

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ ТЕКСТИЛЮ ДЛЯ ДОМУ»**

**(ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ЕПЦЕНТР-К», М. КИЇВ)**

Студентки 4 курсу, 5 групи  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
освітньої програми «Менеджмент  
зовнішньоекономічної діяльності»

Озерян  
Єлизавета Андріївна

Науковий керівник  
доцент, кандидат економічних наук

Прохорова  
Марина Едуардівна

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

П'янкova  
Оксана Василівна

**Київ 2023**

## Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі і права

Кафедра міжнародного менеджменту

Спеціальність 073 «Менеджмент», Освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. кафедри \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

### Завдання

#### на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Озерян Єлизавета Андріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

«Організація імпорту текстилю для дому»(за матеріалами ТОВ «Епіцентр-К-К», м.Київ)

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

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

«15» травня 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи .Дослідити процес організації імпорту текстилю для дому»(за матеріалами ТОВ «Епіцентр-К», м.Київ)

Об'єкт дослідження є процес організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К"

Предмет дослідження є механізм організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К".

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

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

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

1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К»

## РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ТЕКСТИЛЮ ДЛЯ ДОМУ «ЕПІЦЕНТР-К»

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку текстилю для дому

2.2. Оцінка перспектив імпорту текстилю для дому ТОВ «Епіцентр-К»

## РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТЕКСТИЛЮ ДЛЯ ДОМУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» з ЄГИПТУ

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

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпортного постачання з Єгипту

5. Календарний план виконання роботи

| № пор. | Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи  | Строк виконання етапів роботи |                     |
|--------|--|-------------------------------|---------------------|
|        |  | за планом                     | фактично            |
| 1      | 2  | 3                             | 4                   |
| 1      | Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи  | До 15 грудня                  | 12 грудня           |
| 2      | Оформлення і затвердження завдання на випуску кваліфікаційну роботу  | До 1 лютого                   | 31 січня            |
| 3      | Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи   | До 15 березня                 | 15 березня          |
| 4      | Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи   | До 10 квітня                  | 10 квітня           |
| 5      | Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи   | До 05 травня                  | 5 травня            |
| 6      | Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи на перевірку керівнику                                   | До 15 травня                  | 15 травня           |
| 7      | Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі  | До 22 травня                  | 22 травня           |
| 8      | Перевірка випускної кваліфікаційної роботи на унікальність   | До 22 травня                  | 22 травня           |
| 9      | Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії | За окремим графіком           | За окремим графіком |
| 10     | Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії   | За окремим графіком           | За окремим графіком |

6. Дата видачі завдання «31» січня 2023 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Прохорова М.Е.

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми

П'янова О.П.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Озерян Е.А

---

(прізвище, ініціали, підпис)

## 10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

*Випускна кваліфікаційна робота студентки Озерян Е.А виконана на тему «Організація імпорту текстилю для дому (за матеріалами ТОВ «Епіцентр-К»). В першому розділі дослідження діяльності ТОВ «Епіцентр-К», надано оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К», а також проведено аналіз імпортної діяльності ТОВ «Епіцентр-К». В розділі 2 обґрунтування вибору потенційного ринку для організації імпорту текстилю для дому, визначення основних тенденцій розвитку світового ринку текстилю для дому, оцінка перспектив імпорту текстилю для дому ТОВ «Епіцентр-К» ..*

*Написання випускної кваліфікаційної роботи супроводжувалося використанням різноманітних методів серед яких метод узагальнення, порівняння, графічного та статистичного аналізу.*

*Викладені матеріали демонструють часткове вміння Озерян Є.А. узагальнювати матеріали літературних джерел і практичного досвіду діяльності, пов'язаною з тематикою дослідження. В робота міститься багато помилок, який автор намагався виправляти після зауважень, але їх кількість не була в повному обсязі їх ліквідована. В третьому розділі реалізація управлінського рішення щодо імпорту текстилю для дому ТОВ «Епіцентр-К», організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К» з Єгипту, прогнозна оцінка результативності імпортної поставки до з Єгипту, авто постіно плутає експортну та імпортні операції. Робота не повною мірою відповідає очікуванням і стандартам але вважаю, що студентці Озерян Е.А.. можна надати можливість пояснити свої дії та наміри, а також продемонструвати свої знання та розуміння теми.*

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

---

(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Озерян Е.А

---

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

---

П'янова О.В

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

---

Мельник Т.М

(підпис, прізвище, ініціали)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р

## АНОТАЦІЯ

**Озерян Є.А. «Організація імпорту текстилю для дому (за матеріалами ТОВ «Епіцентр-К», м. Київ)». Рукопис.**

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту текстилю для дому, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку текстилю для дому, обґрунтування вибору Єгипту як країни-контрагента для реалізації імпорту потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозу оцінку результативності постачання одягу до Єгипту.

**Ключові слова:** суб'єкт ЗЕД, імпорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, текстиль для дому, Єгипет.

## ABSTRACT

**Ozeryan E.A. "Organization of the import of textiles for the home (according to the materials of Epicenter- K LLC, Kyiv)". Manuscript.**

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

The graduation qualification work is devoted to the practical aspects of organizing the import of textiles for the home, which includes: the study of the functioning of the enterprise subject to the FEE, the analysis of the world market of textiles for the home, the justification of the choice of Egypt as a counterparty country for the realization of the import potential of the domestic producer, the implementation of the management decision regarding the import through organizational support and predictive assessment of the effectiveness of the supply of clothing to Egypt.

**Key words:** foreign trade entity, import, management decision, organizational support, textiles for the home, Egypt

## ЗМІСТ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» .....</b>  | <b>10</b> |
| 1.1 Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К».....           | 10        |
| 1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр-К».....  | 20        |
| <b>РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ТЕКСТИЛЮ ДЛЯ ДОМУ «ЕПІЦЕНТР-К».....</b> | <b>27</b> |
| 2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку текстилю для дому.....                                   | 27        |
| 2.2. Оцінка перспектив імпорту текстилю для дому ТОВ «Епіцентр-К» .....  | 34        |
| <b>РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТЕКСТИЛЮ ДЛЯ ДОМУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» З ЄГИПТУ.....</b>     | <b>48</b> |
| 3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К» з Єгипту.....                                    | 48        |
| 3.2. Прогнозна оцінка результативності імпоротної поставки з Єгипту.....   | 54        |
| <b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>   | <b>58</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>   | <b>60</b> |
| <b>ДОДАТКИ.....</b>  | <b>63</b> |

## ВСТУП

Тема випускної кваліфікаційної роботи "Організація імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К" є досить актуальною та має практичну значимість в контексті зростання імпорту текстилю для дому в Україні.

В сучасному світі текстиль для дому є невід'ємною частиною інтер'єру, який додає комфорту та затишку у життя людей. Це стало причиною зростання попиту на якісний та різноманітний текстиль серед споживачів. Таким чином, з'являється потреба в організації імпорту текстилю для дому з метою задоволення потреб споживачів. У рамках випускної кваліфікаційної роботи буде розглянуто процес організації імпорту текстилю для дому на прикладі ТОВ "Епіцентр-К", а також вивчені ключові аспекти забезпечення якості, вибору постачальників, контролю та оптимізації логістичних процесів. Вивчення цієї теми є актуальним та має практичне значення для вдосконалення процесів імпорту в сучасному бізнесі текстильної галузі.

Імпорт текстилю для дому стає дедалі популярнішим у зв'язку зі зростанням попиту на різноманітний та якісний текстиль серед споживачів. Також імпорт текстилю дозволяє компаніям забезпечити своїх клієнтів широким асортиментом товарів за конкурентними цінами.

Організація імпорту текстилю для дому має свої особливості, які пов'язані з вибором постачальників, контролем якості, оптимізацією логістичних процесів та іншими аспектами. Для ефективної роботи компанії потрібно мати досвідчену команду фахівців, яка зможе організувати та контролювати всі етапи імпорту текстилю.

У рамках випускної кваліфікаційної роботи можна дослідити процес організації імпорту текстилю на прикладі ТОВ "Епіцентр-К", провести аналіз ринку та вибір оптимального постачальника, розробити стратегію контролю якості та оптимізації логістичних процесів. Також можна розглянути питання маркетингу та продажу текстилю для дому, що є важливим аспектом бізнесу в даній галузі. Отже, дослідження теми "Організація імпорту текстилю для дому ТОВ Епіцентр-К" може допомогти розкрити особливості та ефективність імпорту текстилю для

дому, що своєю чергою сприятиме розвитку бізнесу та задоволенню потреб споживачів.

Один з ключових аспектів успішного імпорту текстилю для дому - це вибір надійних та якісних постачальників. Для досягнення цієї мети, компанії можуть використовувати різні стратегії, такі як обмеження кількості постачальників, проведення досліджень ринку та аналіз конкурентів, перевірка рейтингів постачальників та здійснення відвідувань їхніх виробничих підприємств.

Метою дослідження є вивчення процесу організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К" та визначення ефективних стратегій в цьому процесі.

Для досягнення мети були сформульовані наступні завдання:

1. Дослідити ринок текстилю для дому в Україні та світі.
2. Проаналізувати процес організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К".
3. Визначити основні проблеми та фактори, що впливають на ефективність організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К".
4. Розробити рекомендації щодо підвищення ефективності організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К".

Об'єктом дослідження є процес організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К"

Предметом дослідження є механізм організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К".

У процесі дослідження були використані такі методи:

1. Аналіз документів (статистичні звіти, договори, листування тощо).
2. Експертний опит (опитування фахівців з питань зовнішньоекономічної діяльності та текстильного ринку).
3. Метод порівняння (аналіз показників текстильного ринку України та світу).
4. Метод SWOT-аналізу (визначення сильних та слабких сторін організації імпорту текстилю для дому ТОВ "Епіцентр-К" та можливостей та загроз).



Окрім цього, важливо забезпечити якість імпортованих товарів. Це може бути досягнуто шляхом розробки стратегії контролю якості та встановлення стандартів для оцінки продукції постачальників. Крім того, можна відвідувати виробничі підприємства постачальників для контролю якості та перевірки виробничого процесу.

Оптимізація логістичних процесів також є ключовим елементом ефективного імпорту текстилю для дому. Це включає в себе здійснення оптимальних перевезень, встановлення мінімальних запасів товарів та планування доставок відповідно до попиту.

Зокрема, ТОВ "Епіцентр-К" є одним з провідних роздрібних продавців будівельних матеріалів та товарів для дому в Україні. Компанія активно розвивається та розширює свій асортимент товарів, зокрема, текстилю для дому, який пропонується за доступними цінами та високої якості. Організація імпорту текстилю для дому є важливим елементом розвитку бізнесу компанії

До ключових факторів успішного імпорту текстилю для дому також можна віднести дослідження та аналіз ринку. Це включає в себе вивчення споживчих потреб, конкурентної ситуації та тенденцій на ринку. Імпортерам необхідно визначити попит на різні види текстилю для дому, тенденції в дизайні та кольорах, а також прогнозувати майбутні зміни у споживчому попиті.

Одним з ключових завдань при імпорті текстилю для дому є визначення оптимальних умов поставок, зокрема, встановлення термінів доставки, умов оплати та узгодження цін. Для цього імпортерам потрібно взаємодіяти з постачальниками та логістичними партнерами, відстежувати терміни поставок та вирішувати проблеми, що можуть виникнути під час транспортування товару.

Також важливим аспектом успішного імпорту текстилю для дому є співпраця з митними органами та дотримання митних правил та процедур. Імпортерам потрібно відповідно оформити всі необхідні документи, сплатити митні збори та відстежувати проходження митного контролю для безперервного ввезення товару.

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

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

Об'єктом дослідження є Товариство з Обмеженою Відповідальністю «Епіцентр-К». Діяльність підприємства регулюється Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України та Законом України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю».

ТОВ «Епіцентр-К» код ЄДРПОУ 32490244, місцезнаходження 04128, місто Київ, вулиця Берковецька, будинок 6-К. Дата державної реєстрації 27 серпня 2003 року.

Основні види діяльності (КВЕД) :

- 47.78 Інші види роздрібної торгівлі новими товарами у спеціалізованих магазинах.
- 49.42 Надання послуг перевезення речей (переїзду).
- 46.49 Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення.
- 46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту.
- 85.51 Освіта у сфері спорту та відпочинку.

Група компаній Епіцентр-К об'єднана в унікальну екосистему — торговельні центри, аграрний напрям, виробництво керамічної плитки, деревообробка, потужна логістика, спортивні та соціальні інфраструктурні об'єкти по всій Україні.

За 18 років мережа Епіцентр-К пройшла еволюцію від будівельних гіпермаркетів до будівельно-господарських та переросла в найбільшу в Україні мережу торговельних центрів.

- Епіцентр-К створив власний унікальний формат, який не має аналогів у світі.
- Відділи у торговельних центрах “Епіцентр-К” представлені у форматі shop-in-shop.

- У 2017 році відкрився перший магазин Intersport поза межами мережі “Епіцентр-К”. У 2020 року частина магазинів формату shop-in-shop – “Галереї “Деко” та Е.РІС - також вийшли за межі мережі “Епіцентр-К”, відкрившись у інших торговельно-розважальних центрах.

- Компанія стрімко розвиває онлайн-сервіс. Інтернет-магазин epicentrk.ua з асортиментом понад 1 млн найменувань дає можливість клієнтам робити великі комплексні замовлення з доставкою або забрати їх безкоштовно у сучасних Центрах видачі у будь-якому ТЦ “Епіцентр-К” в Україні.

- З 2016 року “Епіцентр-К” реалізує стратегію розвитку торговельних центрів біля дому, площею 4-6 тис. м<sup>2</sup>, які відкриваються у районних центрах та невеликих містах обласного підпорядкування

Сьогодні мережа Епіцентр-К налічує 75 ТЦ, у які входять 10 об'єктів мережі «Нова лінія». Загальна торгова площа 1,5 млн. кв. м. Це як 1650 футбольних полів. Найбільший ТЦ компанії, складає 105 000 кв. м. та працює на вулиці Полярній 20 Д в Києві, коли найменший – у Шепетівці Хмельницької області складає 3 500 кв.м.. Власники розробили досить вдалу стратегію коли вирішили відкривати гіпермаркети поряд з іншими супермаркетами, такими як Ашан чи Метро. На початку цільовою аудиторією були лише люди бажаючі купити будівельні матеріали, але з часом асортимент розширився до такої межі, що зараз там можна придбати усе, що потрібно та навіть отримати послуги.

В районних центрах і містах підпорядкування «Епіцентр-К» відкриває торговельні центри площею 4-6 тис. кв. м.

За 18 років пліткої роботи мережа торговельних центрів «Епіцентр-К» трансформувалась до будівельно-господарських гіпермаркетів, і наразі є потужною мережею торговельних центрів.

Таблиця 1.1.

### Структура підприємства ТОВ «Епіцентр-К»

#### Формати ПЦ

|                       |   |
|-----------------------|---|
| Великий               | Малий   |
| 16 торгових відділів  | торгові відділи об'єднані в декілька напрямів |
| 22 неторгових відділи |   |

Таблиця 1.2

| Торгові відділи             |                              |                                   |                      |
|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| 10                          | Сад, город                   | 90                                | Будівельні матеріали |
| 20                          | Автогрупа та інструменти     | 100                               | Деко                 |
| 30                          | Електротехніка               | 110                               | Дитячі товари        |
| 40                          | Вироби з металу              | 161                               | Експертні продажі    |
| 50                          | Декор                        | 610                               | ФУД РІТЕЙЛ           |
| 60                          | Покриття для підлоги, плитка | 310                               | Побутова техніка     |
| 70                          | Сантехніка                   | 440                               | Меблі                |
| 80                          | Вироби з дерева              | 800                               | Інтерспорт           |
| Неторгові відділи           |                              |                                   |                      |
| Інформація                  |                              | Господарський                     |                      |
| Доставка                    |                              | Реклама                           |                      |
| Безготівковий розрахунок    |                              | Юридичний                         |                      |
| Комплексні продажі          |                              | Головний енергетик                |                      |
| Служба безпеки              |                              | Охорона праці                     |                      |
| Каси                        |                              | Фінансовий                        |                      |
| Сервісний центр             |                              | Бухгалтерія                       |                      |
| Форматно-розкрійна дільниця |                              | Центр видачі замовлень            |                      |
| Персонал                    |                              | Автоматизовані системи управління |                      |
| Медичний кабінет            |                              | Прийом товару                     |                      |
| Дизайн центр                |                              | Кафе                              |                      |

Джерело: побудовано за даними підприємства

ТОВ «Епіцентр-К» має лінійно-функціональний тип. Це комбінація лінійної та функціональної структур. Основний принцип роботи такої структури - це розподілення відповідальностей та повноважень за функціями та прийнятими рішеннями по вертикалі.

Головним показником результатів господарської діяльності підприємства є чистий прибуток, утворений у встановленому законом порядку, з відрахуванням встановлених законом податків.

Аналіз майна підприємства здійснюється на основі агрегованого балансу підприємства та структури і динаміки оборотних активів. Аналіз майна «Епіцентр-К» почнемо з оцінки майна підприємства і джерел його утворення (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Оцінка структури і динаміки майна підприємства ТОВ «Епіцентр-К»,  
тис.грн.**

| Показник   | 2018     | Питома вага, % | 2019     | Питома вага, % | 2020     | Питома вага, % | Відхилення (+/-), тис.грн. |           | Темп приросту, % |           |
|--|----------|----------------|----------|----------------|----------|----------------|----------------------------|-----------|------------------|-----------|
|  |          |                |          |                |          |                | 2019/2018                  | 2020/2019 | 2019/2018        | 2020/2019 |
| <b>1.Необоротні активи</b>                                       |          |                |          |                |          |                |                            |           |                  |           |
| Нематеріальні активи   | 4870     | 0,4            | 12543    | 0,7            | 32720    | 1,4            | 7673                       | 20177     | 157,5            | 160,8     |
| Основні засоби   | 8568122  | 72,4           | 12304648 | 76,8           | 15231712 | 68,8           | 3736526                    | 2927064   | 43,6             | 23,7      |
| Інші фінансові інвестиції  | 1750200  | 14,8           | 1755267  | 10,9           | 3129633  | 14,1           | 50676                      | 1374366   | 0,2              | 78,2      |
| Усього за розділом 1   | 11823622 | 43,3           | 16010547 | 42,6           | 22109337 | 43,1           | 4186925                    | 6098790   | 35,4             | 38,1      |
| <b>2.Оборотні активи</b>   |          |                |          |                |          |                |                            |           |                  |           |
| Запаси   | 13250000 | 72,3           | 13885925 | 66,5           | 15389033 | 68,6           | 635925                     | 1503108   | 4,8              | 10,8      |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 770000   | 4,2            | 1467824  | 7,0            | 2182479  | 9,7            | 697824                     | 714655    | 90,6             | 48,6      |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками:                      | 0        | 0              | 0        | 0              | 1        | 4,4            | 0                          | 1         | -                | -         |
| Інша поточна дебіторська заборгованість                          | 3320100  | 18,1           | 4381455  | 20,9           | 3859491  | 17,2           | 1061355                    | -521964   | 31,9             | 11,9      |
| Гроші та їх еквіваленти  | 690000   | 3,7            | 921054   | 4,4            | 642802   | 2,8            | 231054                     | -278252   | 33,4             | 30,2      |
| Усього за розділом 2   | 18302900 | 56,7           | 20881053 | 57,4           | 22416054 | 56,9           | 2578153                    | 1535001   | 14,1             | 7,3       |
| Баланс   | 30126522 | 100,0          | 36891621 | 100,0          | 44525391 | 100,0          | 6765099                    | 7633770   | 22,4             | 20,6      |

Джерело: розраховано автором за даними ТОВ «Епіцентр-К»

В структурі активів ТОВ «Епіцентр-К» 43,1% приходить загалом необоротних активів на кінець 2020 року, в порівнянні з 2019 роком, можемо

побачити прирост 38,1% або 6098790 тис.грн. Нематеріальні активи на кінець 2020 року склали 32720 тис.грн., або 1,4%; основні засоби склали 15231712 тис.грн., або 68,8%; та інші фінансові інвестиції 3129633 тис.грн., або 14,1%. Бачимо, що найбільшу питому вагу займає - основні засоби, коли найменшу - нематеріальні активи.

Розглянемо оборотні активи, на кінець 2020 року їх розмір за умовою усіх складових склав 22416054 тис.грн., :

Запаси на кінець 2020 року склали 15389033 тис.грн., або 68,6% оборотних активів.

Дебіторська заборгованість ТОВ «Епіцентр-К» була 15%, найбільшу частину питомої ваги займає дебіторська заборгованість за продукцію, товари роботи, послуги, найменшу - дебіторська заборгованість за розрахунками.

З 2018 року по 2020 рік ТОВ «Епіцентр-К» накопичував на рахунках гроші та їх еквіваленти, але у 2020 році їх обсяг скоротився на 278 252 тис.грн., що склало 642802 тис.грн., або 2,8% оборотних активів. Також інша дебіторська заборгованість у 2020 році знизилась на 521 964 тис.грн.

Показники рентабельності підприємства показані в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

### Аналіз показників рентабельності ТОВ «Епіцентр-К»

| Показник                                 | 2018       | 2019       | 2020       | Відхилення |           | Темп росту,% |           |
|--|------------|------------|------------|------------|-----------|--------------|-----------|
|  |            |            |            | 2019/2018  | 2020/2019 | 2019/2018    | 2020/2019 |
| 1  | 2          | 3          | 4          | 5          | 6         | 7            | 8         |
| 1.Чистий дохід від реалізації, тис. грн. | 41 400 220 | 43 979 194 | 50 382 425 | 2 578 974  | 6 403 231 | 6,2          | 14,5      |
| 2.Чистий прибуток, тис. грн.             | 10 999 640 | 13 164 443 | 14 788 755 | 2 164 803  | 1 624 312 | 19,6         | 12,3      |
| 3.Сума активів, тис. грн.                | 30126522   | 36891621   | 44525391   | 6 765 099  | 7 633 770 | 22,4         | 20,6      |
| 4.Сума власного капіталу, тис.грн        | 12458 610  | 14 700 877 | 17 846 696 | 2 242 267  | 3 145 819 | 17,9         | 21,3      |
| 5.Сума позиченого капіталу, тис.грн      | 16 754 912 | 19 925 318 | 22 223 615 | 3 170 406  | 2 298 297 | 18,9         | 11,5      |
| 6.Разом витрати, тис. грн.               | 7 913 955  | 10 230 264 | 12 653 267 | 2 316 309  | 2 423 003 | 29,2         | 19,1      |



|  |                   |             |                   |             |                   |             |                  |                  |              |             |
|--|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|------------------|------------------|--------------|-------------|
| Резервний капітал  | 0                 | 0           | 0                 | 0           | 0                 | 0           | 0                | 0                | 0            | 0           |
| Нерозподілений прибуток  | 12300000          | 40,8        | 14 542 267        | 39,4        | 17688086          | 39,7        | 2 242 267        | 3 145 819        | 18,2         | 21,6        |
| <b>Усього за розділом 1</b>                                    | <b>12458 610</b>  | <b>41,3</b> | <b>14 700 877</b> | <b>39,8</b> | <b>17 846 696</b> | <b>40,0</b> | <b>2 242 267</b> | <b>3 145 819</b> | <b>17,9</b>  | <b>21,6</b> |
| <b>Довгострокові зобов'язання</b>                              |                   |             |                   |             |                   |             |                  |                  |              |             |
| <b>Усього за розділом 2</b>                                    | <b>910 000</b>    | <b>3,0</b>  | <b>2 265 426</b>  | <b>6,1</b>  | <b>4 455 080</b>  | <b>10,0</b> | <b>1 355 426</b> | <b>2 189 654</b> | <b>148,9</b> | <b>96,6</b> |
| <b>Поточні зобов'язання</b>                                    |                   |             |                   |             |                   |             |                  |                  |              |             |
| Короткострокові кредити банків                                 | 0                 | 0           | 0                 | 0           | 0                 | 0           | 0                | 0                | 0            | 0           |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом | 180545            | 0,5         | 273257            | 0,7         | 326 833           | 0,7         | 92 712           | 53 576           | 51,3         | 19,6        |
| Інші поточні зобов'язання                                      | 1891166           | 6,2         | 3 667 811         | 9,9         | 4 144 753         | 9,3         | 1 776 645        | 476 942          | 93,9         | 13,0        |
| <b>Усього за розділом 3</b>                                    | <b>16 754 912</b> | <b>55,6</b> | <b>19 925 318</b> | <b>54,0</b> | <b>22 223 615</b> | <b>49,9</b> | <b>3 170 406</b> | <b>2 298 297</b> | <b>18,9</b>  | <b>11,5</b> |
| <b>Баланс</b>  | <b>30 126 522</b> | <b>100</b>  | <b>36 891 621</b> | <b>100</b>  | <b>44 525 391</b> | <b>100</b>  | <b>6 765 099</b> | <b>7 633 770</b> | <b>22,4</b>  | <b>20,6</b> |

Джерело: розраховано автором за даними ТОВ «Епіцентр-К»

Аналізуючи динаміку та структуру джерел утворення майна даного підприємства 40% власного капіталу приходиться на кінець 2020 року, в порівнянні з 2019 роком, можемо побачити приріст 21,6% або 3 145 819 тис. грн.

Джерело: побудовано автором на основі табл. 1.5.

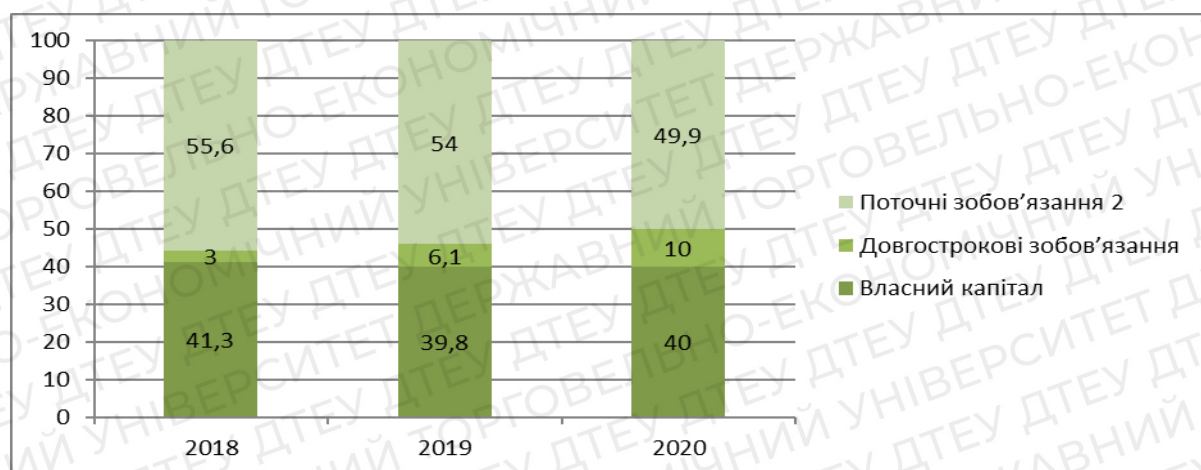


Рисунок 1.1. Структурі пасивів ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 рр., %



Довгострокові зобов'язання на кінець 2020 року склали 4 455 080 тис. грн., або 10%, бачимо, що цей показник у 2019 році був менший на 2 189 654 тис. грн., чи 96.6%.

Поточні зобов'язання у 2020 році склали 22223615 тис. грн., що 49,9% від загального балансу підприємства. В порівнянні в минулим роком, бачимо, що відбувся приріст 11,5%, що в грошовому еквіваленті 2298297 тис. грн..

Розглядаючи баланс структури джерел утворення майна ТОВ «Епіцентр-К», можемо порахувати, що з 2019 по 2020 роки він зріс на 20,6%, що складає 7633770 тис.грн..

Графічно структуру пасивів ТОВ «Епіцентр-К» зображено на рисунку 1.1.

Чистий прибуток та його формування розрахуємо в таблиці 1.6

Таблиця 1.6

### Формування чистого прибутку ТОВ «Епіцентр-К»

| Показник  | 2018          | 2019          | 2020          | Відхилення |           | Темп росту,% |           |
|---|---------------|---------------|---------------|------------|-----------|--------------|-----------|
|   |               |               |               | 2019/2018  | 2020/2019 | 2019/2018    | 2020/2019 |
| 1   | 2             | 3             | 4             | 5          | 6         | 1            | 2         |
| Чистий дохід                                    | 41 400<br>220 | 43 979<br>194 | 50 382<br>425 | 2 578 974  | 6 403 231 | 6,2          | 14,5      |
| Собівартість                                    | 30 400<br>580 | 30 814<br>751 | 35 593<br>670 | 414 171    | 4 778 919 | 1,3          | 15,5      |
| Валовий прибуток                                | 10 999<br>640 | 13 164<br>443 | 14 788<br>755 | 2 164 803  | 1 624 312 | 19,6         | 12,3      |
| Інші операційні доходи                          | 260 235       | 530<br>835    | 737<br>243    | 270 600    | 206 408   | 103,9        | 38,8      |
| Адміністративні витрати                         | 540 040       | 751<br>814    | 872<br>759    | 211 774    | 120 945   | 39,2         | 16,0      |
| Витрати на збут                                 | 6 623 200     | 7 985<br>945  | 8 648<br>047  | 1 362 745  | 662 102   | 20,5         | 8,2       |
| Інші операційні витрати                         | 396373        | 254<br>271    | 920<br>408    | -142 102   | 666 137   | 35,8         | 261,9     |
| Фінансовий результат від операційної діяльності | 3 700 262     | 4 703<br>248  | 5 084<br>784  | 1 002 986  | 381 536   | 27,1         | 8,1       |
| Інші фінансові доходи                           | 180 000       | 3 851         | 211<br>555    | -176 149   | 207 704   | 97,8         | 5393,5    |
| Інші доходи                                     | 52 000        | 354<br>733    | 554<br>085    | 302 733    | 199 352   | 582,1        | 56,1      |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток           | -670 000      | -821<br>675   | -944<br>982   | -151 675   | -123 307  | 7,7          | 15,0      |

|                 |           |           |           |         |          |      |      |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|---------|----------|------|------|
| Чистий прибуток | 2 960 712 | 3 602 109 | 3 171 204 | 641 397 | -430 905 | 21,6 | 11,9 |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|---------|----------|------|------|

Джерело: розраховано автором за даними ТОВ «Епіцентр-К»

Відповідно до таблиці на формування чистого прибутку вплинули наступні фактори:

- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) щорічно зростає, так в 2019 році він був менший на 14,5%, або 6 403 231 тис. грн., ніж у 2020 році.

- собівартість реалізованої продукції з 2018 по 2020 роки теж має тенденцію зростання, та в 2020 році сягнула на 15,5%, або 4 778 919 тис. грн., більше ніж у 2019 році.

- валовий прибуток в період з 2019 по 2020 роки виріс на 12,3%, або 1 624 312 тис. грн..

- за даний період зросли й інші операційні доходи, так у 2020 році вони стали на 38,8%, або 206 408 тис. грн..

- адміністративні витрати зросли на 16%, чи 120 945 тис. грн. з 2019 по 2020 роки.

- витрати на збут щорічно зростали, так у 2020 році цей показник став більший ніж в минулому на 8,2%, або 662 102 тис. грн..

- інші операційні витрати в 2020 році вирости на 261,9%, що складає 666 137 тис. грн.

- на 8,1%, або 381 536 тис. грн. на користь підприємства змінився фінансовий результат від операційної діяльності

- інші фінансові доходи зросли на рекордний 5393,5%, або 207 704 тис. грн. за 2019 по 2020 роки.

- інші доходи зростали щорічно, так у 2020 році вони склали на 199 352 тис. грн., або 56,1%.

- на 123307 тис. грн. у 2020 році в порівнянні з 2019 роком, можемо побачити пониження показника витрат (доходів) з податку на прибуток.

- чистий прибуток був менший у 2020 році ніж у минулому на 430 905 тис. грн..

На рисунку 1.2. показано динаміку коефіцієнта фінансової незалежності, активів та власного капіталу ТОВ «Епіцентр-К».

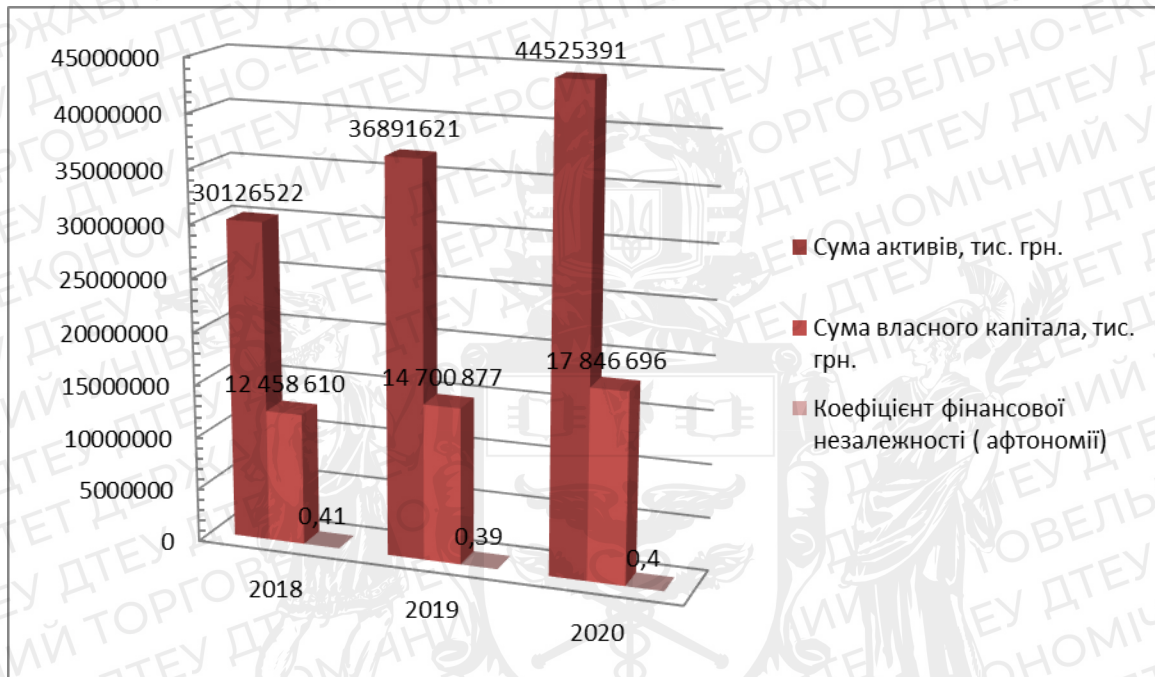


Рисунок 1.2. Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Епіцентр-К», %  
Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

## 1.2 Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К»

Зовнішньоекономічна діяльність є стратегічним напрямком розвитку підприємства ТОВ «Епіцентр-К», тому в такій ситуації важливе значення має діяльність маркетингової служби на підприємстві, яка має сприяти розширенню ринку збуту продукції.

Дослідимо обсяг імпорту за геопросторовою (географічною) ознакою за період з 2018 по 2021 роки.

Таблиця 1.7.

### Обсяг імпорту ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020рр., тис. грн. (за географічною ознакою)

| Показник      | 2018      | 2019      | 2020      | 2021      | Абсолютне відхилення |           |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------------|-----------|
|               |           |           |           |           | 2021/2018            | 2021/2020 |
| 1             | 2         | 3         | 4         | 5         | 6                    | 7         |
| Обсяг імпорту | 1 500 000 | 3 500 000 | 3 500 000 | 4 500 000 | 3 000 000            | 1 000 000 |
| Китай         | 450 000   | 550 000   | 1 000 000 | 10 000    | -440 000             | -990 000  |
| Іспанія       | 100 000   | 65 000    | 150 000   | 3 000     | -97 000              | -147 000  |
| Німеччина     | 55 000    | 100 000   | 65 000    | 10 000    | -45 000              | -55 000   |
| Польща        | 35 000    | 650 000   | 900 000   | 4 500     | -30 500              | -895 500  |
| Гонконг       | 15 000    | 40 000    | 300 000   | 3 000     | -12 000              | -297 000  |
| інші країни   | 1 000 000 | 2 000 000 | 400 000   | 70 000    | -930 000             | -330 000  |

Джерело: пораховано автором за даними підприємства

За даними наведеними в таблиці, бачимо, що країнами-лідерами з обсягу імпорту були: Китай, Іспанія, Німеччина, Польща та Гонконг. Наприклад, Китай, що займає перше місце в рейтингу імпортував 450 000 тис. грн. в 2018 році, що менше на 3 000 000 тис. грн. ніж в 2021 році; Іспанія ж навпаки знизилася свій імпорт на 440 000 тис. грн. в 2021 р. в порівнянні з 2018 р.; Німеччина з 55 000 тис. грн., знизилася до 10 000 тис. грн.; Польща з 35 000 тис. грн. до 4 500 тис. грн., тобто на 30 500 тис. грн. менше в 2021 р.; Гонконг зробив менше на 12 000 тис. грн.. А загалом обсяг імпорту підвищився з 2018 р. з 1 500 000 тис. грн. до 4 500 000 тис. грн. у 2021 р., тобто на 3 000 000 тис. грн..

Обсяг імпорту за географічною ознакою за 2021 рік, 2020 рік, 2019 рік та 2018 рік зображено графічно на рисунках 1.3-1.6.

Доцільно провести аналіз питомої ваги імпорту з кожної з країн, які були основними імпортерами ТОВ «Епіцентр-К» в період з 2018 по 2021 роки. Результат дивитись в таблиці 1.8.

Таблиця 1.8

**Аналіз питомої ваги обсягу імпорту за географічною ознакою за 2018-2021рр., тис. грн.**

| Показник      | 2018      | Питома вага, % | 2019      | Питома вага, % | 2020      | Питома вага, % | 2021      | Питома вага, % | Відхилення (+/-) |           |
|---------------|-----------|----------------|-----------|----------------|-----------|----------------|-----------|----------------|------------------|-----------|
|               |           |                |           |                |           |                |           |                | 2019/2018        | 2021/2020 |
| 1             | 2         | 3              | 4         | 5              | 6         | 7              | 8         | 9              | 10               | 11        |
| Китай         | 450 000   | 30             | 550 000   | 15,7           | 1 000 000 | 28,5           | 100 000   | 20             | 100 000          | -900 000  |
| Іспанія       | 100 000   | 6,6            | 65 000    | 1,8            | 150 000   | 4,2            | 30 000    | 0,6            | -35 000          | -120 000  |
| Німеччина     | 55 000    | 3,6            | 100 000   | 2,8            | 65 000    | 1,8            | 100 000   | 20             | 45 000           | 35 000    |
| Польща        | 35 000    | 2,3            | 650 000   | 18,5           | 900 000   | 25,7           | 45 000    | 10             | 615 000          | -855 000  |
| Гонконг       | 15 000    | 1              | 40 000    | 1,1            | 300 000   | 8,5            | 30 000    | 0,6            | 25 000           | -270 000  |
| інші країни   | 1 000 000 | 66,6           | 2 000 000 | 57,1           | 400 000   | 11,4           | 700 000   | 15             | 1 000 000        | 300 000   |
| Обсяг імпорту | 1 500 000 | 100            | 3 500 000 | 100            | 3 500 000 | 100            | 4 500 000 | 100            | 2 000 000        | 1 000 000 |

Джерело: пораховано автором на основі даних підприємства

Аналізуючи данні наведені в таблиці вище, бачимо, що обсяг імпорту в 2021 році значно виріс, так якщо у 2018 році він складав 1 500 000 тис. грн., то в 2021 році складає 4 500 000 тис. грн.. Китай займає значне місце серед основних країн-імпортерів, але останній рік значно знизився обсяг імпорту, також знизився відсоток імпорту з Іспанії, Польщі та Гонконгу. Виріс обсяг імпорту з Німеччини та інших країн.

Товарна структура імпортованих товарів ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2021 роки, буде наведена в рисунку 1.7-1.10 та таблицях 1.9-1.12.

Таблиця 1.9

**Аналіз товарного кошику ТОВ «Епіцентр-К» в 2018 році., тис. грн..**

| Товари                           | 2018              |
|----------------------------------|-------------------|
| Плитка керамічна глазурована     | 400 000-450 000   |
| Плитка керамічна неглазурована   | 75 000-80 000     |
| Меблі для сидіння                | 70 000-75 000     |
| Електричні водонагрівачі         | 65 000-70 000     |
| Машини, обладнання з нагріванням | 60 000-65 000     |
| Трактори                         | 55 000-60 000     |
| Лампи                            | 50 000-55 000     |
| Інші вироби алюмінієві           | 45 000-50 000     |
| Посуд                            | 40 000-45 000     |
| Інші меблі ті їх частини         | 35 000-40 000     |
| Інші (253 типи)                  | 950 000-1 000 000 |

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Проаналізуємо товари, які склали найбільшу частку імпорту ТОВ «Епіцентр-К» в 2018 році, а саме плитка, меблі, обладнання з нагріванням, трактори, лампи, алюмінієві вироби та посуд. Так, наприклад, плитка керамічна глазурована та неглазурована складала 475 000-520 000 тис грн., посуд 40 000-45 000 тис. грн., лампи 50 000- 55 000 тис. грн., меблі 95 000-115 000 тис. грн..

Таблиця 1.10

#### Аналіз товарного кошику ТОВ «Епіцентр-К» в 2019 році., тис. грн..

| Товари                                   | 2019                |
|--|---------------------|
| Цистерни, баки, ємності з чорних металів | 550 000-600 000     |
| Причепи та напівпричепи                  | 200 000-250 000     |
| Плитка керамічна глазурована             | 200 000-250 000     |
| Частини для обладнання                   | 150 000-200 000     |
| Меблі для сидіння                        | 150 000-200 000     |
| Інші вироби з чорних металів             | 100 000-150 000     |
| Насоси повітряні чи вакуумні             | 90 000-95 000       |
| Інші машини для переміщення              | 90 000-95 000       |
| Інвентар для занять фізкультурою         | 80 000-85 000       |
| Плити деревоволокнисті                   | 70 000-75 000       |
| Інші (більше 270 типів)                  | 1 500 000-2 000 000 |

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Проаналізуємо товари, які склали найбільшу частку імпорту ТОВ «Епіцентр-К» в 2019 році, а саме цистерни з чорних металів, причепи та напівпричепи, плитка керамічна глазурована, меблі для сидіння, машини чи обладнання для переміщення, насоси вакуумні, інвентар для занять фізкультурою та плити деревоволокнисті. Так, наприклад, плитка керамічна глазурована 200 000-250 000

тис грн., меблі для сидіння 150 000-200 000 тис. грн., цистерни, баки, ємності з чорних металів для рідини 550 000-600 000 тис. грн., інвентар для занять фізкультурою склав 80 000-85 000 тис. грн..

Таблиця 1.11

### Аналіз товарного кошику ТОВ «Епіцентр-К» в 2020 році., тис. грн..

| Товари                                   | 2020                |
|--|---------------------|
| Цистерни, баки, ємності з чорних металів | 200 000-250 000     |
| Плитка керамічна неглазурована           | 150 000-200 000     |
| Інші готові вироби                       | 150 000-200 000     |
| Посуд                                    | 100 000-150 000     |
| Машини спец призначення                  | 100 000-150 000     |
| Інші вироби з скла                       | 100 000-150 000     |
| Меблі для сидіння                        | 100 000-150 000     |
| Інструменти ручні з двигуном             | 100 000-150 000     |
| Мітли та щітки                           | 100 000-150 000     |
| Плити деревоволокнисті                   | 95 000-100 000      |
| Інші (273 типи)                          | 2 500 000-3 000 000 |

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Проаналізуємо товари, які склали найбільшу частку імпорту ТОВ «Епіцентр-К» в 2020 році, а саме цистерни з чорних металів, плитка керамічна неглазурована, інші готові вироби, як викройка, посуд, машини спеціального призначення, інші вироби з скла, меблі для сидіння, інструменти ручні з електричним та неелектричним двигуном, мітли та щітки та плити деревоволокнисті. Так, наприклад, плитка керамічна неглазурована 150 000-200 000 тис грн., меблі для сидіння 100 000-150 000 тис. грн., цистерни, баки, ємності з чорних металів для рідини 200 000-250 000 тис. грн., мітли та щітки склали 100 000-150 000 тис. грн..

Таблиця 1.12

### Аналіз товарного кошику ТОВ «Епіцентр-К» в 2021 році., тис. грн..

| Категорія товарів                | 2021            |
|----------------------------------|-----------------|
| Плитка керамічна неглазурована   | 250 000-300 000 |
| Інші апарати літальні            | 200 000-250 000 |
| Меблі для сидіння                | 150 000-200 000 |
| Інші вироби з скла               | 150 000-200 000 |
| Інші меблі та їх частини         | 100 000-150 000 |
| Інвентар для занять фізкультурою | 100 000-150 000 |

|                        |                     |
|------------------------|---------------------|
| Мітли та щітки         | 100 000-150 000     |
| Лампи                  | 100 000-150 000     |
| Посуд                  | 100 000-150 000     |
| Інші вироби з пластмас | 100 000-150 000     |
| Інші (282 типи)        | 3 000 000-3 500 000 |

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Проаналізуємо товари, які склали найбільшу частку імпорту ТОВ «Епіцентр-К» в 2021 році, а саме плитка керамічна неглазурована, літальні апарати, меблі для сидіння, інші вироби з скла, інші меблі та їх частини, інвентар для занять фізкультурою, мітли та щітки, лампи, посуд та інші вироби з пластмас. Так, наприклад, плитка керамічна неглазурована 250 000-300 000 тис грн., меблі для сидіння 150 000-200 000 тис. грн., лампи 100 000-150 000 тис. грн., мітли та щітки склали 100 000-150 000 тис. грн..

Інтеграційні процеси мають сформувати додаткові обсяги зовнішньої торгівлі як джерела поповнення бюджету ТОВ «Епіцентр-К» за рахунок продажу товарів, робіт, послуг, а також за рахунок збільшення митних платежів і податкових надходжень від суб'єктів ЗЕД. В цілому за останні 4 років (з 2018 по 2021) обсяги ЗЕД ТОВ «Епіцентр-К» збільшились. Обсяги зовнішньоекономічної діяльності у розрізі основних її складових наведено у табл. 1.13. Загальна сума імпорту у 2020 і 2019 рр. була майже на одному рівні (4 000 000 000грн.). Але починаючи з 2021 року обсяг зовнішньої торгівлі поступово зростає й досягає максимуму у 2021 році – 7 000 000 000грн.

Таблиця 1.13

**Обсяги зовнішньої торгівлі товарами, послугами в ТОВ «Епіцентр-К» за 2018 – 2021 рр..**

| Показник                     | 2018      | 2019      | 2020      | 2021      |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1                            | 2         | 3         | 4         | 5         |
| Обсяг імпортує тис. грн.     | 2 000 000 | 4 000 000 | 4 000 000 | 5 000 000 |
| Дохід від експорту тис. грн. | 5 000 000 | 2 500 000 | 900 000   | 2 000 000 |
| Контрагентів                 | 750       | 800       | 600       | 550       |
| Кількість операцій           | 3 000     | 3 000     | 3 500     | 3 500     |
| Разом обсяг ЗЕД тис. грн.    | 7 000 000 | 6 500 000 | 4 900 000 | 7 000 000 |



Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Обсяг імпорту в 2021 році значно виріс в порівнянні з 2018 роком, так з 2 000 000 тис. грн. до 5 000 000 тис. грн., тобто на 3 000 000 тис. грн.. контрагентів навпаки ж зменшилось на 200 шт. і склало 550 в 2021 році. Так і дохід від експорту знизився на 3 000 000 тис. грн., і склав 2 000 000 тис. грн. в 2021 році. Загалом обсяг імпорту як і в 2018 році склав 7 000 000 тис. грн. в 2021 році, хоча змінювався в проміжні роки.

Графічно динаміка зовнішньої торгівлі ТОВ «Епіцентр-К» за роки (з 2018 до 2021) наведено на рис. 1.11

Основна частина зовнішньої торгівлі ТОВ «Епіцентр-К» складається з операцій спрямованих на імпорт та експорт товарів, можемо побачити це на рисунку наденому вище.

Питома вага імпорту товарів у загальній сумі зовнішньоекономічної діяльності України варіюється від 28,5% у 2018 р. до 71,4% у 2021 р. Питома вага експорту товарів виросла від 18,3% у 2020 р. до 28,5% у 2021р.. Бачимо щорічне зростання відсотку питомої ваги імпорту та у загальній сумі зовнішньої торгівлі України.

Доцільним буде виявити реальні проблеми, з якими ТОВ «Епіцентр-К» стикається під час зовнішньоекономічної діяльності.

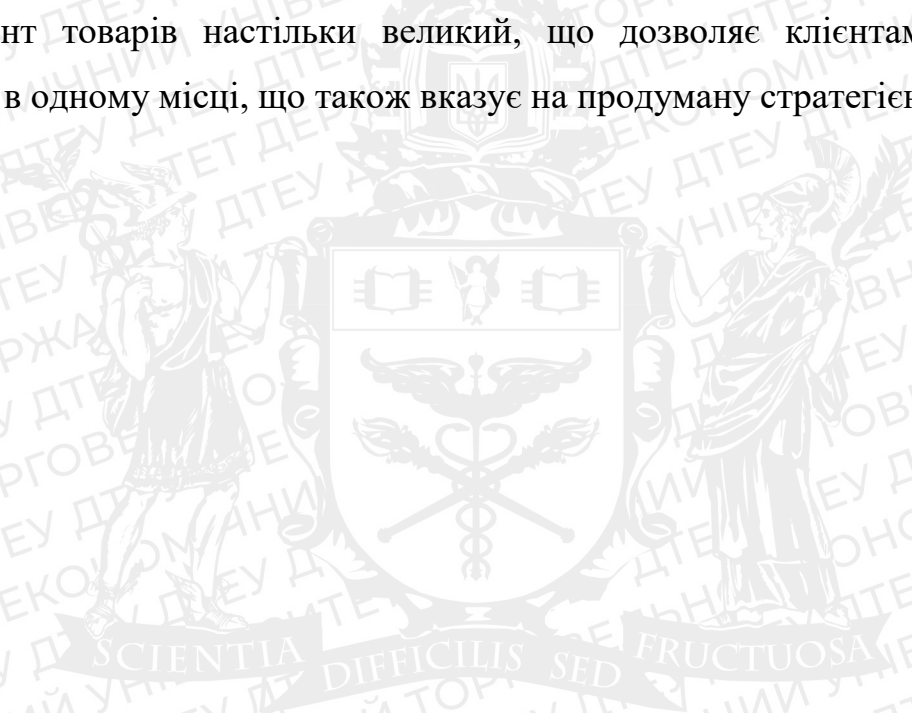
1. збільшення сировини, яку ввезли для продукції;
2. через велику відстань імпортуючого підприємства, виникають великі витрати на ввезення потрібної сировини;
3. зменшення виробничих потужностей, чи взагалі втрата на окупованих територіях та територіях з військовими діями та політичними конфліктами.
4. затримка та порушення термінів поставки у виробничій системі

Підприємство, як суб'єкт ЗЕД дещо обтяжує велика кількість дозвільних документів для експорту/імпорту, такі як проблеми з замитненням / розмитненням через перевірки контролюючих органів (а саме – Держспроживслужби України).

Серед найчастіших проблем зовнішньої торгівлі – контрабанда на митниці.

Останні роки великою проблемою для зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Епіцентр-К» є воєнний стан країни.

Встановлено, що діяльність підприємства ТОВ «Епіцентр-К» ефективна та прибуткова, та має великі темпи зростання. Стратегія організації постачання продумана. Гіпермаркет ТОВ «Епіцентр-К» надає різноманітні послуги клієнтам, такі як: надання допомоги, створення сприятливого середовища для придбання товарів та безпосередньо продаж різноманітних товарів. Також важливо, що асортимент товарів настільки великий, що дозволяє клієнтам придбати все бажане в одному місці, що також вказує на продуману стратегією підприємства.



## РОЗДІЛ 2

### ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ТЕКСТИЛЮ ДЛЯ ДОМУ «ЕПІЦЕНТР-К»

#### 2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку текстилю для дому

Етапи розвитку ринку текстилю для дому:

Ранні етапи: У давні часи текстиль для дому виготовлявся в основному вручну, використовуючи натуральні матеріали, такі як льон, бавовна, шовк та вовна. Процес виробництва був виснажливим та зтяжним.

Промислова революція: В середині 18-го століття почався етап промислової революції, коли текстильна промисловість почала застосовувати механічні та парові машини. Це призвело до зростання продуктивності та зниження вартості виробництва текстилю.

Масове виробництво: У 19-му столітті текстильна промисловість розвинулася настільки, що масове виробництво стало можливим. Були створені фабрики, де великі кількості текстилю для дому виготовлялися на підприємствах з використанням новітніх технологій.

Технологічний прогрес: У 20-му столітті текстильна промисловість продовжувала розвиватися завдяки новим технологіям. Винайдення синтетичних волокон, таких як поліестер, нейлон та акрил, сприяло розширенню асортименту і покращенню якості текстилю для дому.

Сучасний стан: Сьогодні ринок текстилю для дому є дуже розмаїтим і конкурентним. Виробники пропонують широкий спектр товарів, таких як постільна білизна, рушники, штори, килими, декоративні подушки та інші предмети для декорування дому. Крім того, на ринку є багато варіантів матеріалів, від натуральних (бавовна, льон, шовк) до синтетичних (поліестер, нейлон, акрил) і змішаних матеріалів. Важливим трендом в сучасному текстильному ринку є також екологічна свідомість і зростання популярності екологічних та органічних

матеріалів, які виробляються без використання шкідливих хімікатів та з урахуванням сталого виробництва.

Також, важливим елементом сучасного ринку текстилю для дому є сталий розвиток. Зростає свідомість споживачів про вплив текстильної промисловості на навколишнє середовище, і тому з'являються більше екологічно-орієнтовані бренди та виробники. Вони активно застосовують екологічно чисті матеріали, використовують енергоефективні технології та займаються вдосконаленням управління відходами.

Щодо лідерів експорту, імпорту текстильних виробів, найбільші країни-експортери імпортери текстилю для дому включають Китай, Індію, США, Германію, Туреччину та Бангладеш. Ці країни мають великі текстильні промисловості і забезпечують значну частку світового експорту, імпорту текстильних виробів.

Світовий обсяг імпорту та експорту за останні 5 років, наведено в таблицях 2.1-2.5.

Таблиця 2.1

### Світовий імпорт/експорт текстилю за 2017 рік

| Країна    | Текстиль для дому      |                      |                        |                      |
|-----------|------------------------|----------------------|------------------------|----------------------|
|           | Імпорт                 |                      | Експорт                |                      |
|           | 2017                   |                      |                        |                      |
|           | Частка в світі (\$), % | Вартість (долл. США) | Частка в світі (\$), % | Вартість (долл. США) |
| США       | 15%                    | 500 млн              | 10%                    | 400 млн              |
| Німеччина | 8%                     | 300 млн              | 12%                    | 450 млн              |
| Китай     | 20%                    | 700 млн              | 25%                    | 900 млн              |
| Італія    | 10%                    | 400 млн              | 8%                     | 300 млн              |

Джерело: побудовано автором на базі даних світової статистики

Висновок : лідерами країнами-імпортерами в 2017 р. були Китай з часткою в світі 20% , США 15 % , Італія 10% ,Німеччина 8% , а лідерами країнами-експортерів були Китай 25 % ,Німеччина 12% ,США 10% , Італія 8 %

Таблиця 2.2

**Світовий імпорт/експорт текстилю за 2018 рік**

| Країна    | Група текстилю для дому     | Імпорт    | Частка в світі (\$), % | Експорт   | Частка в світі (\$), % |
|-----------|-----------------------------|-----------|------------------------|-----------|------------------------|
| США       | Рушники та скатертини       | \$400 млн | 5%                     | \$350 млн | 4%                     |
| Німеччина | Покривала та ковдри         | \$300 млн | 4%                     | \$400 млн | 5%                     |
| Китай     | Скатертини та на матрацники | \$600 млн | 8%                     | \$700 млн | 10%                    |
| Італія    | Штори та завіски            | \$350 млн | 4%                     | \$300 млн | 4%                     |

Джерело: побудовано автором на базі даних світової статистики

Висновок : лідерами країнами-імпортерами в 2018 р. були Китай з часткою в світі 8% , США 5% , Італія , Німеччина 4% , а лідерами країнами-експортерів були Китай 10% , Німеччина 5% , США , Італія 4%

Таблиця 2.3

**Світовий імпорт/експорт текстилю за 2019 рік**

| Країна    | Група текстилю для дому     | Імпорт    | Частка в світі (\$), % | Експорт   | Частка в світі (\$), % |
|-----------|-----------------------------|-----------|------------------------|-----------|------------------------|
| США       | Рушники та скатертини       | \$450 млн | 6%                     | \$400 млн | 5%                     |
| Німеччина | Покривала та ковдри         | \$350 млн | 4%                     | \$450 млн | 5%                     |
| Китай     | Скатертини та на матрацники | \$650 млн | 9%                     | \$750 млн | 11%                    |
| Італія    | Штори та завіски            | \$400 млн | 4%                     | \$350 млн | 4%                     |

Джерело: побудовано автором на базі даних світової статистики

Висновок : лідерами країнами-імпортерами в 2019 р. були Китай з часткою в світі 6% , США 9% , Німеччина , Італія 4% , а лідерами країнами-експортерів були Китай 11% , Німеччина , США 5% , Італія 4%

За даними World Trade Organization, обсяги світового експорту / імпорту текстильних виробів (код підгрупи 63) за останні 5 років були наступними: 2018 рік: експорт - \$305 млрд, імпорт - \$321 млрд; 2019 рік: експорт - \$296 млрд, імпорт -

\$307 млрд; 2020 рік: експорт - \$285 млрд, імпорт - \$297 млрд; 2021 рік: експорт - \$276 млрд, імпорт - \$289 млрд; 2022 рік: експорт - \$266 млрд, імпорт - \$277 млрд.

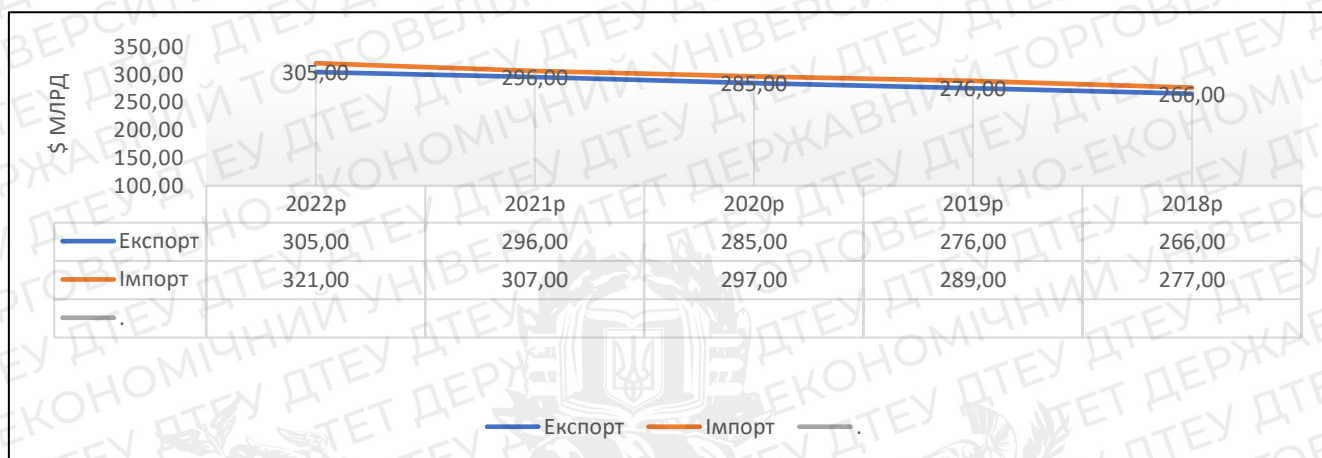


Рис.2.1. Обсяги світового експорту / імпорту текстильних виробів за 2018-2022 років

Джерело: побудовано автором

На рисунку 2.1. схематично зображені зміни обсягів світового експорту/ імпорту текстильних виробів за останні 5 років, як свідчать дані, з 2018 р по 2022 р обсяги експорту зросли на 12,79%, обсяги імпорту зросли на 13,71%.

На основі даних з 2021 року і попередніх років, ось декілька світових трендів домашнього текстилю для дому: Екологічні матеріали: Зростає популярність використання екологічно чистих матеріалів у виробництві домашнього текстилю. Це можуть бути органічні бавовна, конопля, льон, бамбук та інші природні волокна. Споживачі стають більш свідомими і шукають вироби, які менше негативно впливають на довкілля. Геометричні та графічні візерунки: Модними є текстильні вироби з виразними геометричними та графічними візерунками. Абстрактні лінії, геометричні фігури та геометричні мотиви стають популярними в дизайні подушок, ковдр, килимків та інших текстильних виробів. Мінімалістичний дизайн: Мінімалістичний стиль продовжує бути в тренді. Прості та чисті лінії, нейтральні кольори та простота форм стають популярними серед споживачів. Текстильні вироби в мінімалістичному стилі додають простору та спокою в інтер'єрі. Кольорові акценти: Використання яскравих кольорів або кольорових акцентів на темному або нейтральному фоні є популярним трендом.

Таблиця 2.4

### Ринки з найбільшим потенціалом для світового імпорту товарної підпозиції

| Товарна позиція | Опис   | Потенціал для експорту |
|-----------------|--|------------------------|
| 6302            | Постільна білизна<br>(простирадла, наволочки,<br>тощо) | Високий -70%           |
| 6303            | Штори та занавіски                                     | Середній - 35%         |
| 6304            | Рушники та схожі вироби                                | Середній- 50%          |
| 6305            | Хустки, шали та подібні<br>вироби                      | Середній- 40%          |
| 6309            | Ліжкові, столові та<br>кухонні рушники                 | Середній- 45%          |

Джерело: побудовано автором

Загалом, висновок полягає в тому, що всі розглянуті категорії товарів мають певний потенціал для імпорту, проте рівень цього потенціалу варіюється.

Постільна білизна (товарна позиція 6302) має найвищий потенціал, а товарна позиція 6303, 6304, 6305 і 6309 мають середній рівень потенціалу для експорту. Виробники цих товарів можуть розглядати можливості розширення свого бізнесу на зовнішніх ринках та залучення нових клієнтів.

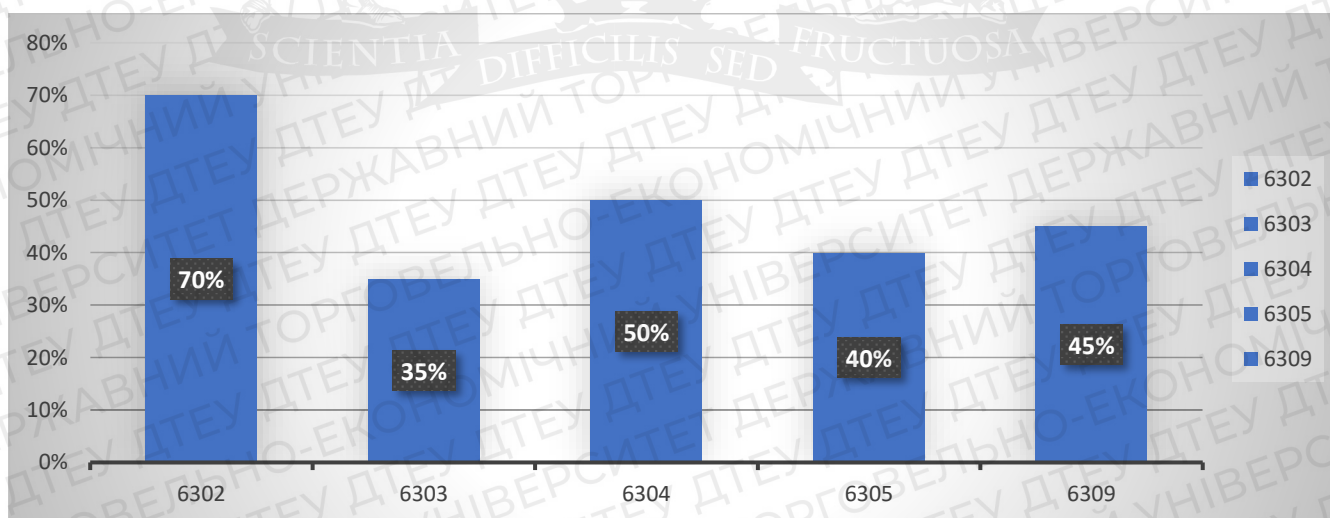


Рисунок 2.2. Ринки з найбільшим потенціалом для світового експорту товарної підпозиції

Джерело: побудовано автором

Загальний висновок щодо потенціалу для світового експорту товарної підпозиції на основі наданих даних такий:

Товарна група 6302 (постільна білизна) має високий потенціал для експорту, оцінений на 70%. Товарна група 6303 (штори та занавіски) має середній потенціал для експорту, оцінений на 35%. Товарна група 6304 (рушники та схожі вироби) має середній потенціал для експорту, оцінений на 50%. Товарна група 6305 (хустки, шали та подібні вироби) має середній потенціал для експорту, оцінений на 40%. Товарна група 6309 (ліжкові, столові та кухонні рушники) також має середній потенціал для експорту, оцінений на 45%.

Таблиця 2.5

### Орієнтовні витрати на придбання текстилю

| Товар              | Ціни   | Опис  |
|--------------------|--|---|
| Бавовна            | Ціна за метр може коливатися від \$5 до \$20, залежно від якості та виду бавовни (органічна, шерстиста, вишивана тощо) | Бавовняна тканина є популярним вибором для одягу, постільної білизни та домашнього текстилю   |
| Льон               | Вартість льону зазвичай становить від \$10 до \$30 за метр, в залежності від якості тканини та її щільності.           | Льон - це натуральна рослинна тканина, яка часто використовується для пошиття одягу та предметів домашнього декору.   |
| Шовк               | Вартість за метр може починатися від \$20 і досягати сотень доларів.   | Шовк - елегантна і розкішна тканина, яка часто використовується для вечірніх суконь, шалей та аксесуарів. Вартість шовку може бути досить високою, залежно від якості та типу шовку (муар, дупіон, шармеус, шовк-сатин тощо). |
| Вовна              | Зазвичай ціни за метр варіюються від \$10 до \$50.   | Вовняні тканини часто використовуються для зимового одягу, ковдр та інших виробів. Вартість вовни залежить від якості тканини та типу вовни (мериносова, альпака, кашемір)  |
| Синтетичні тканини | Вони можуть бути більш доступними за ціною, зазвичай від \$3 до \$15 за метр, залежно від якості та виду тканини.      | Поліестер, нейлон, акрил та інші синтетичні матеріали широко використовуються у текстильній промисловості.  |

Джерело: побудовано автором

На основі загальних орієнтовних цін на текстиль, наведених вище, можна зробити наступний висновок: витрати на придбання текстилю значно залежать від типу тканини. Натуральні матеріали, такі як бавовна, льон та шовк, можуть бути дорожчими, особливо якщо йдеться про високоякісні або ексклюзивні варіанти.



Синтетичні тканини, зазвичай, є більш доступними за ціною. Якість і щільність текстилю також впливають на ціну. Високоякісні та ексклюзивні тканини будуть коштувати більше, оскільки вони можуть мати особливі властивості, дизайни або бути виготовлені з розкішних матеріалів. Торгові марки та бренди також можуть вплинути на ціну текстилю. Деякі відомі бренди можуть мати вищу цінову політику через свою репутацію та визнаність у галузі. Орієнтовні ціни, наведені вище, є загальними і можуть змінюватися залежно від країни, регіону та постачальника.



## 2.2. Оцінка перспектив імпорту текстилю для дому ТОВ «Епіцентр-К»

Дослідження обсягів світового імпорту та експорту стосовно України текстилю за останні 5 років наведено в таблиці 2.6

Таблиця 2.6

### Обсяг імпорту та експорту текстилю 2017-2021рр.

| Товари та товарні групи   | Торговий потік | Показник           | 2017      | 2018      | 2019      | 2020      | 2021      |
|---|----------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Текстиль для дому(Рушники та скатертини Покривала та ковдри Скатертин та на матрацики Штори та завіски) | Імпорт         | Зміна вартості, %  | 5%        | 8%        | -3 %      | 12 %      | 15%       |
|   |                | Вартість ,дол. США | 262,500\$ | 254,625\$ | 285,150\$ | 327,417\$ | 412,324\$ |
|   | Експорт        | Зміна вартості, %  | 10%       | 15%       | 8%        | 20%       | 18%       |
|   |                | Вартість ,дол. США | 242,000\$ | 261,120\$ | 313,344\$ | 369,530\$ | 402,245\$ |

Джерело: побудовано автором на основі даних світової економіки

Імпорт текстилю для дому: загальний обсяг імпорту текстилю для дому зріс з 262,500 доларів США у 2017 році до 412,324 доларів США у 2021 році. Загалом спостерігалася тенденція зростання імпорту текстилю для дому протягом усього періоду. Зміна вартості імпорту текстилю для дому коливалася з року в рік. Відбувалися як позитивні, так і негативні зміни вартості. Найбільш значна зміна вартості була зафіксована у 2021 році зі зростанням на 15% порівняно з попереднім роком.

Експорт текстилю для дому: загальний обсяг експорту текстилю для дому також збільшився протягом періоду, з 242,000 доларів США у 2017 році до 402,245 доларів США у 2021 році. Слід зазначити, що експорт також зріс, але не так швидко, як імпорт. Зміна вартості експорту текстилю для дому також була коливальною. Найбільше зростання вартості було виявлено у 2020 році зі збільшенням на 20%.

Таблиця 2.7

**Імпорт та експорт текстилю в Україні за 2017-2021рр.**

| Країна  | Показник |                        | 2017      | 2018      | 2019      | 2020      | 2021      | Відхилення<br>(долл. США) |           |
|---------|----------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------------------|-----------|
|         |          |                        |           |           |           |           |           | 2021/2017                 | 2021/2020 |
| Україна | Імпорт   | Питома вага світі, % у | 15%       | 18%       | 20%       | 17%       | 16%       | 3%                        | -1%       |
|         |          | Вартість (долл. США)   | 100,000\$ | 500,000\$ | 600,000\$ | 550,000\$ | 650,000\$ |                           |           |
| Україна | Експорт  | Питома вага світі, % у | 10%       | 12%       | 15%       | 13%       | 11%       | 2%                        | 2%        |
|         |          | Вартість (долл. США)   | 400,000\$ | 450,000\$ | 500,000\$ | 480,000\$ | 440,000\$ |                           |           |

Джерело: побудовано автором за даними статистики

За наведеними даними можна зробити наступні висновки: Україна збільшила свою питому вагу на світовому ринку імпорту з 15% у 2017 році до 16% у 2021 році. Це свідчить про зростання обсягів імпорту товарів з України в інші країни.

За вказаний період вартість імпорту зросла з 100 000 доларів США в 2017 році до 650 000 доларів США в 2021 році. Це свідчить про значне зростання обсягів імпорту товарів в Україну. Питома вага України на світовому ринку експорту також зростала, але в меншій мірі, з 10% у 2017 році до 11% у 2021 році. Це може вказувати на конкуренційні труднощі або обмеження в експорті товарів з України.

За вказаний період вартість експорту знизилася з 400 000 доларів США в 2017 році до 440 000 доларів США в 2021 році. Це може свідчити про скорочення обсягів експорту товарів з України. Відхилення між показниками 2021 року та 2017 року показує, що імпорт збільшився в 6,5 раза, тоді як експорт знизився на 0,9 раза. Це може вказувати на нерівномірний розвиток зовнішньоекономічних зв'язків України.

Цільова аудиторія: Велика частина клієнтів будівельних гіпермаркетів - люди з хорошим достатком і високою споживчою активністю, які готові

поліпшувати свої житлові умови. Це означає, що вони мають додаткові ресурси і зацікавлені в придбанні будівельних матеріалів та інструментів для ремонту. Транспортний засіб: 80% покупців приїжджають на своєму авто. Це вказує на можливість цільової реклами, яка спрямована на автовласників, такі як реклама на білбордах біля доріг, рекламні плакати на автозаправних станціях або автомобільні рекламні плівки. Середній чек: Середній чек становить 650 грн. Це означає, що клієнти готові витратити певну суму грошей на покупку товарів для поліпшення своїх житлових умов. Це створює можливості для реклами продуктів з більш високими цінами або преміальної якості. Витратна частина: Витратна частина на візуальну та аудіо рекламу в будівельних гіпермаркетах (Епіцентр-К і Нова Лінія) є доступною і складає лише вартість одного білборда в центрі міста або одного виходу на протязі місяця на одній радіостанції. Це означає, що рекламні можливості у великих будівельних гіпермаркетах мають потенціал привернути увагу значної кількості клієнтів за помірні витрати. Загалом, враховуючи характеристики цільової аудиторії та доступні рекламні можливості, можна зробити висновок, що інвестування в рекламу в будівельних гіпермаркетах, зосереджуючись на візуальних та аудіо форматах, може бути ефективним способом залучення клієнтів з високим достатком, які зацікавлені в покупках для покращення своїх житлових умов.

Основні аспекти тарифного та нетарифного регулювання імпорту товару в Україну:

Торгові засоби правового захисту

- Для продукту 6302510000 Інша столова білизна з бавовни, крім трикотажного або ручного в'язання
- Експортовано з України до Єгипту
- Джерело: ІТС (Карта доступу до ринку).

| Tariff regime ①        | Applied Tariff ① | AVE ①  | Note |
|------------------------|------------------|--------|------|
| MFN duties (Applied) ② | 35.00%           | 35.00% |      |

### Рисунок 2.3. Митні тарифи

Джерело: побудовано автором

Торгові засоби правового захисту для продукту 6302510000 Інша столова білизна з бавовни, крім трикотажного або ручного в'язання

Експортовано з України до Єгипту

Джерело: ІТС (Карта доступу до ринку).

Нормативні вимоги для продукту 6302510000 Інша столова білизна з бавовни, крім трикотажного або ручного в'язання

- Експортовано з України до Єгипту
- Редакція HS: HS Rev.2017
- Класифікація: NTM rev. 2019
- Рік НТМ: 2022
- Джерело: ІТС (Карта доступу до ринку)

| Import requirements applied to this product               | Total measures 14 ^ |
|---|---------------------|
| A84 - Inspection requirement ①                            | 2 ▼                 |
| B31 - Labelling requirements ①                            | 3 ▼                 |
| B7 - Product quality, safety or performance requirement ① | 3 ▼                 |
| B84 - Inspection requirement ①                            | 2 ▼                 |
| M11 - To national suppliers ①                             | 3 ▼                 |
| M52 - Registration (supplier registration system) ①       | 1 ▼                 |

### Рисунок 2.4. Вимоги до імпорту, які застосовуються до цього продукту

Джерело: побудовано автором

Перелік ринків постачання товару, імпортованого Україною у 2022 році

Продукт: 6302 Білизна постільна, столова, туалетна та кухонна з усіх видів текстильних матеріалів

Імпорт України становить 0,2% світового імпорту цього продукту, її рейтинг у світовому імпорті займає 54 місце.

Середня відстань країн-постачальників становить 4103 км, а концентрація ринку 0,25

| Двостороння торгівля на 4-х цифрах | Експортери   | Вартість імпорту в 2022 році (тис. дол. США) ↑ | Торговельний баланс 2022 (тис. дол. США) ↓ | Частка в імпорті України (%) ↓ | Кількість імпортованих у 2022 році | Одиниця кількості | Вартість одиниці (USD/одиниця) ↓ | Зростання вартості імпорту між 2018-2022 роками (% річних) ↓ | Зростання кількості імпорту в 2018-2022 роках (% річних) ↓ | Зростання вартості імпорту між 2021-2022 роками (% річних) ↓ | Рейтинг країн-партнерів у світовому експорті ↓ | Частка країн-партнерів у світовому експорті (%) ↓ | Зростання загального обсягу експорту у вартісному вираженні країн-партнерів у 2018-2022 роках (% річних) ↓ | Середня відстань між країнами-партнерами та всіма їхніми ринками-імпортерами (км) ↓ | Концентрація всіх країн-імпортерів країн-партнерів ↓ | Середній тариф (розрахунковий) що застосовується в Україні (%) ↓ |
|------------------------------------|--------------|--|--|--------------------------------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|--|--|--|--|---|--|---|--|--|
|                                    | світ         | 34 786   | -28 371                                    | 100                            | 6.647                              | тонн              | 5.233                            | 1  | -4   | -43  |  | 100   | 5  |   |  |  |
| □                                  | Китай        | 13.316   | -13 315                                    | 38.3                           | 3.184                              | тонн              | 4.182                            | 0  | -7   | -55  | 1  | 36.8  | 5  | 7.535   | 0.11   | 11.6   |
| □                                  | Туреччина    | 9.023  | -9 023                                     | 25.9                           | 1.567                              | тонн              | 5.758                            | 4  | -2   | -42  | 4  | 5.2   | 4  | 3.668   | 0.1  | 11.6   |
| □                                  | Узбекистан   | 4.527  | -4 527                                     | 13                             | 755                                | тонн              | 5.996                            | 22   | 21   | -20  | 20   | 0.5   | 45   | 1.979   | 0.48   | 0  |
| □                                  | Пакистан     | 3.998  | -3 998                                     | 11.5                           | 586                                | тонн              | 6.823                            | 19   | 15   | -6   | 2  | 18.5  | 9  | 7.923   | 0.12   | 11.6   |
| □                                  | Індія        | 1.928  | -1 928                                     | 5.5                            | 300                                | тонн              | 6.427                            | 0  | -2   | -11  | 3  | 13.8  | 6  | 11.367  | 0.42   | 11.6   |
| □                                  | Бангладеш    | 679  | -679                                       | 2                              | 88                                 | тонн              | 7.716                            | 27   | 14   | -17  | 6  | 2.8   | 7  | 8.565   | 0.09   | 11.6   |
| □                                  | Туркменістан | 459  | -459                                       | 1.3                            | 78                                 | тонн              | 5.885                            | -6   | -7   | -63  | 61   | 0.03  | 1  | 3.238   | 0.26   | 0  |
| □                                  | Польща       | 216  | 13   | 0.6                            | 24                                 | тонн              | 9000                             | 12   | 5  | 17   | 11   | 1.3   | 9  | 740   | 0.32   | 0  |
| □                                  | Португалія   | 121  | -121                                       | 0.3                            | 4                                  | тонн              | 30 250                           | -25  | -34  | -72  | 7  | 2.5   | 2  | 3.194   | 0.12   | 0  |
| □                                  | Болгарія     | 109  | -93  | 0.3                            | 9                                  | тонн              | 12.111                           | -4   | -11  | 76   | 30   | 0.2   | 22   | 932   | 0.13   | 0  |
| □                                  | Німеччина    | 95   | 350  | 0.3                            | 15                                 | тонн              | 6.333                            | 13   | -27  | 17   | 5  | 3   | 3  | 912   | 0.08   | 0  |
| □                                  | Італія       | 62   | -60  | 0.2                            | 9                                  | тонн              | 6.889                            | -8   | -4   | -67  | 13   | 1.1   | 3  | 3.608   | 0.12   | 0  |
| □                                  | Іспанія      | 51   | -2   | 0.1                            | 2                                  | тонн              | 25 500                           | -14  | -19  | -75  | 12   | 1.2   | 0  | 2.398   | 0.11   | 0  |
| □                                  | Білорусь     | 51   | -20  | 0.1                            | 5                                  | тонн              | 10 200                           | -38  | -40  | -90  | 72   | 0.01  | -24  | 2300  | 0.3  | 0  |
|                                    |              |  |  |                                | 51                                 | тонн              | 6600                             | -4   | -1   | 57   | 21   | 0.4   | 6  | 904   | 0.16   | 0  |

Рисунок 2.5. Перелік ринків постачання товару, імпортованого Україною у 2022 році

Джерело: побудовано автором

Таблиця 2.8

### Виявлення місцевих виробників та імпортерів (конкурентів):

| Компанія                       | Тип      | Країна          |
|--------------------------------|----------|-----------------|
| ABC Textiles                   | Виробник | Україна         |
| XYZ Imports                    | Імпортер | Китай           |
| HomeFabrics Inc.               | Виробник | США             |
| Global Textile Trading         | Імпортер | Німеччина       |
| Textile Solutions Ltd.         | Виробник | Велика Британія |
| EuroTex Imports                | Імпортер | Італія          |
| BestHome Textiles              | Виробник | Туреччина       |
| Elite Imports Co.              | Імпортер | Франція         |
| Українська Текстильна Компанія | Виробник | Україна         |
| Текстильний Експрес            | Виробник | Україна         |
| ІмпортТекстилю                 | Імпортер | Україна         |

Джерело: побудовано автором

На основі даної таблиці місцевих виробників та імпортерів текстилю для дому можна зробити наступні висновки: Україна має своїх місцевих виробників текстилю для дому, такі як ABC Textiles, Українська Текстильна Компанія та Текстильний Експрес. Це свідчить про наявність внутрішнього виробництва і підтримку місцевої текстильної промисловості. Імпорт текстилю для дому також є важливим на ринку. Компанії, які є імпортерами, такі як XYZ Imports, Global Textile Trading, EuroTex Imports та Elite Imports Co., вносять зовнішні товари на ринок України. Це свідчить про популярність та попит на імпортований текстиль серед споживачів. Крім України, інші країни, такі як Китай, США, Німеччина, Велика Британія, Туреччина та Франція, також представлені у таблиці. Це означає, що на ринку текстилю для дому в Україні присутні як місцеві, так і зарубіжні конкуренти. Конкуренція між виробниками та імпортерами може сприяти більшому вибору для споживачів та стимулювати розвиток індустрії.

Таблиця 2.9

**Обсяг українського експорту товарної підпозиції текстильні матеріали та текстильні вироби за 2019-2021 роки, тис. дол. США**

| Імпортери | Експортна вартість 2019 | Експортна вартість 2020 | Експортна вартість 2021 | Абс. відхил. 2020/2019 | Абс. відхил. 2021/2020 |
|-----------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|
| Польща    | 759,5                   | 171,4                   | 178,9                   | 588,1                  | 7,5                    |
| США       | 564,4                   | 454,8                   | 247,8                   | 109,6                  | 207                    |
| Німеччина | 658,9                   | 367,3                   | 298,3                   | 291,6                  | 69                     |
| Туреччина | 726,6                   | 654,7                   | 534,8                   | 71,9                   | 119,9                  |

Джерело: побудовано автором

За наданими даними, можна зробити наступні висновки:

У порівнянні з 2019 роком, у 2020 році всі країни відзначили зниження експортної вартості. Абсолютні відхилення показують, що найбільше зниження спостерігається в Польщі (-588.1), тоді як у США (-109.6), Німеччині (-291.6) і

Туреччині (-71.9) відхилення менші. У порівнянні з 2020 роком, у 2021 році більшість країн відзначили позитивне зростання експортної вартості. Абсолютні відхилення показують, що найбільше зростання спостерігається в США (+207) і Туреччині (+119.9), тоді як у Польщі (+7.5) та Німеччині (+69) зростання менш істотне. Загалом, з 2019 по 2021 роки спостерігається зміна експортної вартості в кожній країні. Польща відзначається найбільшим абсолютним відхиленням в обидва роки, що свідчить про значні зміни у її зовнішньоекономічній ситуації. США і Туреччина також демонструють помітні зміни в експортній вартості, як позитивні, так і негативні. Німеччина має менші коливання в порівнянні з іншими країнами.

Аналізу ринку (виробництво, експорт, імпорт, споживання, запаси):

**Виробництво:** Визначення обсягу виробництва текстилю для дому в різних країнах або регіонах. Оцінка тенденцій зростання або спаду виробництва текстилю для дому протягом останніх кількох років. Аналіз основних гравців на ринку виробництва текстилю для дому і їхніх часток ринку.

**Експорт та імпорт:** Оцінка обсягу експорту і імпорту текстилю для дому у різні країни. Виявлення основних країн-експортерів і країн-імпортерів текстилю для дому. Аналіз змін в обсягах експорту та імпорту текстилю для дому протягом останніх років. Встановлення торговельного балансу (різниці між експортом і імпортом) текстилю для дому у різних країнах.

**Споживання:** Визначення рівня споживання текстилю для дому в різних країнах або регіонах. Аналіз тенденцій зміни споживання текстилю для дому протягом останніх років. Виявлення основних факторів, що впливають на споживання текстилю для дому, таких як економічний зріст, демографічні зміни, модні тенденції і т.д.

**Запаси:** Оцінка рівня запасів текстилю для дому у виробництві та роздрібній торгівлі. Аналіз тенденцій зміни запасів текстилю для дому протягом останніх років. Виявлення факторів, що впливають на рівень запасів, таких як сезонність, цінова волатильність, споживчий попит і т.д.



Таблиця 2.10

**Аналіз тенденцій зміни запасів текстилю для дому протягом останніх років**

| Опис   | Китай  | Індія  | США    | Туреччина |
|--|--------|--------|--------|-----------|
| Обсяг виробництва текстилю для дому (у млн. доларів) | 50.000 | 25.000 | 20.000 | 10.000    |
| Обсяг експорту текстилю для дому (у млн. доларів)    | 40.000 | 20.000 | 4.000  | 10.000    |
| Обсяг імпорту текстилю для дому (у млн. доларів)     | -      | -      | 30.000 | -         |
| Рівень споживання текстилю для дому (у млн. доларів) | 60.000 | 30.000 | 40.000 | -         |

Джерело: побудовано автором

Висновок: Китай має найбільший обсяг виробництва текстилю для дому (50 000 млн. доларів), а також значний обсяг експорту (40 000 млн. доларів). Індія також є важливим гравцем на ринку, з обсягом виробництва текстилю для дому в розмірі 25 000 млн. доларів та експортом на рівні 20 000 млн. доларів. Сполучені Штати Америки виробляють текстиль для дому на рівні 20 000 млн. доларів, але їх обсяг експорту становить лише 4 000 млн. доларів. Туреччина має найменший обсяг виробництва (10 000 млн. доларів), але експортує значну частину свого виробництва (10 000 млн. доларів). Всі країни мають високий рівень споживання текстилю для дому, при цьому найвищий рівень споживання відзначається у Китаї (60 000 млн. доларів), за ним йдуть Сполучені Штати Америки (40 000 млн. доларів) та Індія (30 000 млн. доларів).

Таблиця 2.11

**Обсяг імпорту Україною товарної підпозиції текстильні матеріали та текстильні вироби за 2019-2021 роки, тис. дол. США**

| Експортери | Імпортна вартість 2019 | Імпортна вартість 2020 | Імпортна вартість 2021 | Абс. відхилення 2020/2019 | Абс. відхилення 2021/2020 |
|------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Польща     | 275,4                  | 345,5                  | 247,3                  | 70,1                      | -98,2                     |

|           |       |       |       |       |        |
|-----------|-------|-------|-------|-------|--------|
| США       | 185,9 | 368,8 | 239,5 | 182,9 | -129,3 |
| Німеччина | 262,5 | 352,4 | 204,9 | 89,9  | -147,5 |
| Туреччина | 208,2 | 211,8 | 247,3 | 3,6   | 35,5   |

Джерело: побудовано автором

За наданими даними про імпорتنу вартість країн у роках 2019, 2020 і 2021, можна зробити такі висновки:

Польща: У порівнянні з 2019 роком, вартість імпорту у 2020 році зросла на 70,1 одиницю, але у 2021 році вона зменшилася на 98,2 одиниці. Це означає, що після збільшення вартості імпорту в 2020 році, вона знову знизилася у 2021 році. США: За цими даними видно значне збільшення імпортової вартості в США з 185,9 у 2019 році до 368,8 у 2020 році. Проте, у 2021 році вона зменшилася до 239,5. Це означає, що після різкого зростання вартості імпорту в 2020 році, вона зазнала впаду у 2021 році. Німеччина: Видно зростання імпортової вартості з 262,5 у 2019 році до 352,4 у 2020 році, але у 2021 році вона дуже суттєво знизилася до 204,9. Це показує значне зменшення вартості імпорту в Німеччину у 2021 році порівняно з 2020 роком. Туреччина: За цими даними, імпортна вартість Туреччини з 208,2 у 2019 році практично не змінилася в 2020 році (211,8), але зросла до 247,3 у 2021 році. Це означає, що вартість імпорту в Туреччину зростала поступово.

Узагальнюючи, зазначені висновки показують, що імпортна вартість різних країн має свої коливання з року в рік. Деякі країни відзначають збільшення вартості імпорту, тоді як інші спостерігають зниження. Це може бути обумовлено економічними та політичними факторами, які впливають на зовнішню торгівлю країн.

Тенденції розвитку внутрішнього ринку організації текстилю для дому можуть включати наступні аспекти: Зростання попиту на екологічно чисті та сталі товари: Споживачі все більше звертають увагу на екологічні аспекти товарів, включаючи текстиль для дому. Вимоги до використання органічних матеріалів, відновлюваних джерел та екологічних технологій стають все більшими. Організація текстилю для дому може відповісти на цю тенденцію, надаючи екологічно чисті продукти та зосереджуючись на сталому виробництві. Зростання

впливу електронної комерції: З популярністю онлайн-шопінгу зростає важливість мати наявність сильної присутності в інтернеті для організації текстилю для дому. Це може включати створення власного веб-сайту, партнерство з онлайн-роздрібними платформами та активну присутність в соціальних медіа. Організація може використовувати цифровий маркетинг та персоналізовані стратегії, щоб залучити та зберегти клієнтів.

Розвиток нових технологій: Технологічні інновації, такі як "розумний текстиль" з інтегрованими сенсорами та функціональністю, можуть набувати популярності. Наприклад, текстиль, який може регулювати температуру, відволікати від ультрафіолетового випромінювання або мати властивості самоочищення, може знайти широке застосування в сфері текстилю для дому. Організація може інвестувати в дослідження та розвиток таких інновацій, щоб привернути увагу споживачів та збільшити конкурентоспроможність.

Розширення асортименту продукції: Організація текстилю для дому може розширити свій асортимент продукції, пропонуючи нові та унікальні товари, що задовольняють змінювані потреби споживачів. Наприклад, додавання дизайнерських колекцій, продукції з етнічними мотивами або розумного текстилю може привернути нових клієнтів та розширити базу покупців.

Посилення конкуренції: Ринок текстилю для дому стає все більш конкурентним, і організаціям потрібно бути свідомими цього факту. Збільшення якості продукції, вдосконаленням сервісу для клієнтів та постійними інноваціями можна змагатися з іншими гравцями на ринку.

Аналіз ринку текстилю для дому включає в себе дослідження виробництва, експорту, імпорту, споживання та запасів цих товарів.

Виробництво текстилю для дому: виробництво текстилю для дому включає такі товари, як постільна білизна, рушники, покривала, занавіски, штори та інші текстильні вироби, призначені для використання в домашньому середовищі. Одним з основних факторів, що впливають на виробництво текстилю для дому, є попит споживачів на ці товари.

Експорт і імпорт: країни можуть експортувати або імпортувати текстиль для дому в залежності від своєї виробництва та попиту на внутрішньому ринку. Популярні країни-експортери текстилю для дому включають Китай, Індію, Бангладеш, Туреччину та інші країни з розвиненою текстильною промисловістю. Країни-імпортери можуть мати обмежене виробництво або високий попит на ці товари.

Споживання: споживання текстилю для дому залежить від кількох факторів, включаючи економічний стан країни, демографічні зміни, модні тенденції та індивідуальні вподобання споживачів. Наприклад, зростання доходів населення може сприяти збільшенню споживання товарів для дому, включаючи текстиль.

Запаси: розмір запасів текстилю для дому може варіюватися в залежності від попиту та виробництва. Більші запаси можуть бути створені перед піком сезону або для забезпечення неперервного постачання товарів.

Таблиця 2.12

### Нормативні документи

| Назва нормативного документа | Опис  |
|------------------------------|---|
| ДСТУ EN ISO 1833:2018        | Кількісний аналіз змішування текстильних волокон.                       |
| ДСТУ EN ISO 3759:2019        | Маркування складу волокон у текстильних виробах.                        |
| ДСТУ EN ISO 12945-2:2014     | Метод випробування на зносостійкість умовним абразивом.                 |
| ДСТУ EN ISO 3758:2019        | Практичні рекомендації щодо прання та догляду за текстильними виробами. |
| ДСТУ                         | Загальні національні стандарти, пов'язані з постільною білизною         |

Джерело: побудовано автором

За результатами складеної таблиці нормативних документів, які стосуються постільної білизни, можна зробити такий висновок: ДСТУ EN ISO 1833:2018 встановлює методи кількісного аналізу змішування текстильних волокон, що дозволяє перевірити склад тканин, включаючи постільну білизну. ДСТУ EN ISO 3759:2019 надає правила маркування складу волокон на текстильних виробах, що допомагає споживачам отримати інформацію про склад постільної білизни. ДСТУ EN ISO 12945-2:2014 визначає методи випробування на зносостійкість текстильних

виробів за допомогою абразивних матеріалів, що дозволяє оцінити стійкість постільної білизни до зношування. ДСТУ EN ISO 3758:2019 містить практичні рекомендації щодо прання та догляду за текстильними виробами, включаючи постільну білизну, що допомагає зберегти їх якість та зовнішній вигляд протягом тривалого часу. Додатково, загальні національні стандарти (ДСТУ) також можуть мати значення в регулюванні якості постільної білизни, але конкретні вимоги і вказівки вони не містять і зазвичай відносяться до інших аспектів, що не включені безпосередньо в таблицю.

Основні особливості ціноутворення імпорту текстилю для дому включають наступне: вартість сировини: Ціна текстильних матеріалів на світовому ринку може значно впливати на вартість імпортованих товарів для дому. Зміни в цінах на бавовну, льон, шовк та інші сировинні матеріали можуть призвести до коливань у вартості імпортованого текстилю. Торговельні маржі: Під час імпорту текстилю для дому, до вартості товару додаються торговельні маржі купуючого і продавця. Ці маржі враховують витрати на транспортування, зберігання, розмитнення, маркетинг та інші операційні витрати. Валютний курс: Зміни валютного курсу можуть суттєво вплинути на вартість імпортованого текстилю. Якщо валюта країни-експортера зміцнюється порівняно з валютою країни-імпортера, це може знизити вартість імпортованих товарів. Митні збори та імпортні мита: Країни можуть застосовувати митні збори та імпортні мита на імпорт текстилю для дому. Величина цих зборів може значно впливати на кінцеву вартість товарів. Конкуренція: Рівень конкуренції на ринку текстилю для дому може впливати на ціни. Якщо на ринку присутні багато постачальників, це може знизити ціни для споживачів. Податки та регулювання: Податки на продаж, податки на прибуток та інші регуляторні вимоги також можуть вплинути на вартість імпортованого текстилю.

Особливості виробництва, імпорту, споживання та запасів текстилю для дому можуть включати наступне:

Виробництво текстилю для дому: Це охоплює процес створення текстильних виробів, таких як постільна білизна, рушники, штори та інші предмети для

використання у домашньому середовищі. Основні етапи виробництва включають вибір тканини, проектування, крійку, пошиття та закінчення. Імпорт текстилю для дому: Багато країн виробляють текстильні вироби для дому, і імпорт є важливим джерелом для задоволення попиту на ці товари. Країни можуть імпортувати текстильні вироби для дому з інших країн через міжнародну торгівлю.

Товарної структури кошика імпортованих товарів :

Таблиця 2.13

### Товарна структура імпорту ТОВ «Епіцентр-К»

| Товар             | Деталі                         | Виробник          |
|-------------------|--------------------------------|-------------------|
| Постільна білизна | Полотно: бавовна 100%, 200 ТС  | ABC Textile Co.   |
|                   | Розмір: 200x220 см             |                   |
|                   | Дизайн: смужка                 |                   |
| Ковдри            | Матеріал: поліестер            | XYZ Home Products |
|                   | Розмір: 180x200 см             |                   |
|                   | Тепловий режим: середній       |                   |
| Подушки           | Наповнювач: силіконові волокна | DEF Bedding Ltd.  |
|                   | Розмір: 50x70 см               |                   |
| Скатертини        | Матеріал: льон 100%            | GHI Linen Mills   |
|                   | Розмір: 150x250 см             |                   |
|                   | Дизайн: геометричний           |                   |

Джерело: побудовано автором на основі даних про підприємство

За допомогою наданої таблиці товарної структури імпорту ТОВ "Епіцентр-К" для текстилю для дому, можна зробити такі висновки:

**Асортимент:** ТОВ "Епіцентр-К" імпортує різноманітні текстильні товари для дому, такі як постільна білизна, ковдри, подушки та скатертини. Це свідчить про широкий вибір товарів, доступних для покупців. **Матеріали:** У таблиці зазначені різні матеріали, що використовуються в текстильних виробках. Наприклад, постільна білизна може бути виготовлена з 100% бавовни, ковдри - з поліестеру, а скатертини - з льону. Це вказує на різноманітність матеріалів, які пропонує ТОВ "Епіцентр-К", задовольняючи різні вподобання клієнтів. **Деталі:** В таблиці наведені деякі деталі товарів, такі як розмір, дизайн і тепловий режим. Ці деталі можуть бути важливими факторами при виборі текстильних товарів для дому. Наприклад, розмір постільної білизни і ковдр може бути визначальним для покупців, які шукають підходящий розмір для своїх ліжок та лежаків. **Виробники:** У таблиці

також зазначені уявні виробники для кожного товару. Однак, у реальності ТОВ "Епіцентр-К" може співпрацювати з різними виробниками з різних країн, залежно від їх якості та доступності. Важливо знати, що виробники можуть змінюватися з часом, оскільки компанія шукає найкращі пропозиції на ринку.

ТОВ "Епіцентр-К організація текстилю для дому" має широкий асортимент товарів, що включає різні категорії, такі як постільна білизна, рушники, штори та завіска, ковдри та подушки, столові рушники та серветки, килими та килимки, кухонні рушники та аксесуари для кухні, а також інші текстильні вироби для дому. У кожній категорії товарів є різноманітність розмірів, матеріалів, дизайнів та кольорів, що може задовольнити різні потреби та вподобання клієнтів. Компанія пропонує текстильні вироби для різних приміщень і функціональних цілей, включаючи спальні, ванні кімнати, кухні, столи і інші приміщення. Високий рівень варіацій дозволяє клієнтам вибрати товари, які відповідають їхньому стилю, практичним потребам та бюджету. Товарна структура компанії свідчить про її спрямованість на задоволення потреб споживачів в якісних і різноманітних текстильних виробах для дому.

### РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТЕКСТИЛЮ ДЛЯ ДОМУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» З ЄГИПТУ

#### 3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту тов «Епіцентр-К» з єгипту

Відділи постачання, логістики та закупівель – це відділи, які утворюють власний імпортерський апарат ТОВ «Епіцентр-К», та є найбільш підходящим для підприємства, бо компанія має стійкі зв'язки з постачальниками, здійснює закупівлі регулярно у великих розмірах. Підприємство контролює та керує всіма процесами, успішно здійснює оперативне управління.

Щоб зрозуміти повну картину організації здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр-К», розглянемо здійснення імпортерських операцій на момент обрання постачальника нашого товару, проаналізувавши особливості договору, його виконання, зрозуміємо ефективність та вірність організаційних рішень.

На практиці процес укладання контракту фактично складається з трьох етапів:

- подання власної позиції та побажань партнеру;
- вивчення умов партнера;
- пошук компромісу і оформлення його в тексті угоди.

ТОВ «Епіцентр-К» виступає імпортером та бажає укласти контракт на поставку текстилю з Єгипту. Що в нашому випадку є країною-експортером. Це бажання виказане експортеру – є запит. На меті імпортер має отримання конкретних пропозицій, щодо бажаного товару, потім обираються найкращі ( тобто найвигідніші) та вирішуються деякі запитання, стосовно імпорту товару ( якість, кількість, точне найменування). Ціна обговорюється на наступному етапі перемовин, але до підписання контракту.

Укладання контракту відбувається коли після вирішення всіх питань та при згоді обох сторін. Підписання контракту ( зовнішньоекономічного договору) здійснюється, беручи до уваги національні, міжнародні норми, які діють на



територіях країн контракту. Звичайно, сторони контракту, мають бути правоздатними суб'єктами ЗЕД та мати відповідний юридичний статус. В контракті прописуються усі деталі, такі як ціна, метод транспортування, строки доставки, момент переходу у право власності від продавця до покупця. Тільки після укладання зовнішньоекономічного договору розпочинається підготовка до процедури імпорту текстилю у ТОВ «Епіцентр-К».

Після усіх етапів оформлення контракту, ввезення текстилю через митний кордон України, товар переходить у повну власність ТОВ «Епіцентр-К». Варто сказати, що ця група товарів не є пільговою категорією, тому мають сплачуватись податки у повному обсязі. ТОВ «Епіцентр-К» сам вирішує коли почне реалізовувати та постачати даний товар у магазини, але тільки після узгодження усіх вимог країни-експортера та законів України.

Пропонуємо здійснити імпорт текстилю ТОВ «Епіцентр-К» з Єгипту.

Проаналізуємо обсяг імпорту нашого товару з Єгипту за останні п'ять роки: питому вагу, відхилення дані буде наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

### Обсяг імпорту текстилю з Єгипту 2019-2021 рр.

| Показник                             | Вартість (долл. США)   | Питома вага, % |
|--------------------------------------|--|----------------|
| 2017                                 | 77   | 15,05%         |
| 2018                                 | 96,8   | 18,93%         |
| 2019                                 | 113,1  | 22,12%         |
| 2020                                 | 75,2   | 14,71%         |
| 2021                                 | 149,1  | 29,19%         |
| Відхилення (долл. США).<br>2021/2020 | Відхилення (долл. США) 2021/2020 = $(149.1 - 75.2) / 75.2 * 100 \approx 97.96\%$ |                |

Джерело: пораховано автором за даними наведеними в таблицях 2.1-2.5

Графічно частку в світовому імпорті текстилю з Єгипту. за останні 5 років зображено в рисунку 3.1.



Рисунок. 3.1. Обсяг імпорту текстилю з Єгипту

Джерело: побудовано автором

Виходячи з побудованого графіка та таблиці бачимо, що Єгипет зберігається як важливий постачальник текстильних продуктів на світовому ринку, і його роль зростає з року в рік.

Варто зауважити, що ключовими партнерами ТОВ «Епіцентр-К» в напрямку імпорту текстилю з Єгипту є три основні компанії:

1. Нова лінія
2. Audit of Sales
3. Knauf

Умови поставки EXW (Ex Works) згідно зі стандартами Інкотермс означають, що продавець зобов'язується зробити товар доступним покупцеві в своєму власному приміщенні або на іншому визначеному місці (наприклад, завод, склад тощо). Продавець не несе відповідальності за подальший транспорт товару або виконання митних формальностей експорту. Оскільки умови поставки для текстилю з Єгипту, відповідно до умов EXW, продавець зробить товар доступним у своєму текстильному заводі або складі в Єгипті. Продавець надасть вам всю інформацію щодо ваги, розміру та готовності товару для забору.

Відповідно до договірних умов передбачається, що ТОВ «Епіцентр-К» купує в даних компаній текстиль, далі відповідно до діаграми Ганта (рис. 3.2), розглянемо щорічні графіки поставок товару від даних партнерів до України.

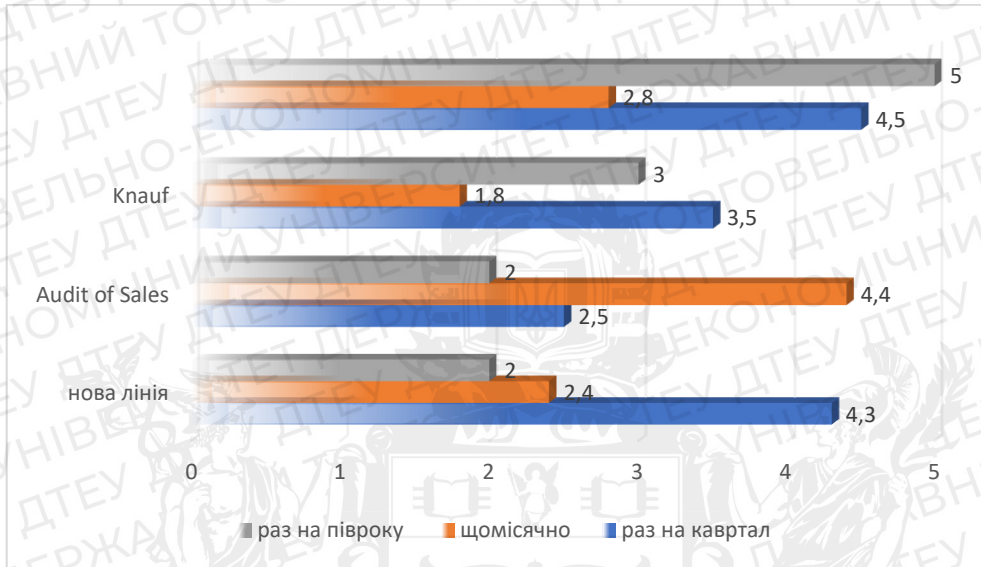


Рисунок. 3.2. Діаграма Ганта

Джерело: побудовано автором

Основуючись на наданій таблиці, наведу конкретні умови поставок для кожної компанії:

Компанія: Нова лінія

Обсяг поставок: Великий

Частота поставок: Раз на квартал

Умови оплати: 30% передоплата, решта після отримання товару

Упаковка: Стандартна картонна упаковка

Транспортування: Морський контейнер

Компанія: Audit of Sales

Обсяг поставок: Середній

Частота поставок: Щомісячно

Умови оплати: 50% передоплата, решта через 30 днів

Упаковка: Пакування палетами

Транспортування: Автомобільна доставка

Компанія: Knauf

Обсяг поставок: Малий

Частота поставок: Раз на півроку

Умови оплати: 100% передоплата

Упаковка: Власна фабрична упаковка

Транспортування: Авіаційна доставка

Способи переміщення текстилю з Єгипту в Україну.

Митна логістика текстилю включає різні способи переміщення вантажів :

Морським транспортом: вантажі можуть бути перевезені морськими контейнеровозами або суднами. Відправка вантажу з Єгипту в Україну може здійснюватися через порти Середземного та Чорного морів. Морське транспортування підходить для великих обсягів вантажів та дозволяє економити на витратах за рахунок економії великих відстаней.

Повітряним транспортом: Для швидкої доставки та невеликих за розмірами вантажів можна скористатися повітряним транспортом. Є прямі авіарейси між кількома містами Єгипту та Україною, які забезпечують швидку та ефективну доставку вантажу. Однак повітряне транспортування зазвичай є дорожчим в порівнянні з іншими видами транспорту.

Залізничним транспортом: Якщо вантажі не термінові, але великі за обсягом, можна використовувати залізничний транспорт. Залізниця з'єднує Єгипет та Україну через різні транскордонні маршрути. Таке транспортування може бути більш економічним порівняно з повітряним та морським.

Автотранспортом: Вантажі також можна перевозити автотранспортом, що здійснює перетин кордону по дорозі. Цей спосіб може бути зручним для доставки вантажів до місця призначення в Україні, якщо вони не вимагають довгих відстаней та не є великими за обсягом.

Вид транспорту визначається залежно від запиту та потреби клієнта. Зазвичай даний товар перевозять морським транспортом з Єгипту в Україну. Це пояснюється деякими факторами:

- Географічне положення: Україна має доступ до Чорного моря, а Єгипет розташований біля Середземного моря. Обидва моря забезпечують важливі транспортні шляхи для морського транспортування. Це робить морський транспорт зручним та доступним способом доставки товарів між цими країнами.
- Обсяг та економічність: Морський транспорт здатний перевозити великі обсяги вантажу, що робить його вигідним для великих поставок. Також, морські перевезення можуть бути економічно вигідними у порівнянні з іншими видами транспорту через економію на витратах на паливо та інші фактори.
- Інфраструктура портів: Чорноморські та Середземноморські порти мають відповідну інфраструктуру для прийому та обслуговування морських суден. Це включає сучасні причали, контейнерні термінали та системи розвантаження. Існуюча інфраструктура сприяє зручності та швидкості обробки вантажів.

Плюси транспортування : глобальний охоплюючий обсяг(транспортування дозволяє переміщувати товари на великі відстані, забезпечуючи глобальний доступ до різних ринків та товарів). Ефективність (різні види транспорту, такі як морський, повітряний, залізничний та автомобільний, мають свої переваги залежно від типу вантажу, відстані та терміновості доставки. Це дозволяє вибрати оптимальний спосіб транспортування для конкретного вантажу). Розвиток торговельних зв'язків (транспортування сприяє розвитку торговельних зв'язків між країнами, створюючи можливості для експорту та імпорту різних товарів). Розширення вибору(маючи доступ до різних видів транспорту, підприємства можуть обирати оптимальний спосіб доставки вантажу залежно від їх потреб, вартості та швидкості). Економічний розвиток(транспортування є важливим фактором для економічного розвитку країн, сприяючи торгівлі, інвестиціям та створенню робочих місць у секторі логістики та транспорту). Доступність товарів(транспортування допомагає забезпечити доступність різних товарів для споживачів, незалежно від їх географічного розташування).

Правильно організована зовнішньоекономічна діяльність – це головна умова в досяженні значних фінансових результатів. Для покращення імпортих операцій потрібно враховувати всі складові цих операцій, правильно аналізувати та

досліджувати окремі фактори впливу, розробити план дій, що задовільнив би підприємство та сприяв отриманню більшого прибутку від здійснення зовнішньоекономічних операцій.

### 3.2. Прогнозна оцінка результативності імпортової поставки з Єгипту

Імпортними операціями, а саме організацією займається відділ збуту, де працюють менеджери зовнішньоекономічної діяльності, вони працюють з оформленням операцій та реалізацією імпорту в ТОВ «Епіцентр-К», транспортний та логістичні відділи також приймають безпосередню участь у цьому процесі. Партії поставки текстилю до гіпермаркету ТОВ «Епіцентр-К» мають пройти деякі уточнення (обсяг партії, строки доставки).

Витрати на здійснення імпортних операцій включають в себе:

- а) вартість товару зазначена в контракті;
- б) логістичні витрати (страхування, транспортні, вантажно-розвантажувальні роботи, складські та експедиторські)
- в) митні збори і податки.

До здійснення операції буде залучено обидві сторони зовнішньоекономічного контракту: покупець компанія "Текстиль Експорт Лтд." та вітчизняне ТОВ «Епіцентр-К», поряд із цим ключову роль в даному контракті відіграватимуть банківські установи – вітчизняний банк Національний банк України та банк Єгипту.

Схематично представимо особливості реалізації запропонованої альтернативної операції з імпорту текстилю ТОВ «Епіцентр-К» (рис. 3.3).

Процедура здійснення операції зовнішньоекономічного контракту між компанією "Текстиль Експорт Лтд." (покупець) та ТОВ «Епіцентр-К» (продавець), залучаючи вітчизняний банк Національний банк України та банк Єгипту Банк Арабської Республіки, може мати наступні етапи:

1 Укладання контракту: Компанія "Текстиль Експорт Лтд." і ТОВ «Епіцентр-К» укладають контракт на постачання текстилю. Угода встановлює умови, терміни поставки, ціну, спосіб оплати та інші деталі.

2 Оповіщення банків: Компанія "Текстиль Експорт Лтд." та ТОВ «Епіцентр-К-К» повідомляють вітчизняний банк (Національний банк України) та банк Єгипту (Банк Арабської Республіки) про укладений контракт та необхідність здійснення операції зовнішньої торгівлі.

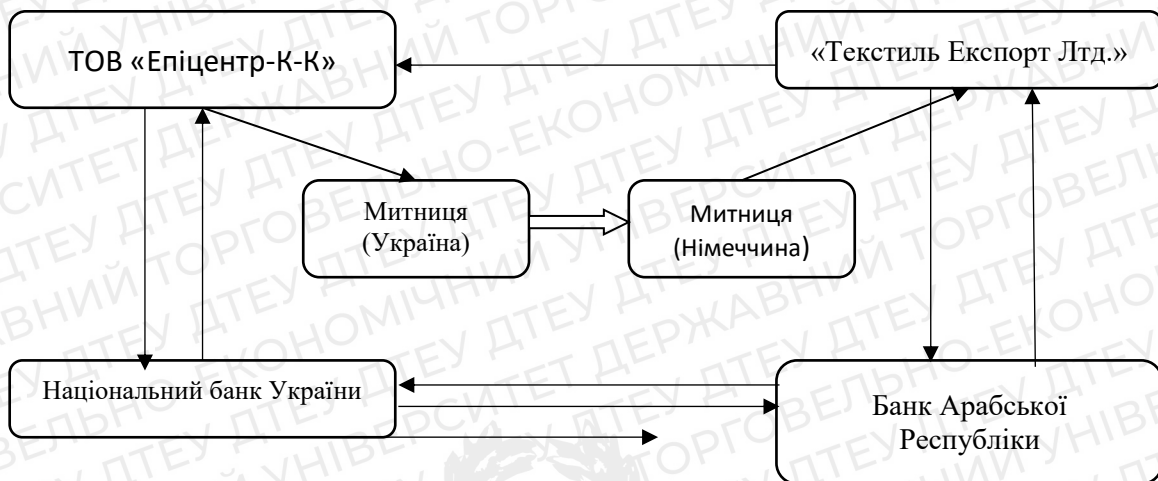
3 Відкриття акредитиву: Компанія "Текстиль Експорт Лтд." звертається до вітчизняного банку (Національний банк України) з проханням відкрити акредитив на користь продавця (ТОВ «Епіцентр-К-К»). Акредитив є гарантією платежу від банку покупця продавцю при виконанні умов контракту.

4 Повідомлення банку-кореспондента: Вітчизняний банк (Національний банк України), який відкрив акредитив, повідомляє банк Єгипту (Банк Арабської Республіки) про укладений контракт та необхідність проведення фінансової операції.

5 Перевірка документів: Після отримання товару продавцем, він представляє відповідні документи банку-кореспонденту (банку Єгипту - Банк Арабської Республіки) для перевірки відповідності умовам акредитиву. Якщо документи відповідають вимогам, банк-кореспондент проводить оплату продавцю.

6 Отримання оплати: Продавець (ТОВ «Епіцентр-К-К») отримує оплату за товар від банку-кореспондента (банку Єгипту - Банк Арабської Республіки).

7 Передача товару: Після отримання оплати, продавець (ТОВ «Епіцентр-К-К») передає товар компанії "Текстиль Експорт Лтд." відповідно до умов контракту.



**Рисунок 3.3. Схематичне зображення імпорту текстилю між підприємствами «Текстиль Експорт Лтд.» (Єгипту) та ТОВ «Епіцентр-К-К» (Україна).**

Джерело: побудовано автором.

Таким чином, запропонований зовнішньоекономічний контракт реалізується у формі постачання текстилю від продавця (ТОВ «Епіцентр-К») до покупця (компанії "Текстиль Експорт Лтд."). За допомогою цього контракту покупець замовляє текстильні товари у продавця, і продавець зобов'язується поставити зазначений товар у визначений термін та згідно з умовами, передбаченими в контракті. етапів, етапність планування дає можливість прослідкувати усіх операції реалізації контракту.

Структуру показників імпорту текстилю різних видів до підприємства за 2 роки наведено в таблиці 3.2

*Таблиця 3.2*

**Структура показників імпорту ТОВ «Епіцентр-К-К»  
в 2020-2021 роках, тис. грн.**

| Назва товару      | 2020 рік (тис. грн.) | Питома вага, % | 2021 рік (тис. грн.) | Питома вага, % |
|-------------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|
| Постільна білизна | 500                  | 25%            | 600                  | 20%            |
| Рушники           | 800                  | 40%            | 900                  | 30%            |
| Занавіски         | 300                  | 15%            | 400                  | 13%            |
| Штори             | 200                  | 10%            | 300                  | 10%            |
| Килими            | 200                  | 10%            | 200                  | 7%             |
| Всього            | 2000                 | 100%           | 3000                 | 100%           |



Джерело: складено автором

Проаналізувавши таблицю вище можна казати, що рушники були найбільшим імпортованим товаром у 2020 та 2021 роках, займаючи відповідно 40% та 30% від загального обсягу імпорту текстилю для дому. Постільна білизна також мала значний внесок у структуру імпорту, складаючи 25% від загального обсягу в 2020 році та 20% в 2021 році. Занавіски, штори та килими представлені меншими частками у структурі імпорту текстилю для дому. Занавіски склали 15% в 2020 році та 13% в 2021 році, штори - 10% в обох роках, а килими - 10% у 2020 році та 7% у 2021 році. Загальний обсяг імпорту текстилю для дому зріс з 2000 тис. грн у 2020 році до 3000 тис. грн у 2021 році.

Завершальним етапом стане дослідження ефективності зовнішньоторговельної операції та порівняння її із базовою імпортною операцією (Єгипет) в таблиці 3.3.

Умови поставки EXW Інкотермс наступні:

1 Місце поставки: Продавець повинен зробити товар доступним покупцю в певному місці, яке зазвичай зазначається у договорі. Це може бути склад або завод продавця або будь-яке інше зазначене місце.

2 Відповідальність продавця: Продавець зобов'язаний підготувати товар для забору покупцем на зазначеному місці. Він також зобов'язаний надати покупцю всі необхідні документи, такі як рахунки-фактури, комерційні рахунки, список товарів і т.д.

3 Відповідальність покупця: Покупець бере на себе всю відповідальність і витрати, пов'язані з транспортуванням товару від місця поставки до пункту призначення. Він повинен організувати транспорт, оформити необхідні документи, забезпечити страхування тощо.

4 Передача ризику: Ризик втрати або пошкодження товару переходить від продавця до покупця в момент передачі товару на початковому місці.

Таблиця 3.3

**Порівняння умов імпорتنних операцій**

| Найменування умови           | Дані, 2022 рік<br>(базова умова) | Дані, 2023 рік<br>(заплановані дані) |
|------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| Найменування товару          | Рушник                           | Рушник                               |
| Країна-імпортер              | Єгипет                           | Україна                              |
| Ціна за 1 рулон              | 10\$                             | 12\$                                 |
| Загальна кількість, рулонів  | 500                              | 800                                  |
| Ставка митного тарифу: повна | 8%                               | 6%                                   |
| Пільгова                     | Немає                            | Немає                                |
| ПДВ                          | 20%                              | 20%                                  |

Джерело: складено автором

Звідси на кожну вкладену в імпорт текстилю гривню підприємство ТОВ «Епіцентр-К» отримає доходу в розмірі 6480 грн за кожну вкладену гривню в імпорт текстилю в 2022 році. грн. доходу, також підприємство ТОВ «Епіцентр-К» отримає доходу в розмірі 12211.2 грн за кожну вкладену гривню в імпорт текстилю в 2023 році.

**ВИСНОВКИ**

Отже, організація імпорту текстилю для дому є важливим етапом у розвитку бізнесу, який дозволяє розширювати асортимент товарів та задовольняти споживчий попит. Для успішного імпорту текстилю для дому необхідно досліджувати та аналізувати ринок, встановлювати оптимальні умови поставок, співпрацювати з митними органами та дотримуватися митних правил та процедур.

ТОВ "Епіцентр-К" є однією з компаній, яка активно займається імпортом текстилю для дому та розвиває свою діяльність та асортимент товарів. Відповідно до міжнародних стандартів та правил, компанія повинна дотримуватися митних правил та процедур при імпорті товарів.

Організація імпорту текстилю для дому є складним та багатоетапним процесом, який вимагає великої уваги до деталей та високого рівня організації. Проте, при правильному підході, він може стати важливим елементом успіху бізнесу та додати нових можливостей для розвитку.

основі дослідження теми "Організація імпорту текстилю для дому ТОВ Епіцентр-К" можна зробити наступні висновки:

Імпорт текстилю для дому є важливою частиною бізнесу, оскільки дозволяє розширювати асортимент товарів та задовольняти споживчий попит.

При організації імпорту текстилю для дому необхідно дотримуватися митних правил та процедур, які можуть бути складними та вимагати великої уваги до деталей.

Для успішного імпорту текстилю для дому необхідно проводити аналіз ринку та встановлювати оптимальні умови поставок, співпрацювати з митними органами та дотримуватися вимог міжнародних стандартів та правил.

ТОВ "Епіцентр-К" є успішною компанією, яка активно займається імпортом текстилю для дому та розвиває свою діяльність та асортимент товарів.

Організація імпорту текстилю для дому є складним та багатоетапним процесом, який вимагає великої уваги до деталей та високого рівня організації. Проте, при правильному підході, він може стати важливим елементом успіху бізнесу та додати нових можливостей для розвитку.

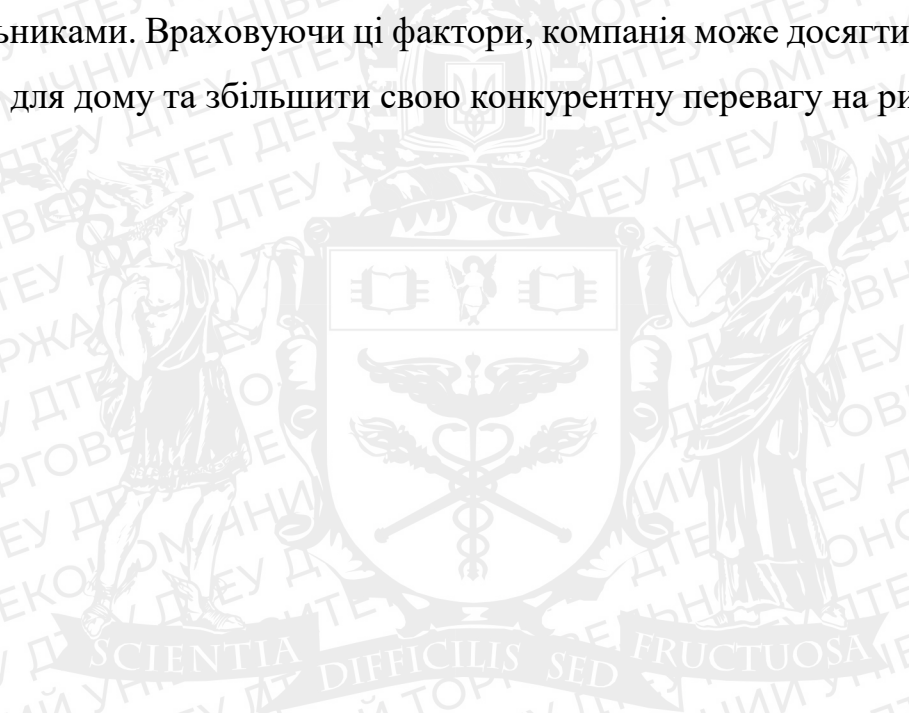
Таким чином, важливо мати чіткий та системний підхід до організації імпорту текстилю для дому, який включає в себе аналіз ринку, встановлення оптимальних умов поставок, співпрацю з митними органами та дотримання митних правил та процедур. Успішний імпорт текстилю для дому може стати важливим елементом успіху бізнесу та додати нових можливостей для розвитку.

Задля успішного імпорту текстилю для дому, ТОВ "Епіцентр-К" повинно враховувати різноманітні фактори, такі як митні обмеження, тарифи, валютні коливання та ризики. Також важливо визначити потреби клієнтів та аналізувати тенденції ринку, щоб добре розуміти те, що споживачі шукають у текстильних виробках.

Крім того, організація якісного контролю над імпортованими товарами є дуже важливою складовою успіху бізнесу. Якість текстилю має відповідати вимогам і стандартам, що можуть бути різними в різних країнах. Це важливо не тільки для забезпечення задоволення клієнтів, але й для забезпечення довгострокових партнерських відносин з постачальниками.

Нарешті, організація імпорту текстилю для дому повинна допомогти покращити життя споживачів, пропонуючи їм високоякісний та стильний текстиль за доступними цінами. Якщо компанія може досягти цих цілей, то вона може розширити свої ринки та збільшити свою конкурентну перевагу.

Отже, успішний імпорт текстилю для дому - це результат ретельного планування, аналізу ринку, визначення потреб клієнтів, дотримання митних правил та процедур, якісного контролю та встановлення партнерських відносин з постачальниками. Враховуючи ці фактори, компанія може досягти успіху в імпорті текстилю для дому та збільшити свою конкурентну перевагу на ринку.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ЕПІЦЕНТР-К»: бухгалтерська звітність і фінансовий аналіз за 2020 р.// [https://zvitnist.com/32490244\\_TOVARYSTVO\\_Z\\_OBMEZHENOU\\_VDPOVDALNSTU\\_EPICENTR\\_K#analys](https://zvitnist.com/32490244_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDPOVDALNSTU_EPICENTR_K#analys)
2. Alibaba - <https://www.alibaba.com/>
3. Export.gov - <https://www.export.gov/welcome>
4. Галик І.С. Екологічна безпека та біостійкість текстильних матеріалів/ Галик І.С., Концевич О.Б., Семак Б.Д. – Львів. : Видавництво ЛКА, 2006. – 232 с.
5. Дані дохідності альтернативних інструментів - URL: [https://bank.gov.ua/files/4-Financial\\_markets.xlsx](https://bank.gov.ua/files/4-Financial_markets.xlsx)
6. Дейнеко Л.В. Розвиток внутрішнього ринку легкої промисловості: проблеми та можливості // Л.В. Дейнеко, М. Ю. Завгородня // Український соціум. – 2012. – № 1. – С. 83-98.
7. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу – <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу – <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Звітність підприємства - URL: <https://data.gov.ua/dataset>
- 10.ЗВТ з Туреччиною: ризики та перспективи для України// [https://lb.ua/economics/2022/02/03/504598\\_zvt\\_z\\_turechchinyou\\_riziki.html](https://lb.ua/economics/2022/02/03/504598_zvt_z_turechchinyou_riziki.html)
- 11.ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ [https://shron1.chtyvo.org.ua/Kozak\\_Yurii/Zovnishnoekonomichna\\_diialnist\\_pidpriyemstv.pdf?PHPSESSID=0vuiukf32g9026cdjebdamtmd2](https://shron1.chtyvo.org.ua/Kozak_Yurii/Zovnishnoekonomichna_diialnist_pidpriyemstv.pdf?PHPSESSID=0vuiukf32g9026cdjebdamtmd2)
- 12.Міністерство економіки України // <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
- 13.Мурована Л. В. Маркетингові підходи до формування асортименту товарів легкої промисловості / Л. В. Мурована // Вісник КНУТД. — 20102010. – Т. 5. – № 5. – С. 108–112.

14. Основні тенденції розвитку ринку продукції домашнього текстилю Чернівецької області

//[http://www.rusnauka.com/1\\_KAND\\_2017/Economics/6\\_221187.doc.htm](http://www.rusnauka.com/1_KAND_2017/Economics/6_221187.doc.htm)

15. Особливості формування вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю.

[Електронний ресурс]. Режим доступу –

[http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/natural/Vchnu\\_tekh/2012\\_2/28pus.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/natural/Vchnu_tekh/2012_2/28pus.pdf).

16. Офіційний сайт Міжнародної корпорації даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.idc.com/>

17. ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ №4-2012//[https://www.problecon.com/annotated-catalogue/?year=2012&abstract=2012\\_04\\_0](https://www.problecon.com/annotated-catalogue/?year=2012&abstract=2012_04_0)

18. Проблеми формування сегмента ринку інтер'єрного текстилю в Україні.

[Електронний ресурс]. Режим доступу – <http://tr.knteu.kiev.ua/files/2009/08/7.pdf>

19. Пушкар Г.О. Інформаційне забезпечення вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю/ Г.О. Пушкар, Б.Б Семак/ Науково-технічна інформація. – 2011. – № 3(49)

20. Семак Б.Б. Роль товарної інформації і реклами у формуванні ринку еколого-безпечного текстилю/ Б.Б. Семак/ Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. Випуск 29. – Львів, 2009

21. Семак Б.Б. Теоретико-методологічні основи формування вітчизняного сировинного ринку екологічно безпечних товарів текстильної промисловості: монографія / Б.Б. Семак; [за ред. М.А. Коваленка]. – Херсон: Гринь Д.С., 2011. – 232 с.

22. Супрун Н. П. Аналітичний огляд асортименту та комплексна оцінка якості трикотажних полотен / Н.П. Супрун, Н.І. Осипенко, Ю.І. Островецька // Товарознавство та інновації. – 2012. – Вип. 4. – С. 116-124.

23. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО МЕДІА-РИНКУ // <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.31.html>

24. Текстиль для дому//<https://epicentrk.ua/ua/shop/tekstil-dlya-doma/>

25. Товарна структура роздрібного товарообороту підприємств в Україні // Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
26. Торговельна палата України - <https://ucci.org.ua/>
27. Українська асоціація імпортерів - <https://importers.org.ua/>
28. Українська асоціація текстилю - <http://www.textile-ua.com/>
29. Умови імпортування продукції до Єгипту // [http://ukrexport.gov.ua/ukr/torg\\_obmegennja/egy/3645.html](http://ukrexport.gov.ua/ukr/torg_obmegennja/egy/3645.html)
30. Частка продажу споживчих товарів, які вироблені на території України, через торгову мережу підприємств // Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.



## ДОДАТКИ

Додаток А

## ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К-К»

Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

| Актив   | Код         | На початок року, тис.грн. | На кінець року, тис.грн. |
|---|-------------|---------------------------|--------------------------|
| <b>I. Необоротні активи</b>   |             |                           |                          |
| Нематеріальні активи  | 1000        | 4 870                     | 12 543                   |
| первісна вартість   | 1001        | 32 540                    | 44 846                   |
| накопичена амортизація  | 1002        | 27 670                    | 32 303                   |
| Незавершені капітальні інвестиції   | 1005        | 1 500 430                 | 1 869 460                |
| Основні засоби  | 1010        | 8 568 122                 | 12 304 648               |
| первісна вартість   | 1011        | 11 500 250                | 17 210 534               |
| знос  | 1012        | 2 932 128                 | 4 905 886                |
| Інвестиційна нерухомість  | 1015        | 0                         | 0                        |
| Довгострокові біологічні активи   | 1020        | 0                         | 0                        |
| Довгострокові фінансові інвестиції:<br>які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030        | 0                         | 0                        |
| Інші фінансові інвестиції   | 1035        | 1 750 200                 | 1 755 267                |
| Довгострокова дебіторська заборгованість  | 1040        | 0                         | 0                        |
| Відстрочені податкові активи  | 1045        | 0                         | 68 629                   |
| Інші необоротні активи  | 1090        | 0                         | 0                        |
| <b>Усього за розділом 1</b>   | <b>1095</b> | <b>11 823 622</b>         | <b>16 010 547</b>        |
| <b>II. Оборотні активи</b>  |             |                           |                          |
| 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           |
| <b>Усього за розділом II</b>  | <b>1195</b> | <b>18 302 900</b> | <b>20 881 053</b> |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b> | <b>1200</b> | <b>0</b>          | <b>21</b>         |
| <b>Баланс</b>   | <b>1300</b> | <b>30 126 522</b> | <b>36 891 621</b> |

| <b>Пасив</b>   | <b>Код</b>  | <b>На початок року, тис.грн.</b> | <b>На кінець року, тис.грн.</b> |
|--|-------------|----------------------------------|---------------------------------|
| <b>I. Власний капітал</b>                            |             |                                  |                                 |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                     | 1400        | 158 610                          | 158 610                         |
| Капітал у дооцінках                                  | 1405        | 0                                | 0                               |
| Додатковий капітал                                   | 1410        | 0                                | 0                               |
| Резервний капітал                                    | 1415        | 0                                | 0                               |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)          | 1420        | 12 300 000                       | 14 542 267                      |
| Неоплачений капітал                                  | 1425        |                                  | 0                               |
| Вилучений капітал                                    | 1430        |                                  | 0                               |
| <b>Усього за розділом I</b>                          | <b>1495</b> | <b>12458 610</b>                 | <b>14 700 877</b>               |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b> |             |                                  |                                 |
| Відстрочені податкові зобов'язання                   | 1500        | 0                                | 0                               |
| Довгострокові кредити банків                         | 1510        | 910 000                          | 2 008 688                       |
| Інші довгострокові зобов'язання                      | 1515        | 0                                | 256 738                         |
| Довгострокові забезпечення                           | 1520        | 0                                | 0                               |
| Цільове фінансування                                 | 1525        | 0                                | 0                               |
| <b>Усього за розділом II</b>                         | <b>1595</b> | <b>910 000</b>                   | <b>2 265 426</b>                |
| <b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>      |             |                                  |                                 |
| Короткострокові кредити банків                       | 1600        | 0                                | 0                               |
| Поточна кредиторська заборгованість за:              |             |                                  |                                 |
| довгостроковими зобов'язаннями                       | 1610        | 776 000                          | 776 000                         |
| товари, роботи, послуги                              | 1615        | 13 454 053                       | 14 514 081                      |
| розрахунками з бюджетом                              | 1620        | 180 545                          | 273 257                         |
| у тому числі з податку на прибуток                   | 1621        | 130 000                          | 215 457                         |

|   |             |                   |                   |
|---|-------------|-------------------|-------------------|
| розрахунками зі страхування   | 1625        | 62528             | 24 716            |
| розрахунками з оплати праці   | 1630        | 140 000           | 160 208           |
| Поточні забезпечення  | 1660        | 250 620           | 509 245           |
| Доходи майбутніх періодів   | 1665        | 0                 | 0                 |
| Інші поточні зобов'язання   | 1690        | 1891166           | 3 667 811         |
| <b>Усього за розділом III</b>   | <b>1695</b> | <b>16 754 912</b> | <b>19 925 318</b> |
| <b>IV.Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | 1700        |                   | 0                 |
| <b>Баланс</b>   | <b>1900</b> | <b>30 126 522</b> | <b>36 891 621</b> |

### ТОВ «ЕПЦЕНТР-К-К»

#### Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2020 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

На 31 грудня 2020 року

Форма №1

| Актив  | Код         | На початок року, тис.грн. | На кінець року, тис.грн. |
|--|-------------|---------------------------|--------------------------|
| <b>I.Необоротні активи</b>   |             |                           |                          |
| Нематеріальні активи   | 1000        | 12 543                    | 32 720                   |
| первісна вартість  | 1001        | 44 846                    | 73 004                   |
| накопичена амортизація   | 1002        | 32 303                    | 40 284                   |
| Незавершені капітальні інвестиції  | 1005        | 1 869 460                 | 3 692 156                |
| Основні засоби   | 1010        | 12 304 648                | 15 231 712               |
| первісна вартість  | 1011        | 17 210 534                | 21 335 058               |
| знос   | 1012        | 4 905 886                 | 6 103 346                |
| Інвестиційна нерухомість   | 1015        | 0                         | 0                        |
| Довгострокові біологічні активи  | 1020        | 0                         | 0                        |
| Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030        | 0                         | 0                        |
| інші фінансові інвестиції  | 1035        | 1 755 267                 | 3 129 633                |
| Довгострокова дебіторська заборгованість   | 1040        | 0                         | 0                        |
| Відстрочені податкові активи   | 1045        | 68 629                    | 23 116                   |
| Інші необоротні активи   | 1090        | 0                         | 0                        |
| <b>Усього за розділом I</b>  | <b>1095</b> | <b>16 010 547</b>         | <b>22 109 337</b>        |

|   |             |                                  |                                 |
|---|-------------|----------------------------------|---------------------------------|
| <b>II. Оборотні активи</b>  |             |                                  |                                 |
| Запаси  | 1100        | 13 885 925                       | 15 389 033                      |
| Поточні біологічні активи   | 1110        | 0                                | 0                               |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги        | 1125        | 1 467 824                        | 2 182 479                       |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками:                             |             |                                  |                                 |
| за виданими авансами  | 1130        | 0                                | 0                               |
| з бюджетом  | 1135        | 0                                | 1                               |
| у тому числі з податку на прибуток                                      | 1136        | 0                                | 0                               |
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                 | 1155        | 4 381 455                        | 3 859 491                       |
| Поточні фінансові інвестиції  | 1160        | 0                                | 0                               |
| Гроші та їх еквіваленти   | 1165        | 921 054                          | 642 802                         |
| Витрати майбутніх періодів  | 1170        | 7 322                            | 5 399                           |
| Інші оборотні активи  | 1190        | 217 473                          | 336 837                         |
| <b>Усього за розділом II</b>  | <b>1195</b> | <b>20 881 053</b>                | <b>22 416 054</b>               |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b> |             |                                  |                                 |
| Баланс  | 1200        | 21                               | 0                               |
| <b>Пасив</b>  | <b>Код</b>  | <b>На початок року, тис.грн.</b> | <b>На кінець року, тис.грн.</b> |
| <b>I. Власний капітал</b>   |             |                                  |                                 |
| Зареєстрований (пайовий) капітал  | 1400        | 158 610                          | 158 610                         |
| Капітал у дооцінках   | 1405        | 0                                | 0                               |
| Додатковий капітал  | 1410        | 0                                | 0                               |
| Резервний капітал   | 1415        | 0                                | 0                               |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                             | 1420        | 14 542 267                       | 17 688 086                      |
| Неоплачений капітал   | 1425        | 0                                | 0                               |
| Вилучений капітал   | 1430        | 0                                | 0                               |
| <b>Усього за розділом I</b>   | <b>1495</b> | <b>14 700 877</b>                | <b>17 846 696</b>               |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>                    |             |                                  |                                 |
| Відстрочені податкові зобов'язання                                      | 1500        | 0                                | 0                               |
| Довгострокові кредити банків  | 1510        | 2 008 688                        | 4 142 910                       |
| Інші довгострокові зобов'язання   | 1515        | 256 738                          | 312 170                         |
| Довгострокові забезпечення  | 1520        | 0                                | 0                               |
| Цільове фінансування  | 1525        | 0                                | 0                               |
| <b>Усього за розділом II</b>  | <b>1595</b> | <b>2 265 426</b>                 | <b>4 455 080</b>                |

|   |             |                   |                   |
|---|-------------|-------------------|-------------------|
| <b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>   |             |                   |                   |
| Короткострокові кредити банків  | 1600        | 0                 | 0                 |
| Поточна кредиторська заборгованість за:   |             |                   |                   |
| довгостроковими зобов'язаннями  | 1610        | 776 000           | 767 497           |
| товари, роботи, послуги   | 1615        | 14 514 081        | 16 290 054        |
| розрахунками з бюджетом   | 1620        | 273 257           | 326 833           |
| у тому числі з податку на прибуток  | 1621        | 215 457           | 244 727           |
| розрахунками зі страхування   | 1625        | 24 716            | 17 379            |
| розрахунками з оплати праці   | 1630        | 160 208           | 137 988           |
| Поточні забезпечення  | 1660        | 509 245           | 539 038           |
| Доходи майбутніх періодів   | 1665        | 0                 | 0                 |
| Інші поточні зобов'язання   | 1690        | 3 667 811         | 4 144 753         |
| Усього за розділом III  | 1695        | 19 925 318        | 22 223 615        |
| <b>IV.Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | 1700        | 0                 | 0                 |
| <b>Баланс</b>   | <b>1900</b> | <b>36 891 621</b> | <b>44 525 391</b> |

Додаток Б

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

Форма 2

**I.ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

| Стаття   | Код  | За звітний період, тис.грн. | За аналогічний період попереднього року, тис.грн. |
|--|------|-----------------------------|---|
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 43 979 194                  | 41 400 220  |
| Чисті зароблені страхові премії                                | 2010 | 0                           | 0   |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 2050 | 30 814 751                  | 30 400 580  |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами                  | 2070 | 0                           | 0   |
| Валовий  |      |                             |   |

|   |      |            |            |
|---|------|------------|------------|
| прибуток  | 2090 | 13 164 443 | 10 999 640 |
| збиток  | 2095 | 0          |            |
| Інші операційні доходи  | 2120 | 530 835    | 260 235    |
| Адміністративні витрати   | 2130 | 751 814    | 540 040    |
| Витрати на збут   | 2150 | 7 985 945  | 6 623 200  |
| Інші операційні витрати   | 2180 | 254 271    | 396373     |
| Фінансовий результат від операційної діяльності                 |      |            |            |
| прибуток  | 2190 | 4 703 248  | 3 700 262  |
| збиток  | 2195 | 0          | 0          |
| Дохід від участі в капіталі                                     | 2200 | 0          | 0          |
| Інші фінансові доходи   | 2220 | 3 851      | 180 000    |
| Інші доходи   | 2240 | 354 733    | 52 000     |
| Фінансові витрати   | 2250 | 250 094    | 91 550     |
| Втрати від участі в капіталі                                    | 2255 | 24 516     | 0          |
| Інші витрати  | 2270 | 363 438    | 210 000    |
| Фінансовий результат до оподаткування                           |      |            |            |
| прибуток  | 2290 | 4 423 784  | 3630712    |
| збиток  | 2295 | 0          |            |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток                           | 2300 | -821 675   | -670 000   |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | 0          |            |
| Чистий фінансовий результат                                     |      |            |            |
| прибуток  | 2350 | 3 602 109  | 2 960 712  |
| збиток  | 2355 | 0          | 0          |

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

|   |      |   |   |
|---|------|---|---|
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів                               | 2400 | 0 | 0 |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів                           | 2405 | 0 | 0 |
| Накопичені курсові різниці  | 2410 | 0 | 0 |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | 0 | 0 |
| Інший сукупний дохід  | 2445 | 0 | 0 |
| Інший сукупний дохід до оподаткування                               | 2450 | 0 | 0 |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом           | 2455 | 0 | 0 |

|  |             |                  |                  |
|--|-------------|------------------|------------------|
| Інший сукупний дохід після оподаткування             | 2460        | 0                | 0                |
| <b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)</b> | <b>2465</b> | <b>3 602 109</b> | <b>2 960 712</b> |

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

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

### I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

| Стаття   | Код  | За звітний період, тис.грн. | За аналогічний період попереднього року, тис.грн. |
|--|------|-----------------------------|---|
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 50 382 425                  | 43 979 194  |
| Чисті зароблені страхові премії                                | 2010 | 0                           | 0   |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 2050 | 35 593 670                  | 30 814 751  |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами                  | 2070 | 0                           | 0   |

|   |      |            |            |
|---|------|------------|------------|
| Валовий   |      |            |            |
| прибуток  | 2090 | 14 788 755 | 13 164 443 |
| збиток  | 2095 | 0          | 0          |
| Інші операційні доходи  | 2120 | 737 243    | 530 835    |
| Адміністративні витрати   | 2130 | 872 759    | 751 814    |
| Витрати на збут   | 2150 | 8 648 047  | 7 985 945  |
| Інші операційні витрати   | 2180 | 920 408    | 254 271    |
| Фінансовий результат від операційної діяльності                 |      |            |            |
| прибуток  | 2190 | 5 084 784  | 4 703 248  |
| збиток  | 2195 | 0          | 0          |
| Дохід від участі в капіталі                                     | 2200 | 0          | 0          |
| Інші фінансові доходи   | 2220 | 211 555    | 3 851      |
| Інші доходи   | 2240 | 554 085    | 354 733    |
| Фінансові витрати   | 2250 | 295 646    | 250 094    |
| Втрати від участі в капіталі                                    | 2255 | 0          | 24 516     |
| Інші витрати  | 2270 | 1 438 592  | 363 438    |
| Фінансовий результат до оподаткування                           |      |            |            |
| прибуток  | 2290 | 4 116 186  | 4 423 784  |
| збиток  | 2295 | 0          | 0          |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток                           | 2300 | -944 982   | -821 675   |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | 0          | 0          |
| Чистий фінансовий результат                                     |      |            |            |
| прибуток  | 2350 | 3 171 204  | 3 602 109  |
| збиток  | 2355 | 0          | 0          |

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

|   |      |   |   |
|---|------|---|---|
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів                               | 2400 | 0 | 0 |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів                           | 2405 | 0 | 0 |
| Накопичені курсові різниці  | 2410 | 0 | 0 |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | 0 | 0 |
| Інший сукупний дохід  | 2445 | 0 | 0 |
| Інший сукупний дохід до оподаткування                               | 2450 | 0 | 0 |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом           | 2455 | 0 | 0 |

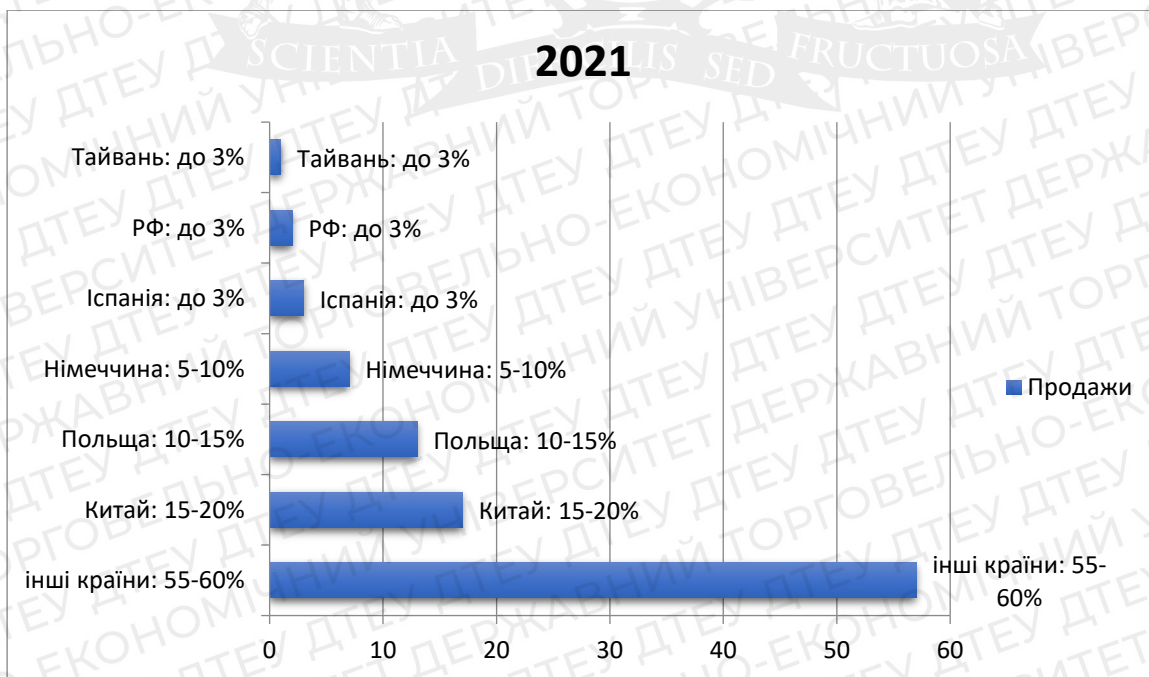
|  |             |                  |                  |
|--|-------------|------------------|------------------|
| Інший сукупний дохід після оподаткування             | 2460        | 0                | 0                |
| <b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)</b> | <b>2465</b> | <b>3 171 204</b> | <b>3 602 109</b> |

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

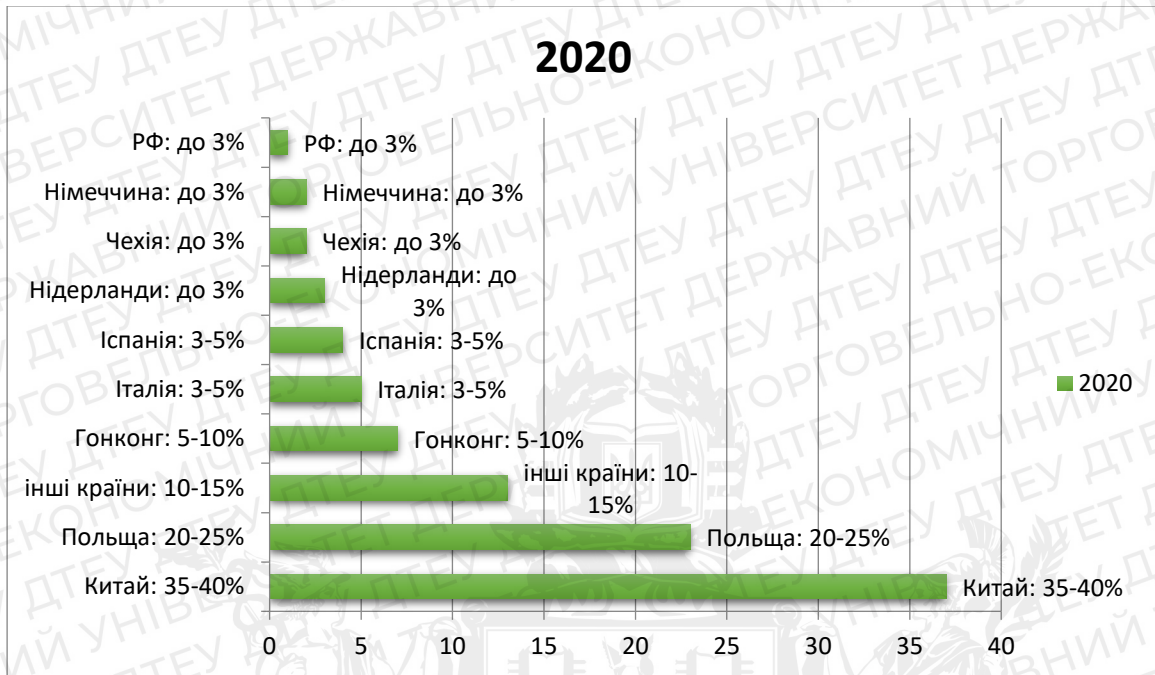
|  |      |   |   |
|--|------|---|---|
| Середньорічна кількість простих акцій                      | 2600 | 0 | 0 |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій          | 2605 | 0 | 0 |
| Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію              | 2610 | 0 | 0 |
| Скоригований чистий прибуток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



Джерело: побудовано автором за даними ТОВ «Епіцентр-К»

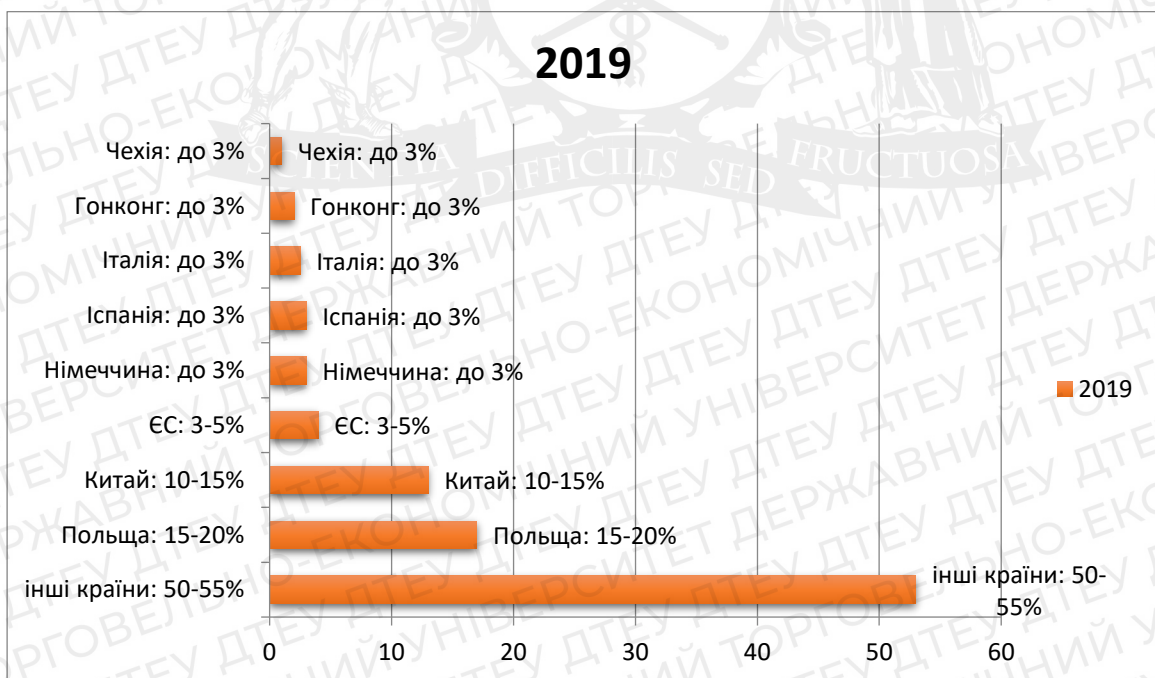
**Рисунок 1.3. Обсяг імпорту у ТОВ «Епіцентр-К» за географічною ознакою за 2021 рік, %**





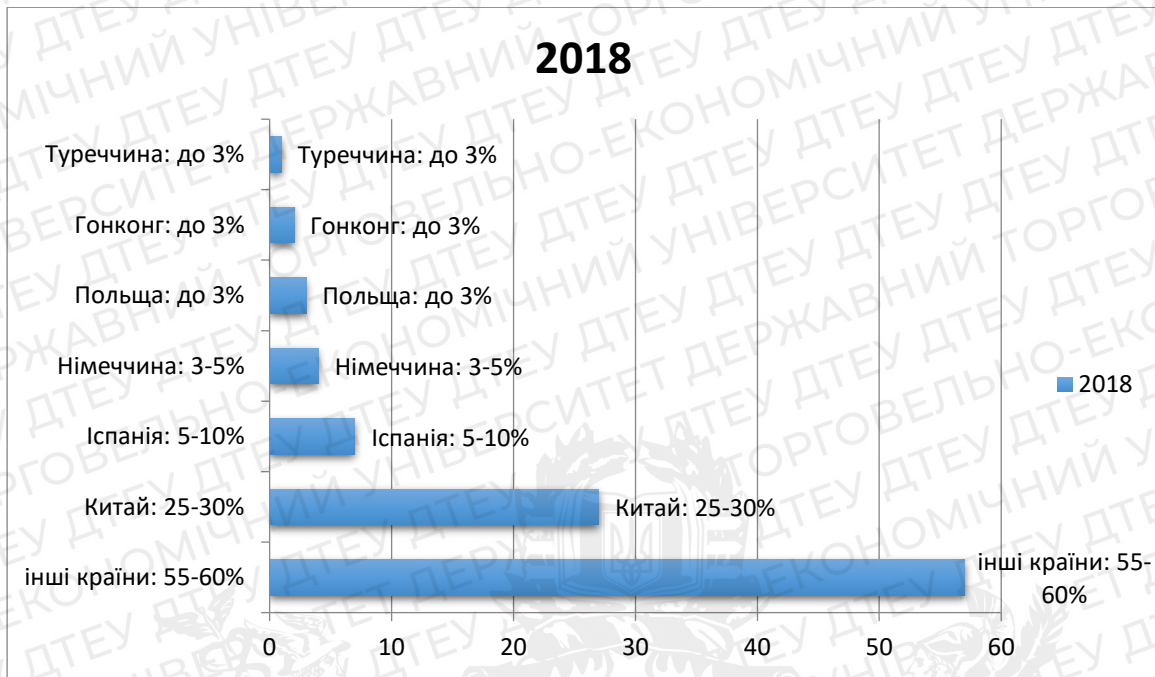
Джерело: побудовано автором за даними ТОВ «Епіцентр-К»

**Рисунок 1.4. Обсяг імпорту у ТОВ «Епіцентр-К» за географічною ознакою за 2020 рік, %**



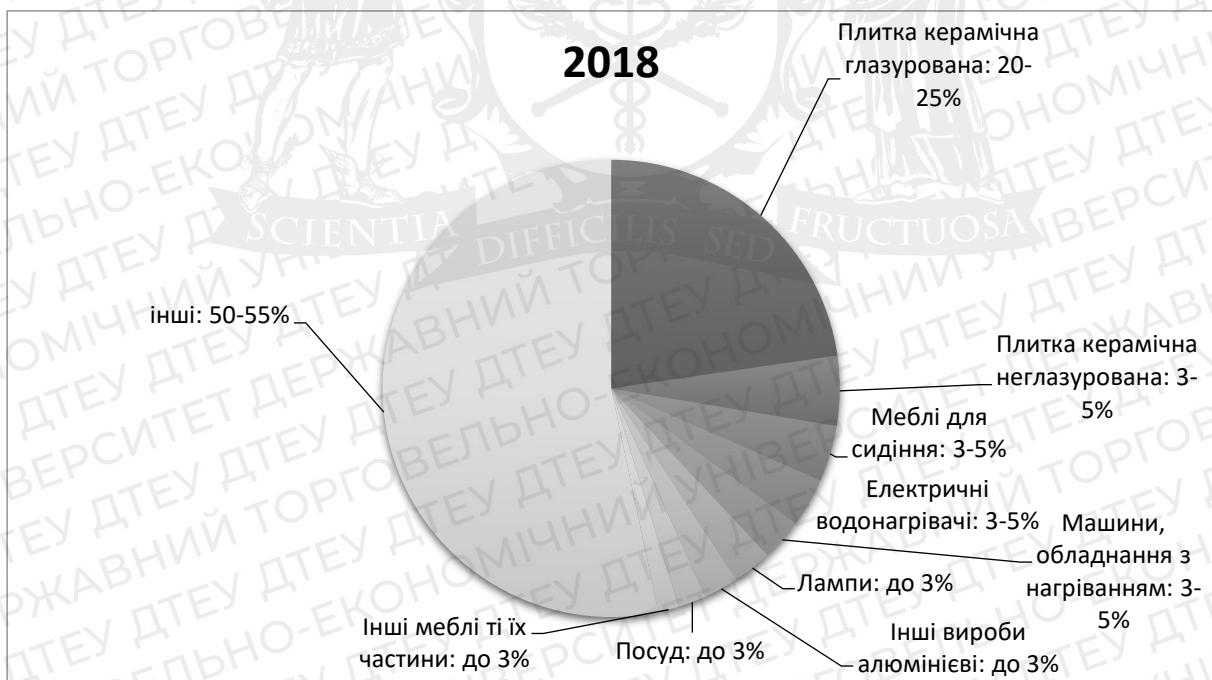
Джерело: побудовано автором за даними ТОВ «Епіцентр-К»

**Рисунок 1.5. Обсяг імпорту у ТОВ «Епіцентр-К» за географічною ознакою за 2019 рік, %**



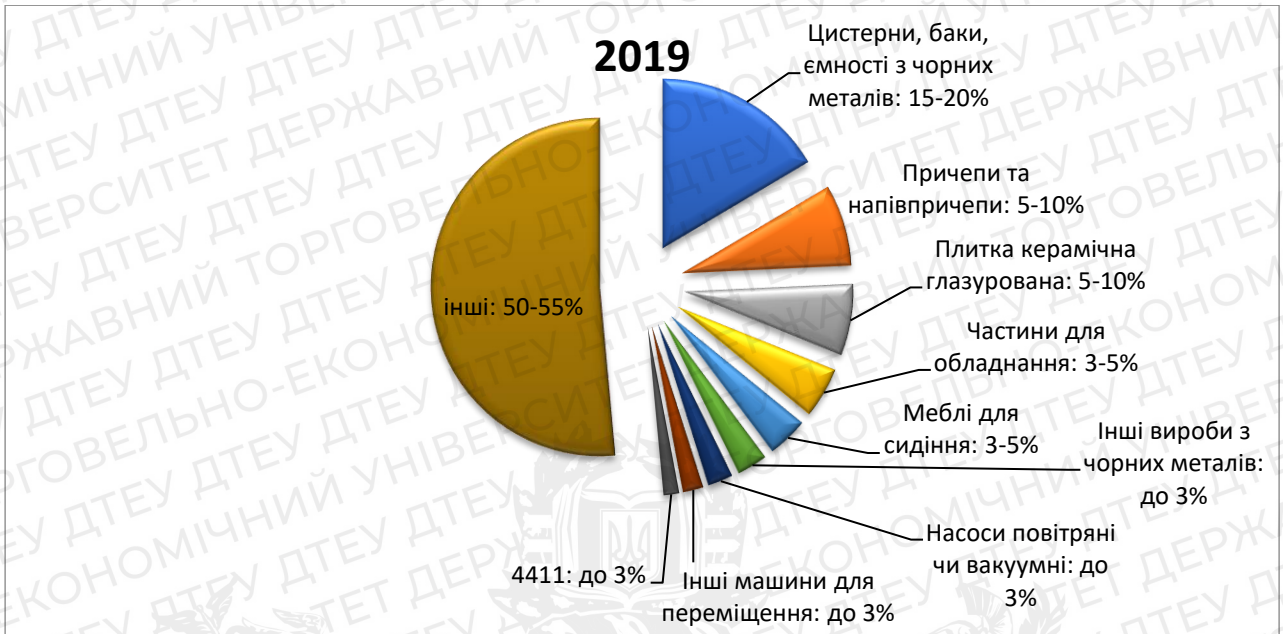
Джерело: побудовано автором за даними ТОВ «Епіцентр-К»

**Рисунок 1.6. Обсяг імпорту у ТОВ «Епіцентр-К» за географічною ознакою за 2018 рік, %**



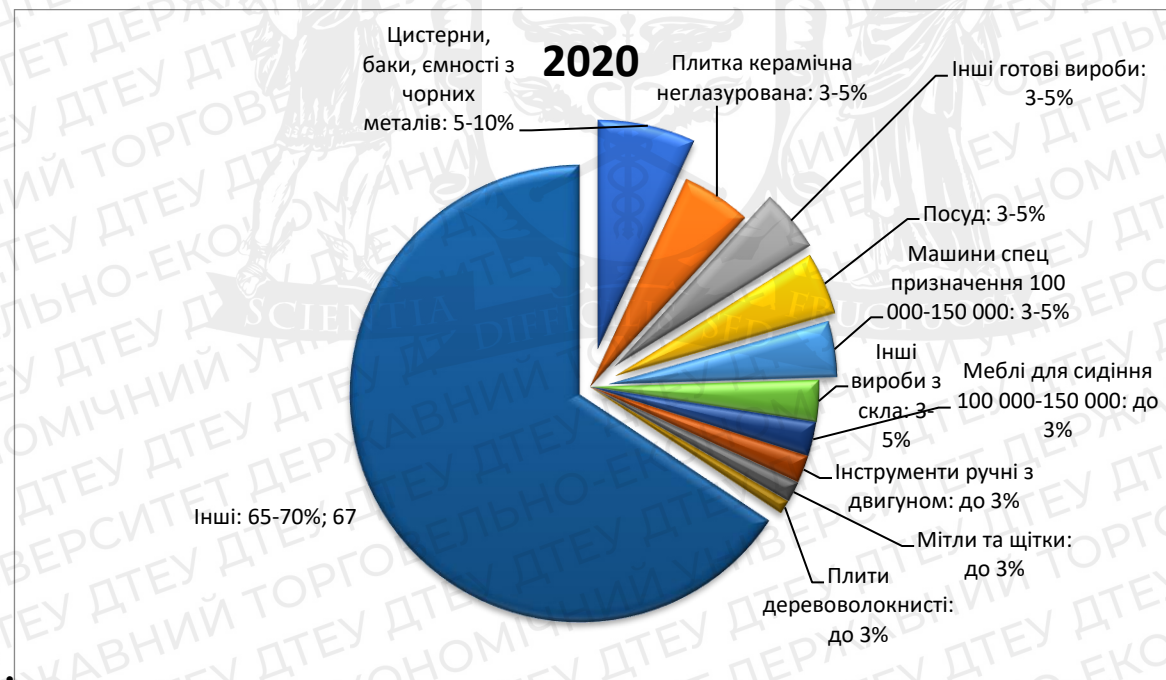
Джерело: побудовано автором за даними підприємства

**Рисунок 1.7. Товарна структура імпортованих товарів за 2018 рік.**



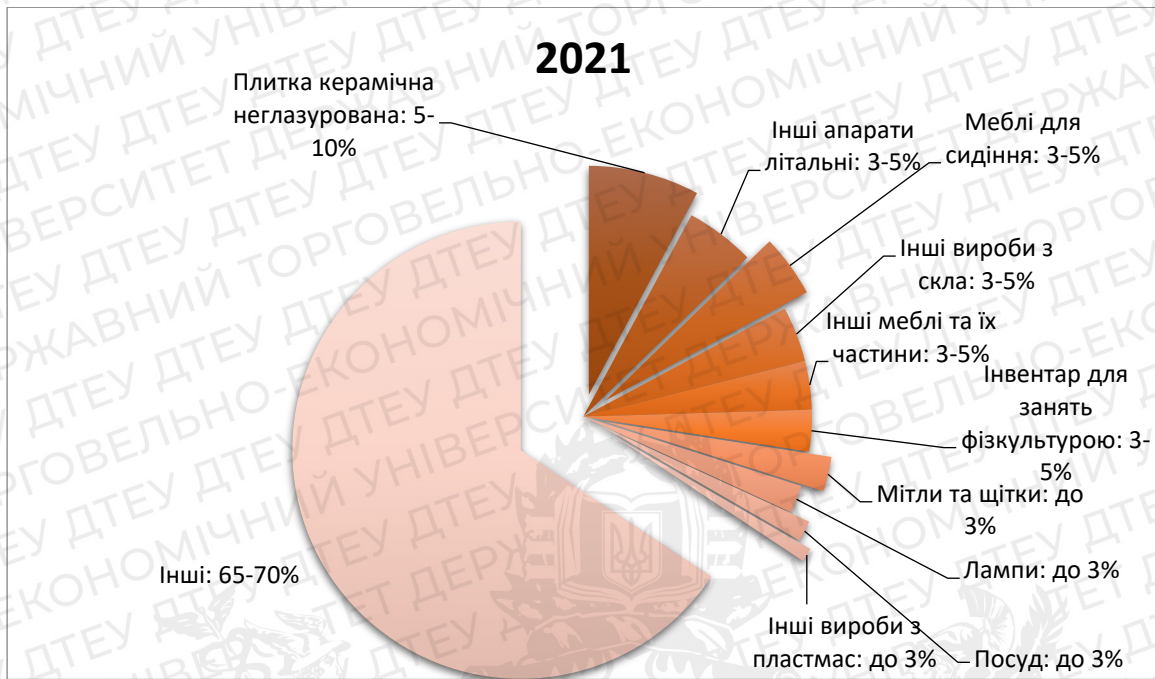
Джерело: побудовано автором за даними підприємства

**Рисунок 1.8. Товарна структура імпортованих товарів за 2019 рік**



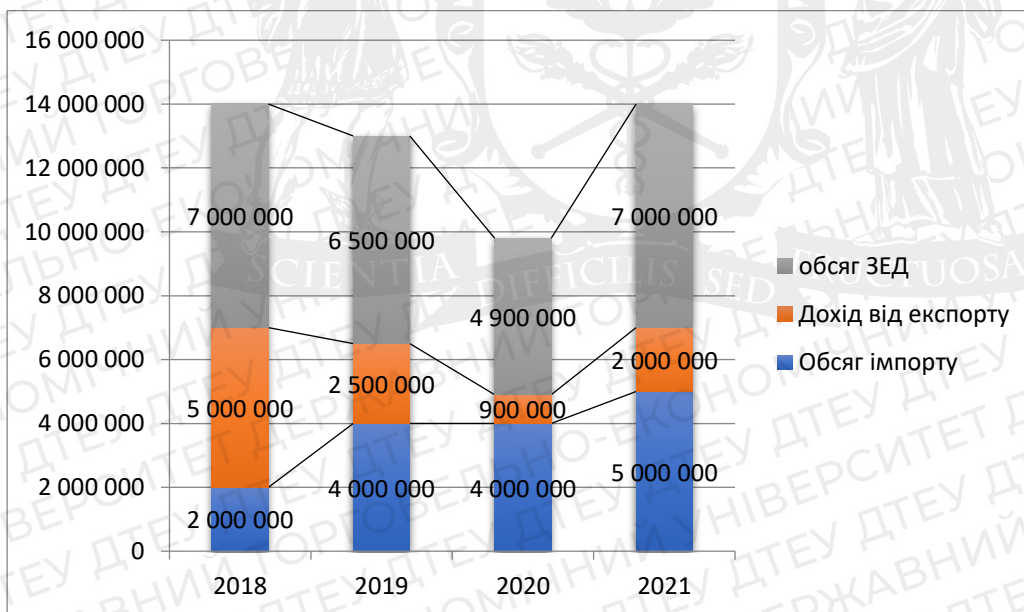
Джерело: побудовано автором за даними підприємства

**Рисунок 1.9. Товарна структура імпортованих товарів за 2020 рік.**



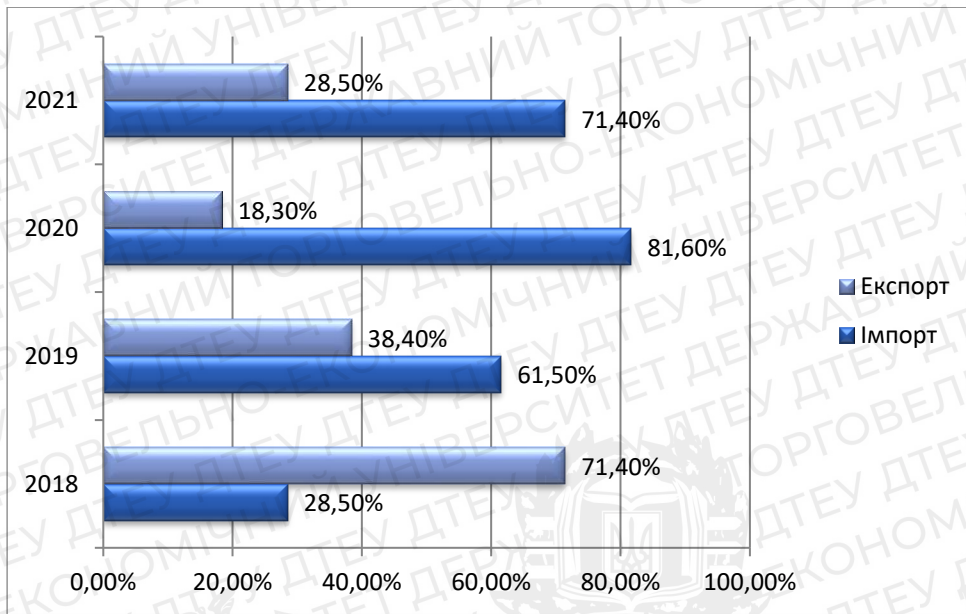
Джерело: побудовано автором за даними підприємства

**Рисунок 1.10. Товарна структура імпортованих товарів за 2021 рік.**



Джерело: побудовано автором за даними підприємства

**Рисунок 1.11. Динаміка зовнішньої торгівлі ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2021рр., тис. грн..**



Джерело: побудовано автором за даними підприємства

**Рисунок 1.12. Питома вага обсягів імпорту та експорту ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2021 рр..**