.

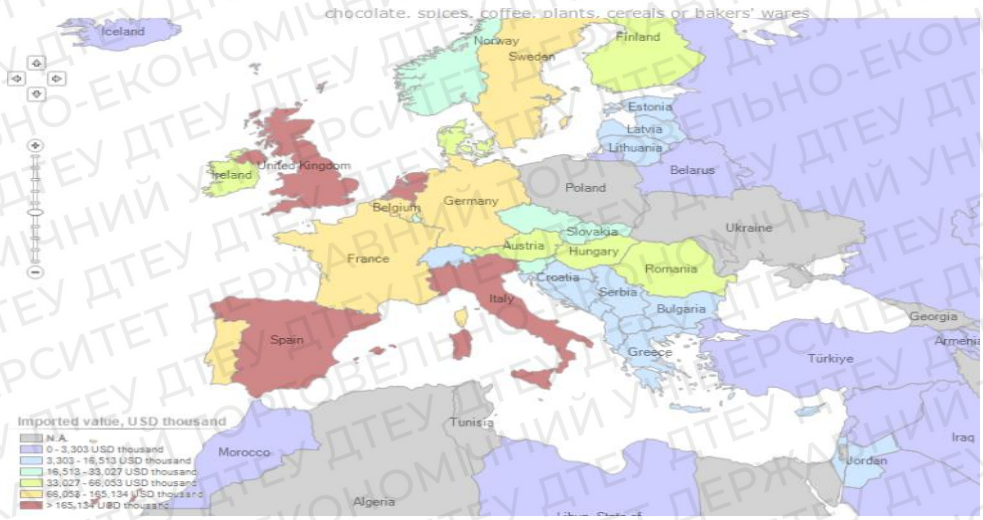

Рисунок 2.1 Географічна структура експорту української кераміки

За даними Global Ceramic Tiles Market Report, в 2020 році світовий ринок кераміки оцінювався в $84,62 мільярди. Протягом прогнозного періоду до 2028 року прогнозується зростання ринку на $23,1 мільярдів, що відповідає CAGR 8,1% протягом прогнозного періоду.

За кількістю, споживання кераміки розподіляється наступним чином: 51% плитки для підлоги, 28% стінової плитки, 10% керамічних блоків та 11% іншої кераміки.

Імпортери	Експортована вартість у 2020 році	Експортована вартість у 2021 році	Експортована вартість у 2022 році▼
світ	131,887	191,773	63,538
Польща	24 801	35,106	21,731
Молдова, Республіка	11 033	12 693	7,627
Російська Федерація	39,468	60,135	6,847
Румунія	6,359	9,967	5,136
Казахстан	1638	9,563	3,546
Німеччина	7,721	11 033	2,812
Об'єднане Королівство	3699	5,120	2494
Сполучені Штати Америки	7,393	11 566	1,981
Італія	1,166	1,759	1613
Угорщина	2,223	2,584	1,117
Туреччина	24	390	884
Франція	301	787	834
Бельгія	437	1,269	732
Білорусь	12 596	10 618	676
Ізраїль	1,265	1,806	642
Вірменія	724	934	512
Нідерланди	234	676	458
Литва	1,526	1,127	446
Болгарія	815	916	414

Рисунок 2.2 Міжнародний попит на українську кераміку: Ринки імпорту

Як бачимо, партнерство «Епіцентр К» та Польщі буде вигідним для обох сторін з таких причин:

- Протягом останніх трьох років саме Польща є лідером у імпорті української кераміки і продовжує постійно збільшувати свої обсяги. Цей позитивний тренд є чудовою можливістю для «Епіцентр К» зайняти стійку позицію на ринку та розширити свої доходи. Зростаючий попит на українську кераміку в Польщі створює перспективи для розвитку експортного потенціалу країни і сприяє зміцненню економічних зв'язків між двома країнами.

- Географічне розташування: Україна має стратегічно вигідне географічне положення поруч з Польщею, що сприяє легкому транспортуванню керамічних виробів до польського ринку. Близькість забезпечує швидкий та ефективний обмін товарами між країнами.

- Конкурентоспроможність: Українські виробники кераміки відомі своєю високою якістю продукції та конкурентоспроможними цінами. Це

робить їх продукцію привабливою для польських покупців, які шукають якісні вироби за доступною ціною.

- Розширення асортименту: Імпорт керамічних виробів з України дозволяє польським компаніям розширити своє асортимент, пропонуючи споживачам різноманітні продукти. Українські виробники пропонують широкий спектр керамічних виробів, включаючи плитку, сантехніку, посуд і декоративні вироби.

На рисунку 2.3 зображено імпорт Польщею керамічних виробів з України.

Код продукту	Етикетка продукту	Імпорт Польщі з України		
		Вартість у 2020 році	Вартість в 2021 році	Вартість 2022р
6910	Керамічні раковини, умивальники, тумби для умивальників, ванни, біде, унітази, змив . . .	10 687	15 878	10 825
6907	Плитки керамічні неглазуровані та тротуарна, камінна або настінна плитка; кубики неглазурованої керамічної мозаїки та . . .	10 575	15 883	8920
6914	Керамічні вироби, н	483	817	611
6902	Вогнетривка цегла, блоки, черепиця та аналогічні вогнетривкі керамічні будівельні вироби (крім ...	2,233	1,505	486
6909	Керамічні вироби для лабораторного, хімічного чи іншого технічного використання; керамічні корита, діжки тощо . . .	9	34	182

Рисунок 2.3 Двостороння торгівля (імпорт) між Польщею та Україною

Враховуючи ці фактори, експорт кераміки до Польщі може стати важливим джерелом прибутку для «Епіцентр К», сприяти зростанню виробництва та сприяти економічному розвитку країни. Польща та Україна є важливими торговельними партнерами, і імпорт керамічних виробів з України є одним із напрямків їх економічної співпраці.

Щодо різноманітності керамічних виробів, у 2021 році вироби з фарфору складали 45% від загального обсягу експорту української кераміки. Особливо варто відзначити, що Польща виступала найбільшим імпортером цих виробів, забезпечуючи 30% від усього обсягу експорту, що оцінювалося на 2819.9 тис. доларів США. До нових країн-імпортерів, до яких Україна почала експортувати українську кераміку, відносяться Молдова та Італія [11].

У 2021 р. тенденції щодо експорту керамічних виробів збереглися. Відзначається зростання частки виробів з фарфору, яке досягло 48% від

загального обсягу. У той же час, варто зазначити значне скорочення поставок до країн СНД, майже на 50%, і до Казахстану - в 35 разів, на суму 20.5 тис. доларів США, що складає 0.8% від загального обсягу експорту виробів з фарфору з України. В Україні містяться значні запаси глини, оцінювані в 30-40% від світових запасів. Однак, українська кераміка переважно експортується лише до 6 країн. Загалом, щороку в Україні видобувається близько 5 млн. тонн каоліну та білої глини для виготовлення керамічної плитки та сантехніки, з яких 4 млн. тонн експортуються.. [9]

На рисунку 2.4 зображено експорт керамічних виробів з України до Польщі за період 2020-2022. Загалом, можемо бачити, що він активно зростав до повномасштабного вторгнення, і попри все залишається вигідним для української сторони, забезпечуючи можливість проникнення на великий ринок, залучення нових клієнтів та зміцнення економічної співпраці між двома країнами.

Код продукту	Етикетка продукту	Експорт України до Польщі		
		Вартість у 2020 році	Вартість в 2021 році	Вартість 2022р
6910	Керамічні раковини, умивальники, тумби для умивальників, ванни, біде, унітази, змив . . .	11 076	16 671	11 813
6907	Плитки керамічні неглазуровані та тротуарна, камінна або настінна плитка; кубики неглазурованої керамічної мозаїки та . . .	5,589	16 029	8,759
6913	Статуетки та інші декоративні керамічні вироби, н	561	493	497
6902	Вогнетривка цегла, блоки, черепиця та аналогічні вогнетривкі керамічні будівельні вироби (крім ...	1995	1,544	411
6909	Керамічні вироби для лабораторного, хімічного чи іншого технічного використання; керамічні корита, діжки тощо . . .	9	32	145
6912	Посуд столовий, кухонний, інші предмети домашнього вжитку та предмети туалету з кераміки, крім . . .	26	39	58
6914	Керамічні вироби, н	146	258	40

Рисунок 2.4 Двостороння торгівля (експорт) між Польщею та Україною

Для визначення пріоритетного ринку для експорту української кераміки можна використати різні методи та моделі, що базуються на результатів дослідження світового ринку кераміки. Для оцінки потенціалу експорту української кераміки підприємства "Епіцентр К" на ринок країн ЄС застосуємо метод "Чотирьох фільтрів" на основі чотирьох критеріїв:

Ринковий розмір: розмір ринку кераміки в країнах ЄС є досить великим, оскільки використовується в різних галузях, включаючи будівництво, інтер'єр

та побутове вжитку. Це дає підприємству "Епіцентр К" можливість великого потенціалу для розширення свого експорту в ЄС.

Зростання: зростання ринку кераміки в країнах ЄС можна відзначити через постійну популярність матеріалу у будівництві та дизайні інтер'єру. Потенційне зростання попиту на кераміку дає можливість підприємству "Епіцентр К" збільшувати свої експортні обсяги на ринок країн ЄС.

Конкуренція: конкуренція на ринку кераміки в країнах ЄС є досить високою, зокрема з боку місцевих виробників та імпортерів з інших країн. Однак, підприємство "Епіцентр К" може відрізнятися від конкурентів за рахунок використання сучасних технологій та високої якості своєї продукції.

Можливості: Україна має певні переваги перед конкурентами в країнах ЄС, такі як більш низькі витрати на виробництво та досить високу якість кераміки. Ці переваги дозволяють підприємству "Епіцентр К" приваблювати покупців з країн ЄС, що може призвести до збільшення обсягів експорту. Крім того, українська кераміка може бути привабливою для покупців з країн ЄС з точки зору дизайну та естетичних якостей. Також можливо використовувати унікальність української культури та традицій при продажу продукції в ЄС.[9,12]

Однак, для успішного експорту на ринок країн ЄС, підприємству "Епіцентр К" необхідно виконати декілька завдань, таких як адаптація продукції до вимог європейського ринку, отримання відповідних сертифікатів якості та виконання всіх необхідних документальних процедур для експорту.

Крім того, підприємство "Епіцентр К" може використовувати різноманітні маркетингові стратегії для просування своєї продукції на ринку країн ЄС, такі як інтернет-маркетинг, участь у виставках та конференціях, спонсорство спортивних та культурних подій тощо [11].

При правильній стратегії та розробці маркетингових заходів підприємство може збільшити свої обсяги експорту та зайняти впевнену позицію на європейському ринку.

Таблиця 2.1

Експортна стратегія виходу «Епіцентр К» на нові ринки

Ринок	Рівень попиту	Рівень конкуренції	Рівень ризику	Відповідність критеріям експортної стратегії
ЄС	Високий	Високий	Низький	Відповідає всім критеріям
Китай	Середній	Високий	Високий	Не відповідає критеріям безпеки, низького ризику та відповідальності
Японія	Середній	Середній	Середній	Відповідає деяким критеріям, але не всім
США	Високий	Високий	Високий	Не відповідає критеріям безпеки та відповідальності

Джерело: розробка автора

Як можна побачити з таблиці, ринок Європейського Союзу, зокрема Польщі, є пріоритетним ринком для експорту української кераміки. Порівняно з іншими ринками, ризик на цьому ринку є найнижчим, а рівень попиту та конкуренції є високими, що свідчить про можливості успішного експорту.

2.2. Оцінка перспектив експорту української кераміки ТОВ «Епіцентр К» до ЄС

Починаючи з 2018 року, українська промисловість виробництва керамічної плитки складається з 6 основних компаній. Аналіз ринку представлений у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Найбільші вітчизняні виробники керамічних виробів [36]

Назва	Місто/регіон	Частка в загальному об'ємі випуску, у %	
		2019 р.	2020 р.
Атем, ТОВ	Київ	30,3	28,5
Голден Тайл, ТОВ	Харків	30,0	28,0
Церсаніт Інвест, ТОВ	Житомирська обл.	19,7	18,1
ІнтерКерама, ЗАТ	Дніпропетровська обл.	12,9	12,0

Епіцентр, ПрАТ	Закарпатська обл.,Київська обл.	2,6	9,0
Зевс Кераміка, АТ	Донецька обл.	4,3	4,0
Інші виробники		0,2	0,2

Розподіл виробництва керамічних виробів в Україні між основними виробниками наведено на рис. 2.5.

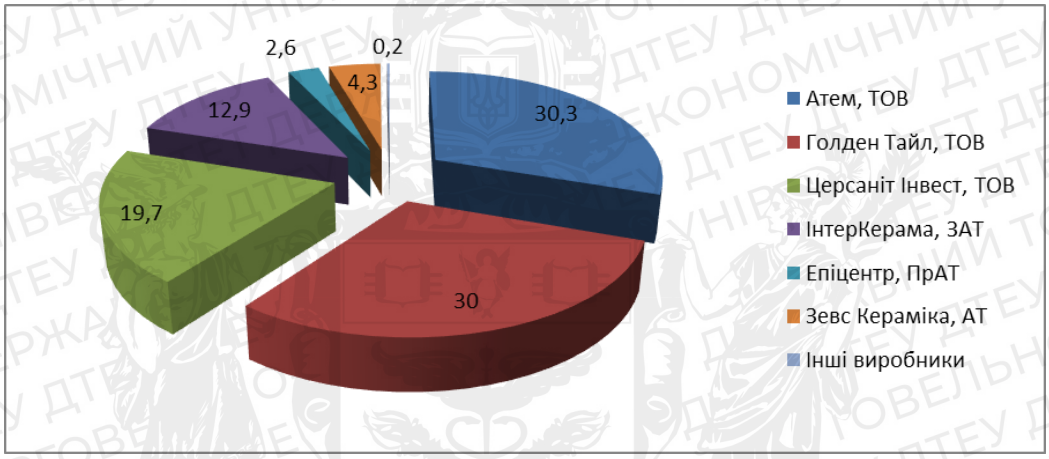

Рисунок 2.5 Розподіл виробництва вітчизняної кераміки

Повномасштабне вторгнення рф на територію України в 2022 році суттєво вплинуло на український ринок кераміки та інші галузі економіки. З початком вторгнення, більшість країн світу ввели нові санкції проти рф, зокрема і щодо експорту товарів з України. Це призвело до того, що більшість українських виробників кераміки стали зменшувати виробництво, адже попит на їх продукцію значно знизився. Внаслідок цього, кількість вакансій на підприємствах зменшилась, багато людей втратили роботу, а національна валюта значно знецінилась. Крім того, зменшення обсягів виробництва відчутно позначилося на конкурентоздатності української керамічної продукції на міжнародному ринку. [19].

У 2023 році ситуація в керамічній індустрії в Україні зазнала позитивних змін: обсяги виробів української кераміки збільшилися на 7.7% порівняно з попереднім роком і досягли 57.9 мільйонів шт. [6]. Статистичні дані свідчать про значний прогрес, що зумовлений активним розвитком провідних

виробників кераміки, таких як Китай, Польща та Німеччина, зокрема, які відзначаються високими темпами зростання у виробництві.

У 2017-2021 рр. в Україні обсяги виробництва сантехніки з кераміки мали тенденцію до зростання, із максимумом у 2021 р. (4.5 млн шт.), що на 26.6 % більше, ніж у 2018 р. [11]. Спад припав на 2020 р.

Стабільні щорічні поставки української кераміки за зазначений період здійснювала Польща. Її поставки в 2019-1021 рр. були найбільшими й становили майже третину імпорту української кераміки всіх країн, а саме: в 2019 р. - 29 %, 2020 р. - 37, 2021 р. - 35 %. У 2022 р. польські виробники знову продемонстрували зростання імпорту української кераміки й досягли відмітки в 40 % [9].

До недавнього часу найбільшим споживачем ринку української кераміки все ж була росія, але через воєнні дії структура експорту українських виробників переорієнтовується в західному напрямку [11]. Польща очолила список країн, які отримують поставки української кераміки та сантехніки. У переліку країн-партнерів, що закуповують вітчизняну кераміку з'явилися Румунія, Словаччина, Німеччина *(табл. 2.3)* [11].

Таблиця 2.3

Обсяги експорту вітчизняних виробів з кераміки, тис. дол. США

Країни-імпортери	2016	2017	2018	2019	2020	2021
рф	28552	28957	23584	18215	10513	2079
Білорусь	2345	4296	5180	-	-	1717
Казахстан	7891	9978	7955	5516	3041	2098
Молдова	2824	-	-	-	-	1483
Польща	-	-	-	5642	9903	11547
Німеччина	450	678	674	789	980	1230
Інші	7243	6358	7365	10086	6757	5481
Разом	46510	49288	44083	39482	30214	20571

Джерело: побудовано автором на основі даних [5]

Аналізуючи таблицю, можна зробити висновки про позитивні тенденції у галузі, такі як підвищення стандартів якості товарів, впровадження нових заходів для запобігання випуску низькоякісної продукції, поліпшення

логістичних ланцюгів та загальна ефективність роботи підприємств. Дослідження ринку країн ЄС дозволить визначити потенційні напрямки експорту української кераміки і визначити особливості ціноутворення та факторів впливу на ринок.

Аналіз ринку показує, що на 2021 рік Європейський Союз є найбільшим імпортером кераміки в світі зі значним внутрішнім споживанням. Ринок кераміки в країнах ЄС характеризується високим рівнем конкуренції, що зумовлено великою кількістю місцевих виробників та експортерів, які здійснюють постійну конкурентну боротьбу за ринок.

За даними Eurostat, виробництво кераміки в ЄС становить близько 20 млн тонн на рік, з яких понад 80% експортується в інші країни світу. Основними країнами-експортерами кераміки в ЄС є Іспанія, Італія та Німеччина, які займають понад 70% ринку кераміки в ЄС .

Україна на сьогодні не є основним постачальником кераміки до країн ЄС, але має потенціал для розвитку експорту. За даними State Statistics Service of Ukraine, обсяг експорту кераміки з України у 2021 році склав 11,2 млн доларів США, що становить 0,02% від загального обсягу експорту кераміки зі світу в ЄС.

Код продукту	Етикетка продукту	Імпорт Європейського Союзу (ЄС 28) з України			Експорт України у світ			Імпорт Європейського Союзу (ЄС 28) зі світу		
		Вартість у 2020 році	Вартість в 2021 році	Вартість 2022р	Вартість у 2020 році	Вартість в 2021 році	Вартість 2022р	Вартість у 2020 році	Вартість в 2021 році	Вартість 2022р
6910	Керамічні раковини, умивальники, тумби для умивальників, ванни, біде, унітази, змив …	19,508	26,383	18 529	21 895	30 867	20,183	2,203,647	2,866,270	2,737,256
6907	Плитки керамічні неглазуровані та тротуарна, кам'яна або настінна плитка; кубики неглазурованої керамічної мозаїки та …	28,218	42,469	18 454	49 001	121 057	29,862	5,033,669	6,158,110	6,665,749
6914	Керамічні вироби, н	859	1,556	910	737	1,813	362	465,654	709,591	793,623
6904	Керамічна будівельна цегла, блоки для підлоги, опорні або наповнювальні плитки тощо (крім ...	660	1,065	841	5,795	10,232	2,003	548,548	688,358	827,626
6902	Вогнетривка цегла, блоки, черепиця та аналогічні вогнетривкі керамічні будівельні вироби (крім ...	3,453	2,097	711	14 060	16,201	6,452	970,223	1 094 294	1,211,315
6911	Посуд столовий, кухонний, інші предмети домашнього вжитку та предмети туалету з порцеляни або фарфору …	386	499	628	186	78	111	1 227 649	1 584 211	1,804,747

Рисунок 2.6 Двостороння торгівля керамікою між ЄС та Україною

«Епіцентр К» має певні переваги для експорту кераміки до ЄС, наприклад, в середньому ціна на плитку з кераміки в ЄС складає близько 30 євро за м², тоді як українська керамічна плитка може бути придбана за 10-15

євро за м² . Проте, для успішного експорту важливо досконало зрозуміти ринок країн ЄС та дотримуватись всіх нормативно-правових вимог [11].

Проведення дослідження ринку країн ЄС показало, що виробництво кераміки в країнах ЄС показує стійкий ріст. Зокрема, за даними Європейської асоціації керамічної промисловості (CEVISAMA), обсяг виробництва кераміки в ЄС збільшується на 3-4% щорічно.

За даними Всесвітньої організації з торгівлі (WTO), країни ЄС є великими імпортерами керамічної продукції з країн Азії та Південної Америки. Зокрема, основними експортерами кераміки в ЄС є Китай, Туреччина та Індія. Однак, українська кераміка «Епіцентр К» має неабиякий потенціал для експорту до країн ЄС.

Країни ЄС мають стабільну економічну ситуацію, що сприяє збільшенню попиту на імпортовані товари, включаючи кераміку. Крім того, ЄС є одним з найбільших світових ринків кераміки, що дає можливість українським виробникам знайти стабільних покупців на свою продукцію.

Проте, на ціни української кераміки можуть впливати різні фактори, включаючи тарифне та нетарифне регулювання імпорту товару до країн ЄС.

Згідно з даними Європейської комісії, митні збори для ввезення кераміки до ЄС становлять 3,5% від вартості товару. Однак, існують деякі винятки, коли митні збори можуть бути знижені або зняті, залежно від країни-експортера та умов договору про вільну торгівлю між ЄС та цією країною.

Крім митних зборів, є інші форми тарифного регулювання, такі як квоти на імпорт товарів або антидемпінгові заходи. Наприклад, відповідно до даних Європейської комісії, у 2019 році ЄС запровадив антидемпінгові заходи на імпорт керамічної плитки з Китаю та України, що призвело до збільшення цін на цей вид продукції на 30-60%.

Нетарифне регулювання також може впливати на ціни на українську кераміку в країнах ЄС. Наприклад, деякі країни можуть вимагати відповідності продукції певним стандартам та вимогам, що може призвести до додаткових витрат для українських виробників.

Щодо відповідності компанії "Епіцентр К" нормативно-правовим вимогам країни-імпортера, необхідно відзначити, що для експорту товарів до ЄС необхідно дотримуватись європейських стандартів якості та безпеки. Компанія повинна забезпечувати виробництво продукції згідно з міжнародними стандартами, такими як ISO 9001, ISO 14001, а також виконувати вимоги щодо маркування та упаковки продукції.

Окрім цього, для експорту товарів до ЄС необхідно мати сертифікат відповідності, що свідчить про те, що продукція відповідає вимогам європейських стандартів якості та безпеки. Компанія "Епіцентр К" повинна мати сертифікат відповідності для кожного виду товару, який експортується до країн ЄС.

Також, компанія повинна виконувати вимоги щодо митного оформлення та відповідати вимогам щодо міжнародної торгівлі. Україна та країни ЄС мають підписані договори про вільну торгівлю, що знижує торговельні бар'єри та сприяє збільшенню обсягів торгівлі між цими країнами та гарантує співпрацю у сфері митного оформлення [10, с. 319]. .

Для забезпечення успішного експорту до ЄС, компанія "Епіцентр К" повинна також дотримуватися правил інтелектуальної власності, включаючи захист власних патентів, товарних знаків та авторських прав. Крім того, компанія повинна бути готовою до співпраці зі зовнішньоекономічними партнерами та міжнародними організаціями, що займаються регулюванням зовнішньої торгівлі.

Також важливим аспектом є забезпечення стійкої та ефективної логістичної системи, яка забезпечить своєчасну та безперебійну доставку товарів до пункту призначення. Компанія повинна виявляти готовність до взаємодії з митними органами та іншими державними установами, що здійснюють контроль за переміщенням товарів через кордон.

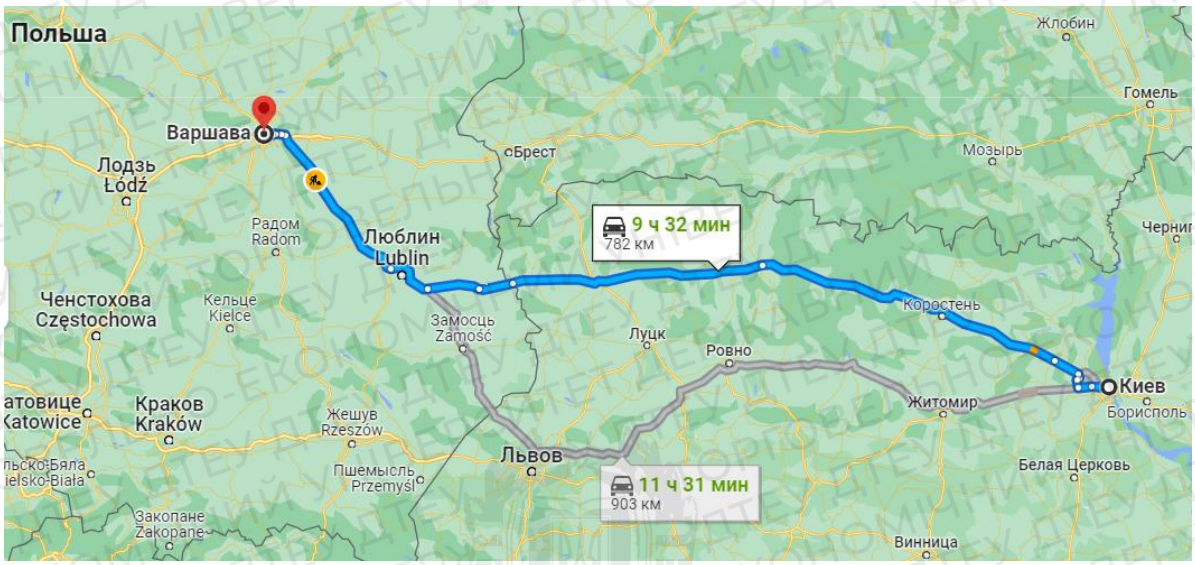

Рисунок 2.7 Маршрут Київ — Польща (Варшава)

Загалом, успішний експорт до ЄС вимагає від компанії "Епіцентр К" дотримання багатьох вимог, правил та стандартів. Але з урахуванням певних переваг, що має Україна для експорту кераміки до ЄС, успіх у цій галузі можливий, якщо компанія вкладе достатні зусилля та ресурси в розвиток своєї бізнес-стратегії.

Компанія "Епіцентр К" повинна ретельно вивчити потреби ринку, визначити конкурентні переваги своєї продукції та забезпечити її високу якість та безпеку. Крім того, компанія повинна розробити ефективну маркетингову стратегію, яка дозволить їй виграти довіру та лояльність споживачів у ЄС. «Епіцентр К» повинні вдосконалювати свої технології та підвищувати ефективність виробництва, щоб зменшити витрати та зробити свою продукцію більш конкурентоспроможною на міжнародному ринку.

Споживча поведінка в країнах ЄС може бути різною, тому необхідно враховувати культурні, економічні та соціальні особливості кожної країни окремо. Проте, загалом в Європі споживачі часто виявляють увагу до якості та дизайну товарів, а також до їх вартості. Все більше споживачів звертають увагу до екологічної чистоти та відповідальної виробничої практики компаній. Тож важливо також розглядати можливості використання відновлюваних джерел енергії та екологічно чистих технологій виробництва, що дозволить позиціонувати продукцію компанії як екологічно чисту та відповідальну перед

природою, що є важливим для багатьох споживачів у країнах ЄС. Крім того, компанія повинна підтримувати постійний контакт зі своїми клієнтами та відповідно реагувати на їхні запити та скарги. Не менш важливою складовою успішної бізнес-стратегії є підтримка добрих відносин з партнерами та постачальниками, які забезпечують своєчасну та якісну поставку сировини та комплектуючих [10].

Для успішного експорту кераміки до ЄС не менш важливо мати професійну та компетентну команду, здатну ефективно вирішувати будь-які проблеми, що виникають в процесі бізнесу. Компанія "Епіцентр К" повинна надавати своїм співробітникам можливості професійного розвитку та навчання, щоб забезпечити високу якість роботи та конкурентоспроможність на ринку.

Цільова аудиторія споживача кераміки «Епіцентр К» включатиме різні категорії споживачів, такі як люди, які ремонтують свої житла або беруть участь у будівництві нових будівель, ресторани, кафе та інші заклади громадського харчування, а також приватні та корпоративні клієнти, які шукають ексклюзивні та якісні керамічні вироби для подарунків або декорування.

Компанія має бути готовою до швидкого реагування та зміни своєї бізнес-стратегії в залежності від попиту на ринку та здійснювати маркетингові дослідження для вивчення нових тенденцій та потреб споживачів.

Отже, як найважливіші стратегії підвищення ефективності та розвитку організації "Епіцентр К" на міжнародному ринку експорту кераміки, можна виділити наступні напрямки:

1. Вдосконалення стратегії збуту керамічної продукції, зосереджуючись на оптимізації масштабів реалізації.
2. Здійснення вертикальної та горизонтальної інтеграції бізнесу, створення інтегрованих каналів постачання керамічних товарів.
3. Поліпшення товарної й асортиментної політики підприємства.

4. Вдосконалення методів та форм реалізації маркетингових функцій для підвищення просування керамічної продукції в "Епіцентр К".
5. Адаптація організаційно-управлінської структури з метою досягнення цілей та завдань, пов'язаних з підвищенням інвестиційної привабливості.

Доцільно розробити стратегію виходу "Епіцентр К" на міжнародний ринок (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Розробка стратегії виходу "Епіцентр К" на міжнародний ринок

№ з/п	Елемент	У чому налягає проблема / невідповідність
1.	Цільова аудиторія	Цільова аудиторія компанії потребує розширення асортименту продукції з кераміки, ринкова ситуація змінює потреби споживачів.
2.	Позиціонування	Підприємство потребує розробки нових стратегій позиціонування своєї торгової марки керамічної продукції.
3.	Інвестиційна стратегія	Інвестиційна стратегія не повністю відповідає вимогам ринку.
4.	Товарна стратегія	Товарна стратегія підприємста повинна відпоідати сучасним умовах ринку.
5.	Цінова стратегія	Цінова стратегія полягала у дотриманні єдиної цінової політики для усіх клієнтів
6.	Збутова стратегія	Збутова стратегія відповідає ринковій.
7.	Стратегія просування	Підприємство співпрацює з засобами масової інформації, рекламними агентствами та приймає участь у виставках.

Джерело: розробка автора

Отже, варто відзначити, що для підприємства "Епіцентр К", яке прагне успішно реалізувати нову стратегію виходу на міжнародний ринок експорту керамічної продукції, рекомендовано активно здійснювати систематичну діяльність, спрямовану на досягнення поставлених цілей. Процес управління ризиками на цьому експортоорієнтованому підприємстві повинен включати аналіз ризику зовнішньоекономічної діяльності, оцінку можливих втрат при здійсненні окремих експортних операцій з керамічною продукцією, розрахунок того, наскільки отриманий прибуток покриє затрати, а також систематичний контроль за процесом.

РОЗДІЛ 3.
РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ УКРАЇНСЬКОЇ КЕРАМІКИ ДО ЄС ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

3.1. Організаційно-управлінське забезпечення здійснення експорту української кераміки до ЄС

Організація експортної операції передбачає ретельну підготовку і планування, щоб забезпечити максимальний успіх в цьому процесі. Першим кроком у вирішенні цієї задачі є визначення мети експорту. В залежності від цього можуть встановлюватися різні параметри процесу.

Мета експорту може бути наступною:

- випуск нового товару на новому ринку;
- розширення присутності на існуючому зовнішньому ринку шляхом диверсифкації товарів, які експортуються.
- вихід на новий ринок збуту.

Визначення мети експорту є важливим етапом, оскільки від цього залежатимуть наступні кроки.

Для ефективної реалізації експортного проекту «Епіцентр К» повинні встановити зв'язки з потенційними імпортерами та партнерами, використовуючи різні канали зв'язку, такі як міжнародні виставки, бізнес-форуми, інтернет-ресурси та соціальні мережі.

Також важливо мати чітко сформульований маркетинговий план, який враховує особливості цільового ринку, конкурентні переваги товару, цінову політику, а також можливості просування товару на зовнішньому ринку.

Організаційно-управлінське забезпечення експорту української кераміки до ЄС повинно бути ретельно пророблене, з врахуванням усіх аспектів, що впливають на успішну реалізацію експортного проекту.

Однією з важливих складових успішного експорту є відповідність компанією експортній готовності, яка повинна враховувати регуляторну

політику України щодо експорту товарів, зокрема в контексті конкретного ринку, на який спрямовано експорт.

Одним із перших кроків в оцінці відповідності компанії регуляторній політиці є збір та аналіз інформації про вимоги та обмеження, що стосуються експорту товарів з України до країн ЄС. Для цього, компанія може використовувати різноманітні джерела інформації, такі як офіційні сайти міністерств, довідники та бази даних, які забезпечують необхідну інформацію для успішного експорту [3].

Після збору необхідної інформації, компанія повинна здійснити аналіз відповідності своєї експортної готовності вимогам регуляторної політики. Важливою складовою цього аналізу є відповідність продукції компанії стандартам та вимогам, що регулюють експорт товарів до країн ЄС. Крім того, компанія повинна перевірити наявність необхідних сертифікатів та документів, які підтверджують відповідність її продукції вимогам ринку.

Також важливою складовою експортної готовності компанії є наявність необхідних фінансових ресурсів для здійснення експортної діяльності, а також наявність належного контролю над процесами збору, зберігання та транспортування продукції, що забезпечує дотримання вимог до якості та безпеки.

Компанія повинна мати ясний план дій щодо експорту своєї продукції до країн ЄС, включаючи вибір оптимальної стратегії експорту, визначення потенційних ринків, встановлення цінової політики та визначення особливостей логістики [23].

Також важливим аспектом є здатність компанії збільшувати обсяги виробництва, щоб забезпечити потреби імпортерів з країн ЄС. Для цього можуть бути потрібні інвестиції в модернізацію виробничих потужностей, а також залучення нових технологій та матеріалів, які відповідають вимогам імпортерів.

Окрім цього, компанія повинна забезпечити доступність сировини необхідної якості та кількості для виробництва кераміки. Це може включати

укладання довгострокових контрактів з постачальниками сировини та встановлення системи контролю якості.

Одним з найважливіших аспектів експортної діяльності є фінансове забезпечення. Компанія повинна мати достатню кількість вільних фінансових ресурсів для здійснення експортних операцій, таких як оплата за транспортування, страхування товарів, оплата митних та інших податків і зборів, а також витрат на маркетинг і рекламу. У разі нестачі вільних фінансових ресурсів компанія може залучити кредитні ресурси для здійснення експорту. Наприклад, в Україні існує програма "Державної експортної кредитної лінії", яка надає можливість отримати фінансування для здійснення експортних операцій за підтримки держави.

Не менш важливим аспектом є адаптація товару до вимог ринку імпортера. Компанія повинна ретельно вивчити вимоги та стандарти країни-імпортера, провести аналіз конкурентів на ринку та забезпечити відповідність своєї продукції цим вимогам. Важливо також враховувати культурні та мовні особливості країни-імпортера для ефективної міжкультурної комунікації та маркетингової стратегії.

Загальна відповідальність за успішний експорт лежить на організаційно-управлінському забезпеченні компанії. Вона повинна мати належні ресурси та ефективну стратегію, яка сприятиме розвитку її експортної діяльності. Для забезпечення ефективного управління експортом компанії Епіцентр К потрібно мати якісне кадрове забезпечення, що включає в себе кваліфікованих фахівців з експорту, маркетингу, логістики та міжкультурної комунікації.

Компанія повинна мати розроблену стратегію експорту, яка повинна враховувати особливості ринку та конкурентоспроможність продукції на міжнародному рівні. На етапі розробки стратегії компанії варто проаналізувати специфіку ринку, його потреб та вимоги, а також перевірити наявність конкурентів на цьому ринку та їх особливості. Крім того, необхідно визначити потенційних клієнтів та партнерів, які можуть бути зацікавлені в продукції компанії [25].

Для здійснення успішного експорту необхідно володіти не тільки якісною продукцією, але й знати вимоги ринку імпортера та бути здатним адаптувати свій товар до цих вимог. Організація повинна бути готовою до виробництва продукції, яка відповідає вимогам та стандартам країн-імпортерів. Для цього необхідно мати належні сертифікати та інші документи, які підтверджують відповідність продукції вимогам ринку.

Таблиця 3.1

Етапи експортного проекту

Етапи експортного проекту	Тривалість (тижні)	Початок	Закінчення
Підготовка до експорту	4	01.06.23	29.06.23
Пошук партнерів та укладання контракту	6	30.06.23	17.08.23
Виробництво продукції та доставка на склад	10	18.08.23	02.11.23
Підготовка документації для митного оформлення та доставки продукції	2	03.11.23	16.11.23
Митне оформлення та доставка продукції до місця призначення	6	17.11.23	29.12.23
Оплата за продукцію та завершення проекту	1	30.12.23	05.01.24

Джерело: розробка автора

Доречним буде також представити етапи здійснення даної експортної операції ТОВ «Епіцентр К» графічно у вигляді діаграми Ганта (рис. 3.1).

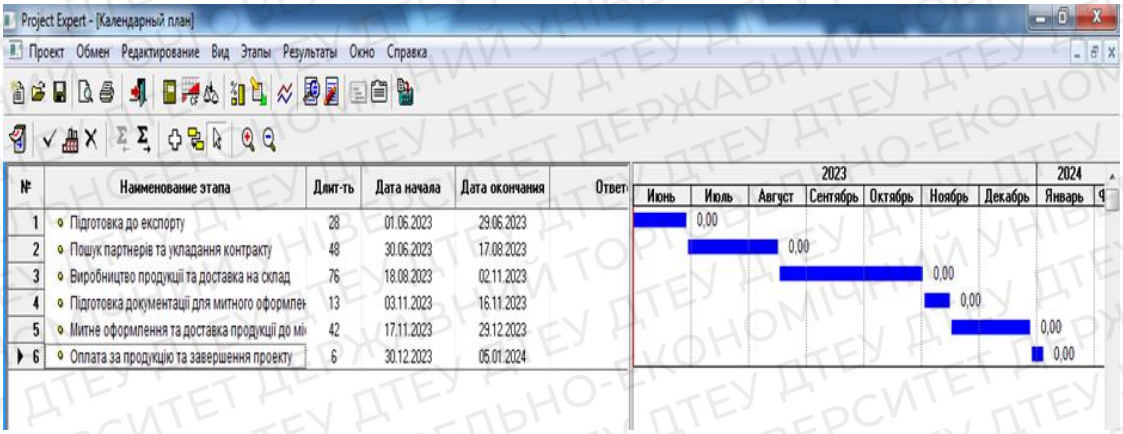

Рисунок 3.1 Діаграма Ганта - етапи здійснення експортної операції ТОВ «Епіцентр К» (складено у програмі Project Expert)

При експортній діяльності підприємство стикається з різноманітними ризиками, які можуть негативно впливати на успішність його діяльності. У зв'язку з цим необхідно провести аналіз ризиків експортної поставки ТОВ «Епіцентр К» до Європейського Союзу.

Екзогенні ризики є зовнішніми факторами, які можуть впливати на експортну діяльність підприємства. До таких ризиків можна віднести:

Політичний ризик - можливість зміни законодавства в країні-імпортері, що може призвести до зміни умов експорту та ускладнити процес здійснення поставки;

Економічний ризик - коливання валютних курсів та економічна нестабільність в країнах-імпортерах можуть вплинути на вартість продукції та пhизвести до зменшення прибутковості експортної діяльності;

Технічний ризик - можливість пошкодження товару під час транспортування, недотримання технічних стандартів країни-імпортера;

Конкурентний ризик - конкуренція на зовнішньому ринку може призвести до складнощів у збуті продукції та зниження ціни на неї; [25]

Ендогенні ризики пов'язані з внутрішньою діяльністю підприємства. До них відносять:

Логістичні ризики: проблеми з транспортуванням товарів, затримки на митниці, невідповідність стандартам транспортування можуть призвести до порушення термінів поставок та негативно вплинути на репутацію компанії на зовнішньому ринку.

Кадрові ризики: недостатній рівень кваліфікації працівників, неправильний вибір персоналу, нестабільність кадрової політики можуть негативно вплинути на якість роботи компанії та успішність експортної діяльності. Низький рівень професійної підготовки працівників може призвести до помилок в оформленні документів, невірного вибору транспорту та інших проблем, які можуть виникнути при здійсненні експортної поставки. Неправильний вибір персоналу може призвести до зниження мотивації

працівників та погіршення ефективності їх роботи, що може негативно вплинути на результативність експортної поставки.

Технологічні ризики: застаріла технологія виробництва, недостатнє обладнання, відсутність необхідного програмного забезпечення можуть призвести до зменшення якості продукції, збільшення часу виробництва та збільшення витрат. Невідповідність стандартам якості та виробництва також може призвести до відмови замовників від покупки продукції компанії, що може вплинути на результативність експортної поставки.

Фінансові ризики: збільшення валютних курсів, збільшення витрат на логістику та виробництво, несплата замовниками, збільшення податків можуть вплинути на фінансовий стан компанії та її можливість здійснювати експортну поставку. Недостатня фінансова стабільність може призвести до зниження обсягів експорту та втрати ринку в цілому.[25]

Управлінські ризики: невірне прийняття рішень, невідповідність стратегії компанії ринковим умовам, недостатній рівень управлінської кваліфікації можуть призвести до неправильного планування та організації експортної діяльності, що може призвести до збитків компанії та загрозити її діяльності на зовнішньому ринку.

Отже, визначення та управління ризиками є важливим елементом експортної діяльності компанії. Для успішної експансії на зовнішній ринок необхідно аналізувати потенційні ризики та вживати заходів щодо їх запобігання та управління.[25]

3.2. Прогнозна оцінка результативності експортної поставки ТОВ «Епіцентр К» до ЄС

Враховуючи проведені дослідження, рекомендується прийняти конкретні заходи з організації діяльності підрозділу ЗЕД для експорту кераміки в країни Європи у ТОВ «Епіцентр К» (детальні дані наведено в таблиці 3.2).

Таблиця 3.2

Проект удосконалення стратегії виходу ТОВ «Епіцентр К» на міжнародний ринок

Напрям удосконалення	Що потрібно зробити	Очікуваний результат
Маркетингові дослідження	Провести аналіз польського ринку кераміки, включаючи попит, конкуренцію та цінову політику. Визначити цільову аудиторію та потенційних партнерів.	Отримання стратегічної інформації про польський ринок, що дозволить належно налаштувати маркетингові зусилля та знайти партнерів.
Сертифікація та стандартизація	Дослідити вимоги щодо сертифікації та стандартизації керамічних продуктів в Польщі. При необхідності здійснити необхідні зміни виробництва та упаковки, щоб відповідати цим вимогам.	Отримання сертифікації та стандартизації, що дозволить використовувати ці продукти на польському ринку та підвищить довіру споживачів.
Логістика та постачання	Розробити оптимальну логістичну схему для постачання керамічних продуктів до Польщі, з урахуванням вартості, швидкості та надійності. Укласти договори з логістичними партнерами та виробниками для забезпечення постачання.	Забезпечення ефективного постачання продукції до Польщі, зниження витрат із логістики та підвищення задоволення клієнтів.
Маркетинг та реклама	Розробити маркетингову стратегію для польського ринку, включаючи просування бренду, рекламні кампанії, участь у виставках та спонсорство. Запровадити місцеву маркетингову комунікацію та залучити впливових місцевих осіб.	Підвищення усвідомленості про бренд "Епіцентр К" в Польщі, збільшення продажів та покращення сприйняття бренду споживачами.
Підтримка клієнтів	Забезпечити якісну післяпродажну підтримку клієнтів, включаючи сервіс, гарантії та зворотний зв'язок. Відповідати на запити клієнтів швидко та ефективно.	Підвищення задоволення клієнтів, підтримка вірних клієнтів та позитивний репутаційний вплив.

Джерело: розробка автора

Крім детальної деталізації змісту Контракту, що включає умови поставки, логістичне забезпечення, форми розрахунків, застереження та форс-мажор, прогнозна оцінка результативності експортної поставки ТОВ

«Епіцентр К» до ЄС також включає в себе розрахунки потенційного доходу від експорту.

Для здійснення розрахунків необхідно врахувати витрати експортера на реалізацію товару відповідно до умов поставки. Оцінка прибутку від експорту включає у себе урахування валютних курсів, тарифів на імпорт та експорт, податків та інших витрат, пов'язаних з експортом.

Окрім цього, важливо провести оцінку ефективності та рентабельності експорту, що дозволить оцінити можливості та перспективи розвитку експортної діяльності компанії.

При цьому необхідно врахувати ризики, пов'язані з діяльністю на зовнішньому ринку, такі як логістичні та кадрові ризики, ризики зміни ринкових умов та управлінські ризики.

Застосування стратегії мінімізації ризиків та оптимального використання можливостей дозволить досягти успішного результату в експортній діяльності компанії.

Для розрахунку потенційного доходу від експорту потрібно визначити обсяг поставок за певний період, ціну на товар та витрати на реалізацію експортних поставок.

ТОВ "Епіцентр К" планує експортувати 35 тонн кераміки за ціною 10141 дол. США за 1 т. Загальна вартість контракту складе 354935 дол. США. Умови майбутнього експортного контракту представлені у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Умови майбутнього експортного контракту по кераміці

Найменування товару	Кераміка
Країна-імпортер	Польща
Ціна за одиницю	10141 дол.
Загальна кількість	35 тонн
Умови постачання	FCA Київ
Курс НБУ на час здійснення платежів грн./дол. США	37,4619

Джерело: розробка автора

Таким чином, прогнозується збільшення вартості на внутрішньому ринку до 379901,13 грн. за 1 т кераміки.

Вартість експортних витрат складає 1,6% від загальної вартості контракту, тоді як сукупні витрати на внутрішній ринок України залишаються незмінними і становлять 16% вартості контракту за внутрішніми цінами.

Ось кілька переваг умови поставки FCA для підприємства "Епіцентр К":

1. Контроль над доставкою: Поставка FCA дає підприємству повний контроль над етапами доставки товару до польського пункту призначення. Це означає, що "Епіцентр К" може вибрати найефективніший і найбільш економічний транспортний маршрут, використовуючи свої ресурси і партнерські контакти.
2. Економія на логістичних витратах: Використання умови FCA дозволяє підприємству "Епіцентр К" заощадити на логістичних витратах, так як вони не несуть витрат на перевезення товару до польського місця призначення. Це може включати витрати на транспортування, зберігання та страхування товару.
3. Гнучкість вибору логістичних партнерів: Поставка FCA дає можливість підприємству "Епіцентр К" самостійно обирати логістичних партнерів для здійснення доставки. Це дозволяє підприємству встановити співробітництво з надійними та ефективними перевізниками, які забезпечать швидку та безпечну доставку товару до Польщі.
4. Зниження митних ризиків: В умовах FCA продавець несе відповідальність за митні формальності до моменту передачі товару покупцеві. Це знижує ризики, пов'язані з митними процедурами, та спрощує процес митного оформлення.
5. Умова FCA надає більшу гнучкість для покупця, оскільки він може самостійно керувати процесом доставки, вибираючи оптимальні транспортні рішення та контролюючи витрати на логістику.

Узагалі, умови поставки FCA дозволяють підприємству "Епіцентр К" забезпечити контроль, ефективність і гнучкість у процесі експорту керамічних виробів до Польщі, що сприяє досягненню успішного та рентабельного експортного бізнесу.

Витрати, пов'язані з виробництвом кераміки, залишилися стабільними. В таблиці 3.4 представлені результати розрахунків щодо ефективності запропонованої експортної угоди

Таблиця 3.4

Визначення ефективності альтернативної експортної операції

Показники	Механізм розрахунку	Результати розрахунку
Кількість одиниць товару	-	35
Контрактна ціна, дол. США/од.	-	10141
Вартість контракту, дол. США	ВК=Q*P	354935
Курс валюти, грн./дол. США	-	37,4619
Ціна реалізації на внутрішньому ринку, грн./од.	-	379901,13
Вартість контракту за внутрішніми цінами, грн.	ВКвц=Q*P	1173852,00
Виробнича собівартість, грн.	СВ=ВКвц*(Вооф+МВЕ+Воп+Вфоп)	172600,60
Додаткові витрати пов’язані з експортом, грн.	Вехр=ВК*Витрати на експорт	120000,00
Витрати пов’язані з реалізацією товарів на внутрішньому ринку, грн.	Врвр=ВКвц*Витрати на реалізацію	287916,32
Дохід внутр.ринок		713335,08
Дохід ехр.		8801111,48
(СВ+Вехр)		4668028,60
(СВ+Врвр)		460516,92
Ефект від операції, грн.:		
при продажу на зовнішньому ринку	Еехр=Дохід(ехр)-(СВ+Вехр)	4133082,88
при продажу на внутрішньому ринку	Ервр=Дохід(внутр. ринок)-(СВ+Врвр)	252818,16
Коефіцієнт ефективності операції:		
при продажі на зовнішньому ринку	КЕехр=Дохід(ехр)/(СВ+Вехр)	1,89
при продажі на внутрішньому ринку	КЕрвр=Дохід(внутр.ринок)/(СВ+Врвр)	1,55

Джерело: розробка автора

Так, коефіцієнт ефективності експорту склав 1,89, що більше, ніж коефіцієнт ефективності продажу кераміки на внутрішньому ринку – 1,55.

Отже, можна зробити висновок, що у ТОВ "Епіцентр К" є резерви для покращення показників ЗЕД.

Зокрема, це включає пошук нових можливостей збуту та встановлення контактів з новими підприємствами в країнах, з якими вже існують встановлені міждержавні зв'язки щодо експорту кераміки. Таким чином, ми виявили, що для ТОВ "Епіцентр К" є доцільним знаходження резерву для підвищення конкурентних переваг шляхом виходу підприємства на міжнародний ринок. Варто зауважити, що ТОВ "Епіцентр К" здійснює експортну діяльність щодо реалізації готової продукції – кераміки, з метою розширити свою присутність на ринку Польщі та укласти експортний контракт для збуту кераміки.

Реалізація даного проекту відкриє можливості для розширення експорту та покращення показників його ефективності. Наш план полягає у укладенні вигідного зовнішньоекономічного контракту щодо експорту кераміки з ТОВ "Епіцентр К", що дозволить підвищити конкурентоспроможність підприємства на міжнародних ринках збуту кераміки. Виконаємо прогноз основних фінансових показників ТОВ "Епіцентр К" у разі прийняття рішення про експорт кераміки до Польщі (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Прогноз фінансових показників ТОВ "Епіцентр К" у разі прийняття рішення про експорт кераміки до Польщі

Показник	2023	2024
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	63425427,18	71036478,45
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	52809616,31	63899635,73
Валовий прибуток	21941780,02	26549553,82
Чистий фінансовий результат прибуток	4705051,951	5693112,86

Джерело: розробка автора

На рис.3.2 показано динаміку прогнозу показників ТОВ "Епіцентр К" у разі прийняття рішення про експорт кераміки до Польщі.

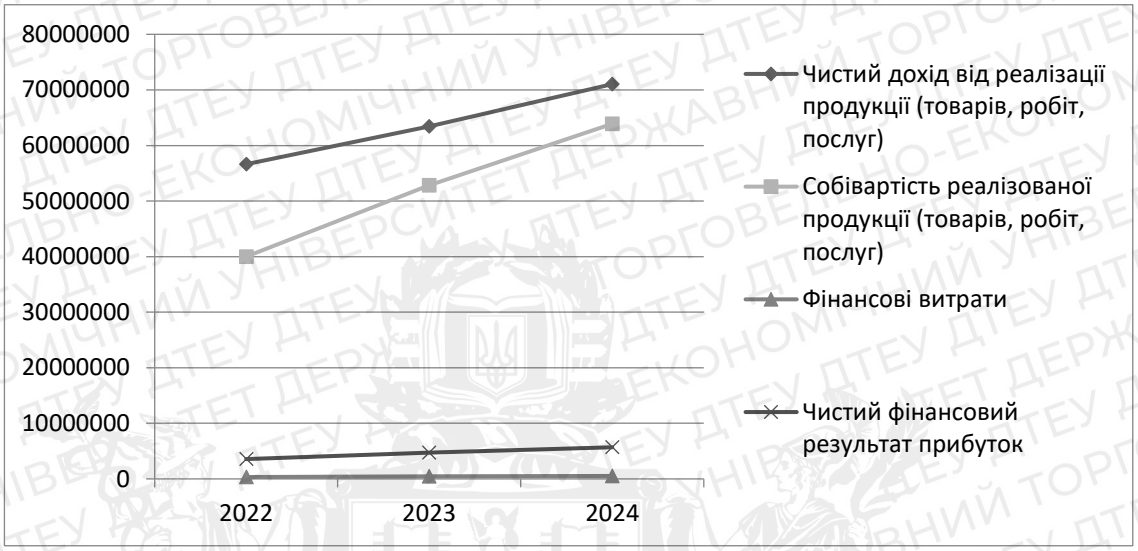

Рисунок 3.2 - Динаміка прогнозу показників ТОВ "Епіцентр К" у разі прийняття рішення про експорт кераміки до Польщі

Отже, виходячи із проведеного нами дослідження, можемо стверджувати, що експорт української кераміки ТОВ “Епіцентр К” буде вигідно здійснювати на ринок Польщі. Проте все ж для успішного виходу на новий ринок варто враховувати усі важливі аспекти, які допоможуть залучити польських споживачів, створити конкурентну перевагу та забезпечити успішний експорт.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, за результатами проведеного дослідження доцільно зробити відповідні висновки:

Було встановлено, що компанія "Епіцентр К" є мережею сучасних будівельно-господарських гіпермаркетів, яка пропонує широкий асортимент товарів, відповідних європейським стандартам обслуговування. ТОВ "Епіцентр К" самостійно займається всіма аспектами зовнішньоекономічної діяльності.

Результат оцінки виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ "Епіцентр К" свідчить про позитивну тенденцію в розвитку підприємства. Підприємство продемонструвало стабільний зріст обсягів виробництва керамічних виробів протягом аналізованого періоду. Це свідчить про ефективне використання виробничих потужностей та здатність компанії задовольняти попит на свою продукцію.

Аналіз потенціалу ТОВ "Епіцентр К" розширення на нові ринки, зокрема до Європейського Союзу свідчить про перспективність експорту української кераміки до ЄС, з огляду на зростаючий попит на якісну керамічну продукцію та конкурентоспроможність підприємства.

Світовий ринок кераміки демонструє стабільне зростання попиту на керамічні вироби в різних галузях, таких як будівництво, дизайн і предмети побуту. Розширення місць проживання та інфраструктури, а також зростання середнього класу в країнах зростаючої економіки сприяють збільшенню попиту на керамічні вироби. Ринок кераміки в країнах ЄС має потенціал для експансії українських виробників, зокрема ТОВ "Епіцентр К", завдяки підвищенню якості продукції та дотриманню стандартів якості ЄС.

У ході проведеного дослідження було виявлено, що для підприємства "Епіцентр К" буде вигідно виходити на ринки країн ЄС, зокрема ринок Польщі з декількох причин: географічна близькість України та Польщі сприяє зручним транспортним зв'язкам і скорочує витрати на доставку керамічних виробів. Це забезпечує зниження витрат для підприємства "Епіцентр К" та підвищує

конкурентоспроможність їх продукції на польському ринку. Додатково, виявлено, що схожість культурних та смакових вподобань між Україною та Польщею сприяє великому попиту на українську кераміку серед польських споживачів. Крім того, конкурентоспроможні ціни, які пропонує "Епіцентр К", роблять українську кераміку доступною для широкої польської аудиторії. Це дозволить підприємству займати конкурентну позицію на ринку та привертати нових клієнтів. На підставі отриманих даних, можна зробити висновок, що експорт української кераміки підприємством "Епіцентр К" до Польщі є вигідним з багатьох аспектів. Так, коефіцієнт ефективності експорту склав 1,89, що більше, ніж коефіцієнт ефективності продажу кераміки на внутрішньому ринку – 1,55. Отже, можна зробити висновок, що у ТОВ "Епіцентр К" є резерви для покращення показників ЗЕД.

У процесі управління ТОВ «Епіцентр К» варто було б уживати нові моменти управлінської діяльності, що забезпечили б ефективніше виконування його функцій. З метою підняття ефективності представництва для експорту кераміки у Європу потрібно реалізувати чіткі заходи:

1. Укладання стратегічного партнерства з дистриб'юторами в Польщі для забезпечення широкого охоплення ринку та збільшення продажів.
2. Адаптація продукції під вимоги польських споживачів шляхом проведення досліджень ринку та внесення необхідних змін у дизайн та функціональність товарів.
3. Проведення маркетингових кампаній та рекламних заходів, спрямованих на підвищення усвідомленості бренду та привертання уваги польських споживачів.
4. Систематичний моніторинг конкурентного середовища та аналіз реакції ринку на продукцію "Епіцентр К" для вдосконалення стратегії та вирішення поточних викликів.

Вище перераховані заходи, на нашу думку, при правильному їх впровадженні й синхронному застосуванні нададуть доволі позитивний ефект, що виявиться у підвищенні ефективності експорту кераміки до Європи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мороз О. С., Артюх Т. М. Оцінка споживних властивостей кераміки. Матеріали 82 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів Київ: НУХТ. Ч. 1. С. 114.

2. УКТ ЗЕД – Український класифікатор товарів зовнішньоекономічноїдіяльності. URL: http://expeditor.com.ua

3. Сумарний обсяг імпорту та експорту окремих підгруп товарів за кодами УКТЗЕД; сумарний обсяг імпорту та експорту по країнах у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД // Офіційний портал ДФС України. URL: http://sfs.gov.ua/ms/.

4. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД [Електронний ресурс] // Державна фіскальна служба України. – 2019. – URL: http://sfs.gov.ua/ms/f11

5. Рум'янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посіб. / А. П. Рум'янцев, Н. С. Рум'янцева[2–ге вид. перероб. та доп]. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 296 с

6. Офіційний сайт Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat

7. Закон України від 24.12.2015 № 912-VIII «Про заходи щодо стимулювання зовнішньоекономічної діяльності».

8. Ponomarenko, O., & Ponomarenko, A. (2021). Ceramic industry of Ukraine: problems and prospects of export development. Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 3(207), 43-48.

9. Експортна Стратегія України 2017 - 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80#Text

10. Oleksiuk, I. (2020). Management of export activities of Ukrainian enterprises in the context of European integration. Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, 1(31), 87-93.

11. Офіційний сайт ТОВ «Епіцентр К». URL: https://epicentrk.ua/

12. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Державна підтримка українського експорту. URL: http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/

13. Інформаційний масив даних про емітентів цінних паперів. URL: https://smida.gov.ua/

14. Кобилецький В. Р., Коефіцієнти ділової активності/ В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online». URL: https://www.finalon.com/slovnik- ekonomichnikh-pokaznikiv

15. Долбнєва Д. В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. Проблеми економіки. 2020. № 1. С. 20–26.

16. Вашків О.П., Бойчик І.М. Реалізація принципів циклової економіки у підприємництві // Стан та перспективи розвитку фінансово-економічного потенціалу сучасних підприємств : матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції (Дніпро, 23 серпня 2018 року). – Дніпро : НО «Перспектива», 2018. – С. 14-17

17. Шум М.А. Особливості обліку та аналізу виробничих запасів на підприємствах України в сучасних умовах. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. № 4. С. 166–169.

18. Мельник К., Пташник С. Теоретичні засади конкурентоспроможності та її роль у розвитку підприємницької діяльності. Agricultural and ResourceEconomics: International Scientific E-Journal. 2018. Vol. 4, No. 2. С. 97-114.

19. З агресором не торгуємо: як Захід розпочав блокування імпорту з РФ. – URL : https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/03/16/7136049

20. Експорт в умовах війни: актуальна інформація для експортерів // ECA. URL: https://www.eca.gov.ua/

21. Маренич Т. Г., Гаврильченко О. В. Бухгалтерський облік у схемах і таблицях: навч. посібник: у 2 ч. Харків: Міськдрук, 2018. Ч. 2. 335 с.

22. Орлова В. М., Кокошвілі Д. Р. Сучасний стан обліку запасів в Україні: проблеми та шляхи вдосконалення. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. № 60. С. 185-191.

23. Експортна історія української керамічної плитки – Режим доступу: https://epo.org.ua/success-story-golden-tile.

24. Україна може стати найбільшим виробником керамічної плитки в Європі – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uprom.info/news/ekonomika/ukrayina-mozhe-stati-naybilshim-virobnikomkeramichnoyi-plitki-v-yevropi.

25. Злотенко О. Б. Ідентифікація небезпек, загроз та ризиків у процесі здійснення інвестиційної діяльності промислових підприємств / О. Б. Злотенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_2(2)__45

26. Автоматизація складу. URL: https://uit.kiev.ua/avtomatizacija-skladu/

27. Одношевна О. О. Практичні аспекти та шляхи вдосконалення обліку виробничих запасів. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 6. Ч. 2. С. 146-148.

28. Федірець О.В., Гордівська А.С., Дековець К.О. Чинники впливу на управління матеріально-технічним забезпеченням виробництва. Економічний форум. 2019. No 2. С. 190–197.

29. Пономаренко О.Г. Облік запасів: проблеми науки і практики. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти. 17-21 березня 2021.

30. Бондаренко О. М. Економічна сутність та класифікація запасів: обліковий та управлінський аспекти. Інвестиції: практика та досвід № 2/2020. URL:http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2020/12.pdf

31. Науменко О.П. Організація експортної діяльності підприємства в нестабільному середовищі. Дипломна робота на здобуття ступеня бакалавра. Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені І.Сікорського", Київ, 2020.

32. Халімон Т. М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип.10 (2). С. 117–120.

33. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. URL : http://sfs.gov.ua/ms/f11.

34. Статистика торгівлі для міжнародного бізнесу https://www.trademap.org/Index.aspx

35. Lukashova Mariia, Yudicheva Olha, Kovalchuk Yuliia. Стан та напрямки розвитку ринку керамічної плитки в Україні // Conference Proceedings International Scientific-practical conference of Young Scientists «BUILD MASTER CLASS 2019» (Kyiv, 27-29.11.2019) [Електронний ресурс]. – К : КНУБА, 2019. – С. 382-383.

36. Довідник по ринку матеріалів для внут-рішнього облашту-вання та оздоблення приміщень (за даними 2020 р.) DOI https//doi.org/10.32347/978-617- 7594-15-3 / 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.

ДОДАТКИ

Додаток А1

ТОВ«ЕПІЦЕНТР-К»

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2019 рік
Форма №2 тис. грн.

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4887332	5680432
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2019	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3522882	4569197
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1364450	1111235
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	379586	166738
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	0	0
Адміністративні витрати	2130	-171389	-170123
Витрати на збут	2150	-8019	-12939
Інші операційні витрати	2180	-480274	-320777
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1084354	774134
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	17043	4337
Інші доходи	2240	16119	19102
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-128171	-86865
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	-815679	-16402
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	173666	694306
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	72756	162777
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	100910	531529
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0
II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
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	138985	40801
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	138985	40801
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	25017	7344
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	113968	33457
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	214878	564986
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	2902675	3847650
Витрати на оплату праці	2505	438014	484868
Відрахування на соціальні заходи	2510	163968	204595
Амортизація	2515	131877	134091
Інші операційні витрати	2520	402788	335455
Разом	2550	4039322	5006659
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	23632173	23644301
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	23632173	23644301
Чистий прибуток (збиток) на одну акцію	2610	апр.27	22.48
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну акцію	2615	апр.27	22.48
Дивіденди на одну акцію	2650	0	0

Додаток А2

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

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5339784	4887332
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2019	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3970428	3522882
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1369356	1364450
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	356430	181439
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	0	0
Адміністративні витрати	2130	-196718	-171389
Витрати на збут	2150	-11575	-8019
Інші операційні витрати	2180	-1479950	-282127

Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	37543	1084354
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	7315	17043
Інші доходи	2240	17835	16119
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-138814	-128171
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	-188808	-815679
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	173666
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	-264929	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	74705	-72756
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	100910
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	-190224	0
II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
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	-27937	138985
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-27937	138985
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-5029	25017
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-22908	113968
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-213132	214878
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	3306488	2902675
Витрати на оплату праці	2505	471951	438014
Відрахування на соціальні заходи	2510	158952	163968
Амортизація	2515	139017	131877
Інші операційні витрати	2520	1662870	402788
Разом	2550	5739278	4039322
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	23644301	23632173
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	23644301	23632173
Чистий прибуток (збиток) на одну пзростання акцію	2610	-8.04524	4.27003
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну пзростання акцію	2615	-8.04524	4.27003
Дивіденди на одну пзростання акцію	2650	0	0

Додаток А3

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом) за 2019 рік			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	2172922	4274919
Повернення податків і зборів	3005	0	0
у тому числі податку на додану вартість	3006	0	0
Цільового фінансування	3010	105659	2648
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	1486	2544
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	1612333	1475592
Надходження від повернення авансів	3020	46593	27772
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	6481	4917
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0	0
Надходження від операційної оренди	3040	0	0
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	259287	125198
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	-1836407	-2979194
Праці	3105	-359645	-372306
Відрахувань на соціальні заходи	3110	-188093	-194283
Зобов'язань з податків і зборів	3115	-490626	-558788
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	-164245	-103312
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	-183965	-239713
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	0	0
Витрачання на оплату авансів	3135	-449184	-513124
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	-44960	-5
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	0	0
Витрачання на оплату зобов’язань за страховими контрактами	3150	0	0
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	0	0
Інші витрачання	3190	-343229	-192792
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	491131	1100554
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	0	0
необоротних активів	3205	0	121
Надходження від отриманих:			
Відсотків	3215	0	0
Дивідендів	3220	0	0
Надходження від деривативів	3225	0	0
Надходження від погашення позик	3230	0	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	22181	75500
Витрачання на придбання:			
фінансових інвестицій	3255	0	0
необоротних активів	3260	-182022	-968115
Виплати за деривативами	3270	0	0
Витрачання на надання позик	3275	0	0
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	0	0
Інші платежі	3290	0	0
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-159841	-892494
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:			
Власного капіталу	3300	0	0
Отримання позик	3305	77600	1354259
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
Інші надходження	3340	0	1640
Витрачання на:	3345	0	0

Викуп власних акцій			
Погашення позик	3350	474927	1406790
Сплату дивідендів	3355	-13428	-143085
Витрачання на сплату відсотків	3360	0	0
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	0	0
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	0	0
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	0	0
Інші платежі	3390	0	0
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-410755	-193976
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-79465	14084
Залишок коштів на початок року	3405	216543	202383
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	-27	76
Залишок коштів на кінець року	3415	137051	216543

Додаток Б1

ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2020 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	4675,2	4870
Первісна вартість	1001	31238,4	32540
Накопичена амортизація	1002	26 563	27 670
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1440412,8	1500430
Основні засоби	1010	8225397,12	8568122
Первісна вартість	1011	11040240	11 500250
Знос	1012	2814842,88	2932128
Інші фінансові інвестиції	1015	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1020	0	0
Відстрочені податкові активи	1030	0	0
I.Необоротні активи	1035	1680192	1 750 200
Нематеріальні активи	1040	0	0
Первісна вартість	1045	0	0
Інші оборотні активи	1090	0	0
Усього за розділом II	1095	11350677,1	11 823 622
II. Оборотні активи		0	
Запаси	1100	12 720 000	13 250 000
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	739 200	770 000
Дебіторська заборгованість за розрахунками:		0	
за виданими авансами	1130	0	
з бюджетом	1135	0	
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 187 296	3 320 100
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	662 400	690 000
Витрати майбутніх періодів	1170	2 688	2 800
Інші оборотні активи	1190	259 200	270 000
Усього за розділом II	1195	17570784	18 302900
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	28921461,1	30126522
Пасив		0	
I. Власний капітал		0	
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	152 266	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11 808 000	12 300 000
Неоплачений капітал	1495	11 960 266	12 458 610
Вилучений капітал		0	
Усього за розділом I	1500	0	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1510	873 600	910 000
Відстрочені податкові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові кредити банків	1520	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1525	0	0
Довгострокові забезпечення	1595	873 600	910 000
Цільове фінансування		0	

Усього за розділом II	1600	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення		0	
Короткострокові кредити банків	1610	744 960	776 000
Поточна кредиторська заборгованість за:довгостроковими зобов'язаннями	1615	12915890,9	13 454 053
товари, роботи, послуги	1620	173 323	180 545
розрахунками з бюджетом	1621	124 800	130 000
у тому числі з податку на прибуток	1625	60026,88	62528
розрахунками зі страхування	1630	134 400	140 000
розрахунками з оплати праці	1660	240 595	250 620
Поточні забезпечення	1665	0	0
Доходи майбутніх періодів	1690	1815519,36	1891166
Інші поточні зобов'язання	1695	16084715,5	16754912
Усього за розділом III	1700	0	
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття		0	
Баланс	1900	28921461,1	30 126522

Додаток Б2

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

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5339784	4887332
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2019	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3970428	3522882
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1369356	1364450
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	356430	181439
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	0	0
Адміністративні витрати	2130	-196718	-171389
Витрати на збут	2150	-11575	-8019
Інші операційні витрати	2180	-1479950	-282127
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	37543	1084354
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	7315	17043
Інші доходи	2240	17835	16119

Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-138814	-128171
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	-188808	-815679
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	173666
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	-264929	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	74705	-72756
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	100910
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	-190224	0
II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
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	-27937	138985
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-27937	138985
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-5029	25017
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-22908	113968
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-213132	214878
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	3306488	2902675
Витрати на оплату праці	2505	471951	438014
Відрахування на соціальні заходи	2510	158952	163968
Амортизація	2515	139017	131877
Інші операційні витрати	2520	1662870	402788
Разом	2550	5739278	4039322
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	23644301	23632173
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	23644301	23632173
Чистий прибуток (збиток) на одну пзростання акцію	2610	-8.04524	4.27003
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну пзростання акцію	2615	-8.04524	4.27003
Дивіденди на одну пзростання акцію	2650	0	0

Додаток Б3

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом) за 2020 рік			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	2172922	4274919
Повернення податків і зборів	3005	0	0
у тому числі податку на додану вартість	3006	0	0
Цільового фінансування	3010	105659	2648
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	1486	2544
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	1612333	1475592
Надходження від повернення авансів	3020	46593	27772
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	6481	4917
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0	0
Надходження від операційної оренди	3040	0	0
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	259287	125198
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	-1836407	-2979194
Праці	3105	-359645	-372306
Відрахувань на соціальні заходи	3110	-188093	-194283
Зобов'язань з податків і зборів	3115	-490626	-558788
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	-164245	-103312
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	-183965	-239713
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	0	0
Витрачання на оплату авансів	3135	-449184	-513124
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	-44960	-5
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	0	0
Витрачання на оплату зобов’язань за страховими контрактами	3150	0	0
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	0	0
Інші витрачання	3190	-343229	-192792
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	491131	1100554
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	0	0
необоротних активів	3205	0	121
Надходження від отриманих:			
Відсотків	3215	0	0
Дивідендів	3220	0	0
Надходження від деривативів	3225	0	0
Надходження від погашення позик	3230	0	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	22181	75500
Витрачання на придбання:			
фінансових інвестицій	3255	0	0
необоротних активів	3260	-182022	-968115
Виплати за деривативами	3270	0	0
Витрачання на надання позик	3275	0	0
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	0	0
Інші платежі	3290	0	0
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-159841	-892494
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:			
Власного капіталу	3300	0	0
Отримання позик	3305	77600	1354259

Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
Інші надходження	3340	0	1640
Витрачання на:			
Викуп власних акцій	3345	0	0
Погашення позик	3350	474927	1406790
Сплату дивідендів	3355	-13428	-143085
Витрачання на сплату відсотків	3360	0	0
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	0	0
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	0	0
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	0	0
Інші платежі	3390	0	0
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-410755	-193976
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-79465	14084
Залишок коштів на початок року	3405	216543	202383
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	-27	76
Залишок коштів на кінець року	3415	137051	216543

Додаток В1

ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2021 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	4870	12 543
Первісна вартість	1001	32540	44 846
Накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1500430	1 869 460
Основні засоби	1010	8568122	12 304 648
Первісна вартість	1011	11 500250	17 210 534
Знос	1012	2932128	4 905 886
Інші фінансові інвестиції	1015	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1020	0	0
Відстрочені податкові активи	1030	0	0
I.Необоротні активи	1035	1 750 200	1 755 267
Нематеріальні активи	1040	0	0
Первісна вартість	1045	0	68 629
Інші оборотні активи	1090	0	0
Усього за розділом II	1095	11 823 622	16 010547
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 302900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30126522	36 891 621
Пасив			
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	1495	12 458 610	14 700 877
Вилучений капітал			
Усього за розділом I	1500	0	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1510	910 000	2 008 688

Відстрочені податкові зобов'язання	1515	0	256 738
Довгострокові кредити банків	1520	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1525	0	0
Довгострокові забезпечення	1595	910 000	2 265 426
Цільове фінансування			
Усього за розділом II	1600	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1610	776 000	776 000
Поточна кредиторська заборгованість за:довгостроковими зобов'язаннями	1615	13 454 053	14 514 081
товари, роботи, послуги	1620	180 545	273 257
розрахунками з бюджетом	1621	130 000	215 457
у тому числі з податку на прибуток	1625	62528	24 716
розрахунками зі страхування	1630	140 000	160 208
розрахунками з оплати праці	1660	250 620	509 245
Поточні забезпечення	1665	0	0
Доходи майбутніх періодів	1690	1891166	3 667 811
Інші поточні зобов'язання	1695	16754912	19 925 318
Усього за розділом III	1700		0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	30 126522	36 891 621

Додаток В2

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2021 рік

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5339784	4887332
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2019	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3970428	3522882
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1369356	1364450
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	356430	181439
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	0	0
Адміністративні витрати	2130	-196718	-171389
Витрати на збут	2150	-11575	-8019
Інші операційні витрати	2180	-1479950	-282127
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	37543	1084354

Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	7315	17043
Інші доходи	2240	17835	16119
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-138814	-128171
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	-188808	-815679
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	173666
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	-264929	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	74705	-72756
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	100910
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	-190224	0
II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
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	-27937	138985
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-27937	138985
Податок на прибуток, пов’язаний з іншим сукупним доходом	2455	-5029	25017
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-22908	113968
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-213132	214878
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	3306488	2902675
Витрати на оплату праці	2505	471951	438014
Відрахування на соціальні заходи	2510	158952	163968
Амортизація	2515	139017	131877
Інші операційні витрати	2520	1662870	402788
Разом	2550	5739278	4039322
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	23644301	23632173
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	23644301	23632173
Чистий прибуток (збиток) на одну пзростання акцію	2610	-8.04524	4.27003
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну пзростання акцію	2615	-8.04524	4.27003
Дивіденди на одну пзростання акцію	2650	0	0

Додаток В3

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом) за 2021 рік			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	2172922	4274919
Повернення податків і зборів	3005	0	0
у тому числі податку на додану вартість	3006	0	0
Цільового фінансування	3010	105659	2648
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	1486	2544
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	1612333	1475592
Надходження від повернення авансів	3020	46593	27772
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	6481	4917
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0	0
Надходження від операційної оренди	3040	0	0
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	259287	125198
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	-1836407	-2979194
Праці	3105	-359645	-372306
Відрахувань на соціальні заходи	3110	-188093	-194283
Зобов'язань з податків і зборів	3115	-490626	-558788
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	-164245	-103312
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	-183965	-239713
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	0	0
Витрачання на оплату авансів	3135	-449184	-513124
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	-44960	-5
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	0	0
Витрачання на оплату зобов’язань за страховими контрактами	3150	0	0
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	0	0
Інші витрачання	3190	-343229	-192792
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	491131	1100554
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	0	0
необоротних активів	3205	0	121
Надходження від отриманих:			
Відсотків	3215	0	0
Дивідендів	3220	0	0
Надходження від деривативів	3225	0	0
Надходження від погашення позик	3230	0	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	22181	75500
Витрачання на придбання:			
фінансових інвестицій	3255	0	0
необоротних активів	3260	-182022	-968115
Виплати за деривативами	3270	0	0
Витрачання на надання позик	3275	0	0
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	0	0
Інші платежі	3290	0	0
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-159841	-892494
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:	3300	0	0

Власного капіталу			
Отримання позик	3305	77600	1354259
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
Інші надходження	3340	0	1640
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345	0	0
Погашення позик	3350	474927	1406790
Сплату дивідендів	3355	-13428	-143085
Витрачання на сплату відсотків	3360	0	0
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	0	0
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	0	0
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	0	0
Інші платежі	3390	0	0
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-410755	-193976
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-79465	14084
Залишок коштів на початок року	3405	216543	202383
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	-27	76
Залишок коштів на кінець року	3415	137051	216543