

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Управління імпортними поставками автотоварів»

(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Студента 4 курсу, 5 групи
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Ромашка Владислава

Віталійовича

(підпис студентки)

Науковий керівник
Доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри
міжнародного менеджменту

Мельник Тетяна

Миколаївна

(підпис наукового керівника)

Гарант освітньої
програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

П'янова Оксана

Василівна

(підпис гаранта)

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Спеціальність 073 «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. кафедри Мельник Тетяна Миколаївна

«__» _____ 20__ р.

Завдання

на випускн кваліфікаційну роботу студентіві

Ромашку Владиславу Віталійовичу

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

«Управління імпорними поставками автотоварів» (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

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

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

«15» травня 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи є формування проекту угоди з імпорту автотоварів на внутрішній ринок України.

Об'єкт дослідження процес формування проекту угоди з імпорту.

Предмет дослідження підходи до планування операцій з імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К».

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

РОЗДІЛ 1. ОЦІНКА ПЕРЕДУМОВ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «Епіцентр К», м. Київ

1.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства

1.2. Аналіз управління імпортними поставками автотоварів на підприємстві

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ АВТОТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «Епіцентр К», м. Київ

2.1. Аналіз світового ринку автотоварів

2.2. Дослідження особливостей внутрішнього ринку автотоварів в Україні

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ АВТОТОВАРІВ В УКРАЇНУ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту автотоварів підприємством ТОВ «Епіцентр К»

5. Календарний план виконання роботи

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

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

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Мельник Т.М.

8. Гарант освітньої програми

П'янова О.П.

9. Завдання прийняв до виконання студентка

Ромашко В.В.

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

11. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Ромашко В.В може бути допущена до захисту екзаменаційної комісії.

Гарант освітньої програми

П'янова О.В

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Мельник Т.М.

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 20 р.

АНОТАЦІЯ

Ромашко В.В «Управління імпортними поставками автотоварів (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)». Рукопис.

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам планування операцій з імпорту автотоварів на підприємстві, що передбачає: організаційно-економічну характеристику підприємства ТОВ «Епіцентр К», аналіз управління імпортними поставками автотоварів на підприємстві, аналіз світового ринку автотоварів, дослідження особливостей внутрішнього ринку автотоварів в Україні, формування організаційного забезпечення здійснення імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К», оцінку прогнозних показників результативності імпорту автотоварів підприємством ТОВ «Епіцентр К».

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, імпорт, автотовари, організаційне забезпечення, ЄС.

SUMMARY

Romashko V.V. "Management of import supplies of automotive goods (based on the materials of Epicenter K LLC, Kyiv)". Manuscript.

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

The final qualification work is devoted to the practical aspects of planning operations for the import of automotive products at the enterprise, which includes: organizational and economic characteristics of the enterprise Epicenter K LLC, analysis of the management of import supplies of automotive products at the enterprise, analysis of the world market of automotive products, study of the features of the domestic market of automotive products in Ukraine, formation of organizational support for the import of automotive products at the enterprise Epicenter K LLC, assessment of forecast indicators of the effectiveness of imports of automotive products.

Keywords: foreign economic activity entity, import, automotive products, organizational support, EU.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ОЦІНКА ПЕРЕДУМОВ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «Епіцентр К», м. Київ	11
1.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства	11
1.2. Аналіз управління імпортними поставками автотоварів на підприємстві.....	21
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ АВТОТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «Епіцентр К», м. Київ	29
2.1. Аналіз світового ринку автотоварів	29
2.2. Дослідження особливостей внутрішнього ринку автотоварів в Україні .	34
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ АВТОТОВАРІВ В УКРАЇНУ	41
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»	41
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту автотоварів підприємством ТОВ «Епіцентр К».....	49
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. За сучасних умов господарська діяльність багатьох суб'єктів ринку часто передбачає взаємодію з іноземними контрагентами. Тому проектування операцій з імпорту товарів відіграє важливу роль у забезпеченні розвитку підприємства, що працює на зовнішньому ринку. Особливу роль у формуванні внутрішнього ринку в Україні відіграє імпорт споживчих товарів. Важливість теми також пояснюється також тим, що в Україні упродовж 2017-2021 рр. помітною була динаміка до збільшення обсягів імпорту товарів в структурі проміжного споживання [4]. Тому можна стверджувати, що організація імпорту є важливим інструментом забезпечення ефективної діяльності підприємств, які є суб'єктами ЗЕД, та виходу економіки України з кризової ситуації.

Проблематикою дослідження імпорتنих операцій займалися ряд науковців, до яких можна віднести таких як Дерід І. О., Коротков Є. М., Гаутам Д. К., Дзигаленко І. С., Калайтан Т. В., Князь С.В. та ін. Водночас недостатньо дослідженими є питання, що стосуються імпорту у проміжному споживанні. Особливо гострою є досліджувана проблематика в умовах фінансової кризи, коли напрямок імпортозаміщення для багатьох вітчизняних промислових підприємств є альтернативним шляхом зростання ефективності їх роботи.

Метою дослідження в роботі є формування проекту угоди з імпорту автотоварів на внутрішній ринок України.

Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань:

- навести організаційно-економічну характеристику підприємства;
- здійснити аналіз управління імпортними поставками автотоварів на підприємстві;
- провести аналіз світового ринку автотоварів;
- здійснити дослідження особливостей внутрішнього ринку автотоварів в Україні;
- обґрунтувати організаційне забезпечення здійснення імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»;

- спрогнозувати показники результативності імпорту автотоварів підприємством ТОВ «Епіцентр К».

Об'єкт та предмет дослідження у роботі є процес формування проекту угоди з імпорту.

Предметом дослідження є підходи до планування операцій з імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К».

Методи дослідження. В процесі дослідження було апробовано загальні та спеціальні методи наукового аналізу. Зокрема, теоретичні аспекти проблематики досліджуваної теми було розкрито з використанням загальнонаукових методів (порівняння, аналізу, синтезу). Для висвітлення практичних особливостей в рамках тематики дослідження було використано методи статистичного аналізу та прогнозування.

Інформаційна база дослідження. Робота виконувалася з використання широкого переліку літературних джерел вітчизняних та зарубіжних науковців, що репрезентують підходи до вивчення проблеми імпорту товарів та її впливу на діяльність у сфері міжнародного бізнесу.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що його результати та розроблені пропозиції можуть бути використані у практичній діяльності підприємства ТОВ «Епіцентр К» з метою удосконалення імпорту автотоварів.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел із 30 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 50 с.

РОЗДІЛ 1

ОЦІНКА ПЕРЕДУМОВ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ НА
ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «Епіцентр К», м. Київ

1.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства

У даному питанні проаналізуємо основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2022 рр. У табл. 1.1 наведено обсяги виробництва, продажу продукції, чисельність персоналу та показник продуктивності праці.

Таблиця 1.1

Ключові показники фінансово-господарської діяльності ТОВ
«Епіцентр К» за 2018-2022 рр., млн.грн

Показники	Значення показника по роках					Відхилення			
	2018	2019	2020	2021**	2022**	Базисне, 2022/2018		Ланцюгове, 2022/2021	
						Абс, млн.грн	Відн, %	Абс, млн.грн	Відн, %
Чистий дохід від реалізації продукції, млн.грн	41400,2	43979,2	50382,4	62124,5	46178,3	4778,1	11,5	15946,2	-25,7
Обсяг собівартості реалізованих товарів, млн.грн	30400,6	30814,8	35593,7	45236,1	33217,2	2816,6	9,3	12018,9	-26,6
Чисельність персоналу, тис.осіб	40	41	43	42	38	-2	-5,0	-4	-9,5
Чистий прибуток, млн.грн	2960,7	3602,1	3171,2	4382,4	2087,0	-873,7	-29,5	-2295,4	-52,4
Рівень валового прибутку, %	9,7	11,7	8,9	9,7	6,3	-3,5	-	-3,4	-
Продуктивність праці персоналу, тис. грн/особу	1035,0	1072,7	1171,7	1479,2	1215,2	180,2	17,4	-263,9	-17,8

* складено за даними фінансової звітності підприємства (Додаток А)

** дані за 2021-2022 рр. є розрахунковими (прогнозними)

Як видно з табл. 1.1, обсяги продажу підприємства за 2018-2022 роки збільшилися на 4778,1 млн.грн, а за 2021-2022 рр. – зменшилися на 15946 млн.грн (-25,7%). Це було зумовлено переважно наслідками війни. Частина супермаркетів постраждала на територіях, що тимчасово окуповані. В той же час обсяги собівартості реалізованих товарів за 2018-2022 рр. зросли на 2816,6 млн.грн (+8,2%), а за 2021-2022 рр. – скоротилися на 12019,0 млн.грн (-26,6%). Показник валової прибутковості за останні 5 років скоротився на 3,5%, а за 2021-2022 роки - зменшився на 3,4%.

Головним визначальним фактором зміни рівня комерційного (або валового) прибутку від здійснення господарських операцій ТОВ «Епіцентр К» було з одного боку – зростання витрат по закупівлі товарів (обсяг собівартості у цінах реалізації), а з іншого – зменшення рівня доходів від збуту товарів у роздрібній торговельній мережі.

Важливо також звернути увагу на динаміку показника продуктивності праці персоналу у 2018-2021 мала тенденцію до зростання як внаслідок зміни обсягів діяльності, так і внаслідок оптимізації чисельності працівників. Зокрема, у 2018-2022 рр. показник продуктивності праці зріс на 180,2 тис.грн / особу або на 17,4%, а у 2021-2022 рр. зниження даного показника становило на 263,9 млн.грн або на 17,8%. Скорочення продуктивності праці у 2022 році зумовлювалося переважно впливом війни, що стало тригером для зниження обсягу доходів підприємства.

Не зважаючи на певну волатильність у ключових показниках функціонування, підприємство постійно здійснювало прибуткову діяльність. Обсяги чистого прибутку підприємства у 2018-2022 роках мали тенденцію до скорочення на 873,7 млн.грн або на 29,5%, зокрема у 2021-2022 рр. чистий прибуток зменшився на 2295,4 млн.грн або на 52,4%.

У табл. 1.2 відображено укрупнений агрегований фінансово-майновий баланс підприємства, який побудовано на основі Фінансових звітів, що наведено в Додатках.

Таблиця 1.2

Обсяги активів ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2022 рр., млн.грн

Статті активів	Станом на дату:					Відхилення			
						Базисне, 2022/2018		Ланцюгове, 2022/2021	
	на 31.12. 2018	на 31.12. 2019	на 31.12. 2020	на 31.12. 2021**	на 31.12. 2022**	Абс, тис. грн	Відн, %	Абс, тис. грн	Відн, %
I. Необоротні активи	11823,6	16010,5	22109,3	16686,5	12459,2	635,6	5,4	-4227,3	-25,3
- основні засоби	8568,1	12304,6	15231,7	12870,4	9765,6	1197,5	14,0	-3104,8	-24,1
- інші	3255,5	3705,9	6877,6	3816,1	2693,6	-561,9	-17,3	-1122,5	-29,4
II. Оборотні активи	18302,9	20881,1	22416,0	24906,9	18422,9	120,0	0,7	-6484,0	-26,0
- запаси товарів	13250,0	13885,9	15389,0	16122,3	12154,4	-1095,6	-8,3	-3967,9	-24,6
- дебіторська заборгованість	770,0	1467,8	2182,5	3472,0	3593,4	2823,4	366,7	121,4	3,5
- грошові кошти та їх еквіваленти	690,0	921,1	642,8	684,8	555,6	-134,4	-19,5	-129,2	-18,9
- інші оборотні актив	3592,9	4606,3	4201,7	4627,8	2119,5	-1473,4	-41,0	-2508,3	-54,2
Активи разом	30126,5	36891,6	44525,4	41593,4	30882,1	755,6	2,5	-10711,3	-25,8

*побудовано за даними фінансової звітності підприємства

** дані за 2021-2022 рр. є розрахунковими (прогнозними)

Загальний обсяг активів підприємства за 2018-2022 рр. збільшився на 755,6 млн.грн або на 2,5%. Оборотні активи підприємства у 2018-2022 рр. зросли на значну величину - 120,0 млн.грн (+0,7%) переважно за рахунок зростання товарної дебіторської заборгованості. Однак, обсяги залишку запасів (товари, інші запаси) скоротилися на 1095,6 млн.грн (-8,3%).

В тому числі можна було спостерігати зростання обсягу необоротних активів переважно за рахунок збільшення основних засобів на 1197,5 млн.грн (+14,0%). У 2022 році обсяг основних засобів склав 9765,6 млн.грн, що на 24,1% менше порівняно з 2021-м роком. Обсяг запасів підприємства станом на кінець

2022 року становив 12154,4 млн.грн, що на 24,6% менше порівняно з попереднім роком.

У структурі активів підприємства переважала частка оборотних активів (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Структура активів підприємства ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2022 рр., %

*складено за даними фінансової звітності підприємства (Додаток А)

** дані за 2021-2022 рр. є розрахунковими (прогнозними)

Характеризуючи структуру формування активів ТОВ «Епіцентр К», варто відзначити, що співвідношення оборотних та необоротних активів є на користь оборотних активів. У 2018 році і складі активів переважала частка оборотних активів – 55%, у 2022 році – аналогічно, частка оборотних активів переважала та складала 48%.

У табл. 1.3 наведено показники обсягу пасивів підприємства ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2022 рр. Як свідчать дані табл. 1.3 в цілому за 2018-2022 рр. обсяг власного капіталу підприємства збільшився на 1517,2 млн.грн (+12,2%), а за 2021-2022 рр. – скоротився на 2295,4 млн.грн (-14,1%). Позиковий капітал переважно складався з довгострокового капіталу та поточних зобов'язань, сформованих за рахунок товарної кредиторської заборгованості та іншої поточної заборгованості.

Таблиця 1.3

Обсяги капіталу ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2022 рр., млн.грн

Статті пасивів	На дату					Відхилення			
						Базисне, 2022 / 2018		Ланцюгове, 2022 / 2021	
	на 31.12. 2018	на 31.12. 2019	на 31.12. 2020	на 31.12. 2021**	на 31.12. 2022**	Абс, млн. грн	Відн, %	Абс, млн. грн	Відн, %
I. Власний капітал	12458,6	14700,9	17846,7	16271,2	13975,8	1517,2	12,2	-2295,4	-14,1
- зареєстрований та додатковий капітал	158,6	158,6	158,6	158,6	158,6	0,0	0,0	0,0	0,0
- нерозподілений прибуток	-509,0	14542,3	17688,1	16112,6	13817,2	14326,2	-2814,6	-2295,4	-14,2
- інші статті власного капіталу	12967,6	158,6	158,6	158,6	158,6	-12809,0	-98,8	0,0	0,0
III. Зобов'язання та забезпечення	16754,9	19925,3	22223,5	22461,9	15189,4	-1565,5	-9,3	-7272,4	-32,4
- довгострокові зобов'язання	910,0	2265,4	4455,1	2860,4	1716,9	806,9	88,7	-1143,5	-40,0
- кредиторська заборгованість	13454,1	14514,1	16290,1	16544,8	11235,9	-2218,2	-16,5	-5308,9	-32,1
- кредиторська заборгованість з оплати праці та страхування, з бюджетом	383,1	458,2	482,2	511,3	447,2	64,1	16,7	-64,1	-12,5
- інші статті поточних зобов'язань	2917,8	4953,1	5451,3	5405,8	3506,4	588,6	-	-1899,4	-35,1
Пасиви разом	30126,5	36891,6	44525,4	41593,4	30882,1	755,6	2,5	10711,3	-25,8

*складено за даними фінансової звітності підприємства (Додаток А)

** дані за 2021-2022 рр. є розрахунковими (прогнозними)

У 2022 році відбулося зростання довгострокових кредитів на 806,9 млн.грн (+88,7%), товарно кредиторської заборгованості – 2218,2 млн.грн (-16,5%) порівняно з 2018-м роком.

Структуру капіталу підприємства ТОВ «Епіцентр К» за 2019-2021 рр. наведено на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Структура пасивів підприємства ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2022 рр., %

* складено за даними фінансової звітності підприємства (Додаток А)

** дані за 2021-2022 рр. є розрахунковими (прогнозними)

Аналізуючи склад капіталу, варто відмітити, що в його структурі переважає частка власного капіталу – 42-59% у 2018-2022 рр. Упродовж 2018-2022 років можна було спостерігати поступове скорочення частки позикового капіталу підприємства.

Показники рентабельності діяльності підприємства наведено в табл. 1.4. Рентабельність активів у 2022 році становила 5,8%. Даний показник порівняно з 2021-м скоротився на 4,4%, що дає змогу зробити висновки про зменшення результативності використання майнового потенціалу досліджуваного підприємства. Рентабельність реалізації у 2022 році складала 4,5%, що свідчило про генерування 0,045 грн прибутку з кожної грн. обороту підприємства. Даний показник мав динаміку до скорочення лише у 2020 та 2022 рр. на 1,9% та на 2,5% відповідно. Основною причиною зниження рентабельності у наведених роках

було те, що у даному періоді мало зниження обсягу чистого фінансового результату (прибутку).

Таблиця 1.4

Показники чистої рентабельності використання ресурсів ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2022 рр.

Показники	Значення показника по роках					Абсолютне відхилення, %			
	2018	2019	2020	2021	2022	2019 / 2018	2020 / 2019	2021 / 2020	2022 / 2021
Рентабельність реалізації	7,2	8,2	6,3	7,1	4,5	1,0	-1,9	0,8	-2,5
Рентабельність активів	12,8	10,8	7,8	10,2	5,8	-2,1	-3,0	2,4	-4,4
Рентабельність власного капіталу	24,6	26,5	19,5	25,7	13,8	2,0	-7,0	6,2	-11,9
Рентабельність основних засобів	40,3	34,5	23,0	31,2	18,4	-5,8	-	8,2	-12,7
Рентабельність витрат на оплату праці	75,0	76,4	60,9	95,2	52,6	1,5	-	34,3	-42,6

*складено за даними фінансової звітності підприємства (Додаток А)

** дані за 2021-2022 рр. є розрахунковими (прогнозними)

У 2018-2019 рр. відбулося зростання рентабельності реалізації на 1,0%. У 2020-2021 рр. приріст даного показника зріс до 0,8%. Це свідчить про те, що динаміка прибутку почала зрівнюватися з динамікою доходів. Підприємство поступово наближалось до точки граничної прибутковості (максимальна точка обсягів діяльності, при якій ефект масштабу перестає проявлятися).

Рентабельність власного капіталу мала тенденцію до скорочення у 2019 та 2022 рр. Темпи зростання власного капіталу у 2022 році почали випереджати темпи зростання чистого прибутку. Аналогічну динаміку мав показник рентабельності основних засобів та рентабельності витрат на оплату праці. Можемо зробити висновки про те, що інтенсивність використання ресурсної бази досягла свого піку, що стало причиною спадної граничної маржинальності від використання ресурсів праці та основних засобів.

Важливо також проаналізувати показники фінансового стану підприємства, динаміка яких відображається у зміні платоспроможності та фінансової стійкості. Результати розрахунків наведено у табл. 1.5. Значення показників платоспроможності досліджуваного підприємства мали загальний позитивний тренд.

Таблиця 1.5

**Показники ефективності використання фінансових ресурсів ТОВ
«Епіцентр К» за 2018-2022 рр.**

Показники	Станом на дату:					Відхилення, пунктів			
	31.12. 2018	31.12. 2019	31.12. 2020	31.12. 2021	31.12. 2022	2019 / 2018	2020 / 2019	2021 / 2020	2022 / 2021
Показники платоспроможності									
Коефіцієнт загальної платоспроможності	0,66	0,92	0,85	1,31	1,14	0,26	-0,07	0,47	-0,17
Коефіцієнт проміжної платоспроможності	0,30	0,41	0,39	0,58	0,52	0,11	-0,02	0,19	-0,06
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	0,03	0,05	0,04	0,07	0,05	0,02	-0,01	0,03	-0,01
Показники фінансової стійкості									
Коефіцієнт самофінансування	0,21	0,46	0,38	0,62	0,54	0,26	-0,08	0,24	-0,09
Коефіцієнт фінансового леверіджу	3,85	1,15	1,63	0,60	0,86	-2,69	0,48	-1,03	0,25
Коефіцієнт маневренності власного капіталу	-1,29	-0,09	-0,25	0,19	0,12	1,21	-0,16	0,44	-0,07

*складено за даними фінансової звітності підприємства (Додаток А)

** дані за 2021-2022 рр. є розрахунковими (прогнозними)

Так, якщо на початок 2019-го року рівень загального покриття поточних зобов'язань оборотними активами (коефіцієнт загальної платоспроможності) становив 0,92 пункти, то на кінець 2022 року даний показник зріс до 1,14 пункти.

Однак, упродовж 2021-2022 рр. можна було спостерігати тенденцію до зменшення наведеного показника на 0,17 пункти. Аналогічну динаміку мали показники проміжної та абсолютної ліквідності. У 2022 році відбулося

скорочення оборотних активів в частині матеріальних запасів, що вплинуло на зниження ліквідності підприємства. Показники фінансової стійкості досліджуваного підприємства також демонстрували позитивну динаміку. Зокрема, варто відмітити зростання рівня самофінансування - на початок 2019-го року він становив 0,46 пункти, а у 2022 році – 0,54 пункти. Однак, внаслідок зростання обсягу поточних зобов'язань відбулося зниження рівня самофінансування на 0,09 пункти у 2021-2022 рр.

Зростання обсягу кредиторської заборгованості також сприяло збільшенню рівня використання позикових ресурсів – коефіцієнт фінансового леверіджу у 2021-2022 рр. зріс на 0,25 пункти, склавши наприкінці 2022 року 0,86 пункти. Рівень маневренності власного капіталу отримав додатне значення починаючи з кінця 2021 року, визначивши позитивний тренд до збільшення обсягу самофінансування оборотних активів.

Важливим індикатором фінансового стану підприємства є рівень інтенсивності використання оборотних активів та їх складових, інтенсивність залучення поточних товарних кредитів. Динаміку показників ділової активності відображено у табл. 1.6.

У 2019-2020 роках спостерігалось зменшення рівня оборотності основних складових оборотних активів – товарних запасів та дебіторської заборгованості. Так, коефіцієнт оборотності оборотних активів зменшився на 1,12 пункти, коефіцієнт оборотності запасів – на 3,04 пункти, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості – на 4,32 пункти, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості – на 7,24 пнукти.

Рівень оборотності як оборотних активів в цілому, так і їх складових відображався у показниках зміни тривалості обороту запасів, дебіторської заборгованості, кредиторської заборгованості, тривалості операційного та фінансового циклу.

У 2021-2022 рр. тривалість операційного циклу зросла на 5,79 дні за рахунок зростання тривалості обороту запасів на 3,71 дні та дебіторської заборгованості товарного характеру - на 2,08 дні.

Таблиця 1.6

Показники ділової активності ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2022 рр.

Показники	Роки					Відхилення, пунктів			
	2018	2019	2020	2021 **	2022 **	2019 / 2018	2020 / 2019	2021 / 2020	2022 / 2021
<i>Коефіцієнти оборотності, в разях</i>									
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	4,91	6,00	4,89	5,87	5,29	1,09	-1,12	0,98	-0,57
Коефіцієнт оборотності запасів	6,89	9,91	6,86	8,04	7,42	3,01	-3,04	1,18	-0,61
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	17,29	21,42	17,10	20,87	18,62	4,13	-4,32	3,77	-2,25
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	21,11	31,56	24,32	30,11	27,92	10,45	-7,24	5,79	-2,19
<i>Періоди обороту в днях</i>									
Період обороту товарно-матеріальних запасів, дн	52,2	36,3	52,5	44,8	48,5	-15,88	16,12	-7,68	3,71
Період обороту дебіторської заборгованості, дн	20,8	16,8	21,1	17,3	19,3	-4,02	4,25	-3,80	2,08
Тривалість операційного циклу, дн	73,0	53,2	73,5	62,0	67,8	-19,90	20,37	-11,49	5,79
Період обороту кредиторської заборгованості, дн	17,1	11,4	14,8	12,0	12,9	-5,65	3,40	-2,85	0,94
Тривалість фінансового циклу, дн	56,0	41,7	58,7	50,1	54,9	-14,25	16,97	-8,64	4,85

*складено за даними фінансової звітності підприємства (Додаток А)

** дані за 2021-2022 рр. є розрахунковими (прогнозними)

Зростання тривалості обороту кредиторської заборгованості вплинуло на зміну тривалості фінансового циклу на 4,85 дні.

Отже, у даному питанні було проаналізовано основні економічні показники функціонування підприємства. Підприємство мало доволі стійкий фінансовий стан та завжди отримувало чистий прибуток. Рентабельність реалізації на підприємстві мала тенденцію до зниження лише у 2019 та 2021 рр. на 1,9% та на 2,5% внаслідок того, що у даному періоді підприємство отримало фінансовий збиток. Рівень платоспроможності підприємства можна охарактеризувати як задовільний.

1.2. Аналіз управління імпорними поставками автотоварів на підприємстві

З метою аналізу розвитку підприємства ТОВ «Епіцентр К» на ринку товарів для авто варто спочатку дати коротку організаційну характеристику компанії. ТОВ «Епіцентр К» - підприємство, що спеціалізується на імпорті та реалізації різних видів непродовольчих та продовольчих товарів на внутрішньому ринку України. Підприємство було засновано у 2003 році.

Для повнішої характеристики організації операцій з імпорту підприємства варто охарактеризувати організаційну схему здійснення операцій з імпорту. Організація проведення операцій з імпорту товарів на ТОВ «Епіцентр К» складається з елементів, які структурно представлено за допомогою рис. 1.3.



Рис. 1.3. Організаційна схема здійснення операцій з імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»

*складено за даними комерційного відділу підприємства

Дослідження зовнішнього ринку передбачає визначення ситуації на ринку товарів для авто, його кон'юнктури, характеристика попиту споживачів, цінового сегменту, аналіз можливих схем співробітництва з постачальниками. На даному

етапі відбувається вибір потенційного ринку покупців та потенційних постачальників, налагодження між підприємством та контрагентами попередніх контактів.

В більшій мірі функції моніторингу ринків покладаються на комерційний відділ підприємства. Відділ постачання здійснює аналіз ринкової кон'юнктури та визначає перспективи розвитку діяльності підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринку, оптимізує асортиментну структуру імпорту автотоварів шляхом визначення найбільш прибуткових позицій товарів та тих, що користуються найбільшим попитом.

Ключовою ланкою політики організації імпорту товарів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» є податкова, цінова, фінансова і логістична робота.

Відділ ЗЕД підприємства ТОВ «Епіцентр К» в процесі виконання операцій з імпорту товарів виконує наступні функції:

- організовує та забезпечує проведення митного оформлення вантажів які імпортуються підприємством та всіх інших супроводжуючих операцій;
- займається підготовкою всіх відповідних документів для їх подачі до митних органів;
- координує та забезпечує необхідною інформацією відповідні відділи та підрозділи структурної схеми ТОВ «Епіцентр К»;
- забезпечує виконання встановлених строків розмитнення відповідних вантажів;
- контролює забезпечення та юридичну відповідність вимогам митних органів контрактів, додатків, специфікацій та інших документів;
- забезпечує при потребі своєчасність замовлення та передачу імпортованих вантажів воєнізованій охороні для супроводження вказаних вантажів до пунктів призначення.
- у разі завершення митного оформлення здає оригінали митних документів - ВМД, СМР, інвойсів, та інш., в бухгалтерію, та формує ідентичний пакет копій для архіву митного відділу.

- отримує відповідну інформацію та план майбутніх комерційного відділу відділу.
- отримує оригінали контрактів, доповнень, специфікацій, заявок та інших необхідних документів, для відповідної підготовки повного пакету документів з подальшим митним оформленням;
- проводить перевірку вказаних документів на відповідність до вимог чинного митного законодавства.

В процесі організації імпорту товарів підприємство використовує власний автопарк. Постачання здійснюються на умовах DDP (продавець здійснює доставку до пункту призначення).

Надалі проаналізуємо основні показники здійснення операцій з імпорту автотоварів на досліджуваному підприємстві. Спочатку пропонуємо розглянути показники загального обсягу імпорту автотоварів, порівняємо імпорт з показниками виручки та собівартості реалізованих товарів (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Порівняльна оцінка динаміки собівартості та обсягів імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2022 рр.

Показники	Роки					Абсолютне відхилення		Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2021	2022	2018 - 2022	2021 - 2022	2018 - 2022	2021- 2022
Собівартість реалізації, тис.грн	42746	61815	64119	93360	96179	53433	2819	125,0	3,0
Імпорт, млн.грн	19278	28559	28725	44346	47032	27753	2686	144,0	6,1
Частка імпорту у собівартості, %	45,1	46,2	44,8	47,5	46,1	1,0	-1,4	2,2	-2,9

*джерело: за даними ТОВ «Епіцентр К»

Як свідчать дані табл. 1.5, у 2018 році обсяг імпорту на підприємстві складав 19278 тис.грн. За 5 років обсяг імпорту у вартісному вимірнику збільшився на 27753 тис.грн або на 144,0%. У 2021-2022 році відбулося зростання імпорту на підприємстві на 2686 тис.грн або на 6,1%.

Характеризуючи рівень імпорту, важливо його порівняти з ключовими показниками функціонування підприємства – чистим доходом та собівартістю. Так, частка імпорту в структурі собівартості коливалася в межах 44-46%. Упродовж 2018-2019 рр. частка імпорту у собівартості незначно зросла, потім у 2019-2020 відбулося її зниження з 46,2% до рівня 44,8%. У 2021-2022 році можна помітити зростання частки імпорту у собівартості реалізації продукції на 2,9%.

У табл. 1.7 наведено обсяги імпорту на підприємстві за основними видами продукції.

Таблиця 1.7

**Обсяги імпорту на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»
за основними товарними позиціями в 2018-2022 рр.**

Види продукції	Роки					Абсолютне відхилення, тис.грн		Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2022	2021-2022	2018-2022	2021-2022
Запчастини для авто	4646	6340	6722	11175	12557	7911	1382	170,3	12,4
Мийні засоби для авто	4068	6340	6004	13703	9359	5292	-4344	130,1	-31,7
Масильні оливи	1754	2913	2413	3193	4092	2337	899	133,2	28,2
Акcesуари для авто	2718	3456	3849	4523	5691	2973	1168	109,4	25,8
Електроніка для авто	1812	2942	3189	3592	3668	1856	76	102,4	2,1
Інструменти та інвентар для авто	2718	3941	4424	5410	7572	4854	2162	178,6	40,0
Інші автотовари	1562	2627	2126	2749	4092	2530	1342	162,0	48,8
РАЗОМ	19278	28559	28725	44346	47032	27753	2686	144,0	6,1

*джерело: за даними ТОВ «Епіцентр К»

Товарна структура імпорту товарів характеризує асортимент завезення на територію України відповідних груп продукції, яка реалізується в супермаркетах мережі. Обсяги імпорту запчастин для авто у 2022 році збільшилися порівняно з 2018-м роком на 5292 тис.грн або на 130,1 %. У 2021-2022 році імпорт даної групи продукції зменшився на 4344 тис.грн або на 31,7%. У 2022 році можна

було спостерігати зростання обсягу імпорту мийних засобів для авто на 2337 тис.грн або на 133,2% порівняно з 2021-м роком.

На рис. 1.4 наведено структуру імпорту на підприємстві за основними товарними групами.

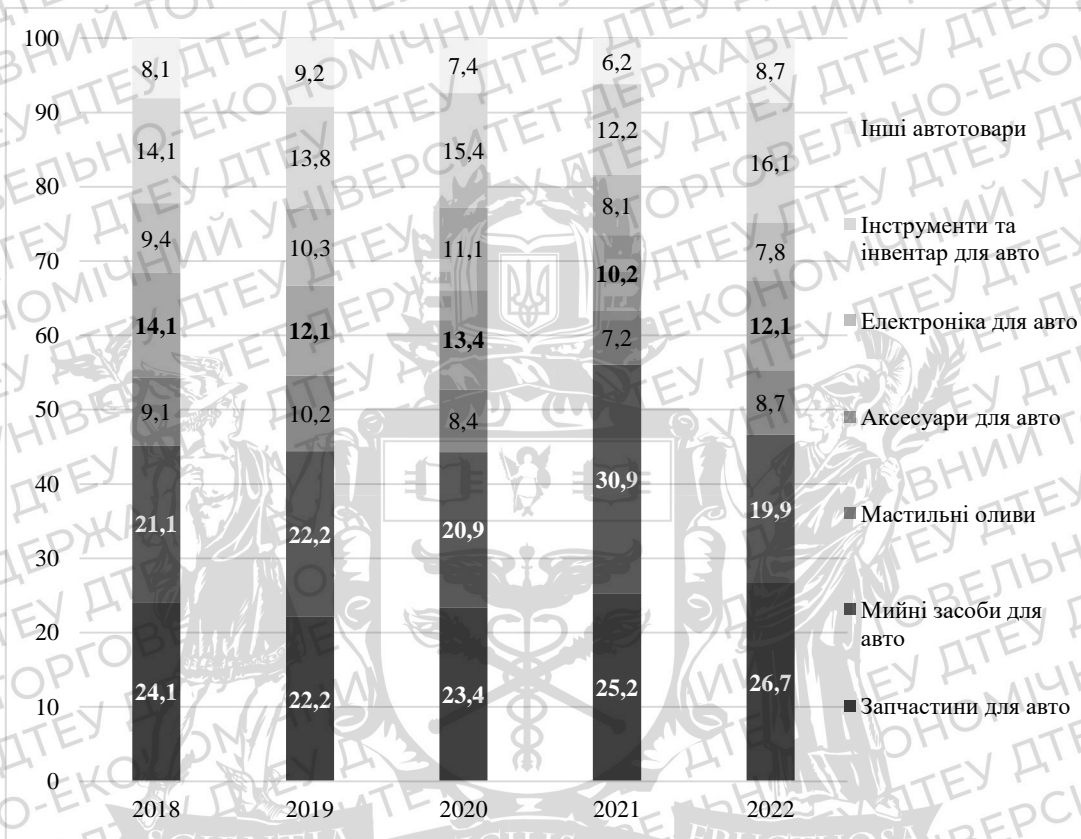


Рис. 1.4. Товарна структура імпорту на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» в 2018-2022 рр.

*джерело: за даними ТОВ «Епіцентр К»

Як свідчать дані рис. 1.4, у 2018 році у структурі імпорту на підприємство переважали такі групи як запчастини для авто – 24,1%, мийні засоби для авто – 21,1%, аксесуари для авто – 14,1% та інструменти та інвентар для авто – 14,2%.

У 2022 році питома вага запчастин для авто в загальній структурі імпорту зросла на 2,6% і склала 26,7%, питома вага мийних засобів для автомобілів скоротилася на 1,2% і склала 19,9%, питома вага мастильних матеріалів скоротилася на 2,0% і склала 8,7%. Варто відмітити, що товарна структура імпорту на підприємстві є відносно стабільною. Це зумовлено тим, що майже уся

продукція реалізується підприємствам, які мають налагоджений логістичний цикл та чіткі програми закупівель.

Проаналізуємо географічну структуру імпорту. В табл. 1.8 наведено обсяги імпорту на підприємстві за основними основними країнами, з яких відбувався імпорт продукції.

Таблиця 1.8

**Динаміка імпорту на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»
за основними географічними напрямками в 2018-2022 рр.**

Країни	Роки					Абсолютне відхилення, тис.грн		Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2022	2021-2022	2018-2022	2021-2022
Туреччина	4279,8	6996,8	6635,5	11840,4	13592,1	9312	1752	217,6	14,8
Китай	5571,5	8624,7	10140,0	17782,7	19424,0	13853	1641	248,6	9,2
Німеччина	3682,2	4512,2	2412,9	3192,9	4091,7	410	899	11,1	28,2
Іспанія	1079,6	1799,2	2355,5	2439,0	1928,3	849	-511	78,6	-20,9
Нідерланди	1368,8	1599,3	2556,6	3281,6	4468,0	3099	1186	226,4	36,2
США	1561,6	2627,4	2125,7	2749,5	2022,4	461	-727	29,5	-26,4
Інші	1735,1	2398,9	2499,1	3059,9	1505,0	-230	-1555	-13,3	-50,8
РАЗОМ	19278	28559	28725	44346	47032	27753	2686	144,0	6,1

*джерело: за даними ТОВ «Епіцентр К»

Як свідчать дані табл. 1.8, максимальне зростання обсягу імпорту за 5 років спостерігалося з Туреччини та Китаю. Варто відмітити, що до 2018 року підприємство значну частину товарів постачало з Німеччини. Однак, після 2018 року внаслідок суттєвої девальвації курсу гривні вартість імпорту стала дуже високою, що скоротило попиту на продукцію німецьких виробників з боку вітчизняних підприємств. Підприємство ТОВ «Епіцентр К» мусило переорієнтувати на більш дешеву продукцію турецьких та китайських виробників.

Обсяги зростання імпорту з Китаю за останні 5 років склали 13853 тис.грн або на 248,6%. У 2021-2022 років обсяги імпорту продукції з Китаю збільшився на 1641 тис.грн або на 9,2%.

Географічну структуру імпорту підприємства у відсотковому співвідношенні наведено на рис. 1.5. Як можемо бачити з рис. 1.5, в регіональній структурі імпорту досліджуваного на Китай припадало 28,9% у 2018 році, 30,2% у 2019 році, 35,3% у 2020 році, 40,1% у 2021 році, 41,3% у 2022 році. На Туреччину припадало 22,2% у 2018 році, 24,5% у 2019 році, 23,1% у 2020 році, 26,7% у 2021 році, 28,9% у 2022 році.

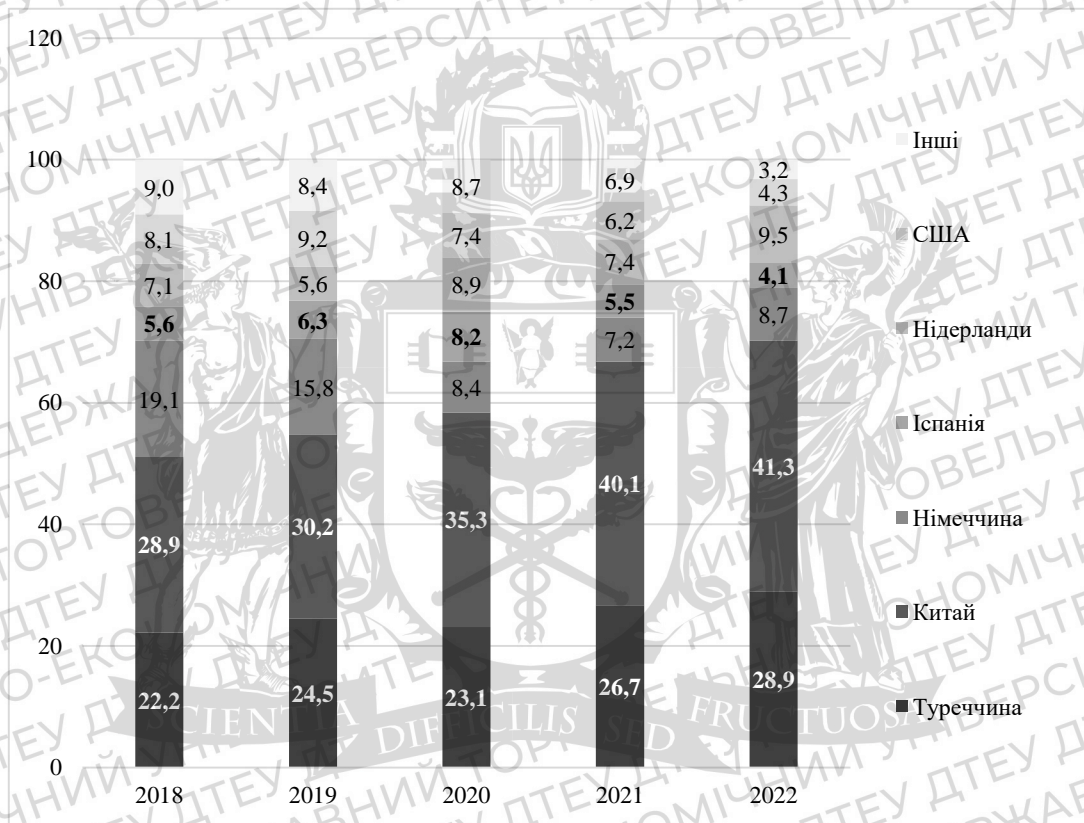


Рис. 1.5. Географічна структури імпорту продукції підприємства ТОВ «Епіцентр К» за 2018-2022 рр., %

*джерело: за даними ТОВ «Епіцентр К»

Зростання частки імпорту з Китаю у 2020-2022 рр. зумовлене переорієнтацією підприємства на закупівлю більше дешевих товарів для реалізації у Китайських виробників порівняно з виробниками країн ЄС та США. Варто також відмітити незначне зростання частки Німеччини у обсягах імпорту підприємства у 2021-2022 рр.

Отже, в процесі організації імпорту товарів підприємство використовує власний автопарк. Постачання здебільшого здійснюються на умовах EXW та FOB зі складу іноземного постачальника. Характеризуючи показники імпорту

автотоварів, важливо його порівняти з ключовими показниками функціонування підприємства – чистим доходом та собівартістю. Так, частка імпорту в структурі собівартості коливалася в межах 44-46%. Упродовж 2018-2019 рр. частка імпорту у собівартості незначно зросла, потім у 2019-2020 відбулося її зниження з 46,2% до рівня 44,8%. У 2021-2022 році можна помітити зростання частки імпорту у собівартості реалізації продукції на 2,9%. Товарна структура імпорту товарів характеризує асортимент завезення на територію України автотоварів, які реалізуються в супермаркетах мережі. У регіональній структурі імпорту досліджуваного на Китай припадало 28,9% у 2018 році, 30,2% у 2019 році, 35,3% у 2020 році, 40,1% у 2021 році, 41,3% у 2022 році. На Туреччину припадало 22,2% у 2018 році, 24,5% у 2019 році, 23,1% у 2020 році, 26,7% у 2021 році, 28,9% у 2022 році.



РОЗДІЛ 2

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ АВТОТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ЕПЦЕНТР К», М. КИЇВ

2.1. Аналіз світового ринку автотоварів

У даному питанні здійснено аналіз основних показників, що характеризують міжнародну торгівлю у секторі автотоварів. На сьогодні автомобілебудування є важливою галуззю США, що формує її експорт до різних країн світу. У той же час на території Китаю розміщено багато компаній, які виробляють комплектуючі та деталі, що використовуються машинобудівними підприємствами США для виготовлення кінцевої продукції.

У даному питанні спочатку варто розглянути динаміку обсягів світового експорту автотоварів, а також оцінити структуру зовнішньої торгівлі по даній групі товарів. З цією метою було побудовано часові ряди, що відображають обсягів світового експорту автомобільних товарів за 2017-2022 рр (рис. 2.1).

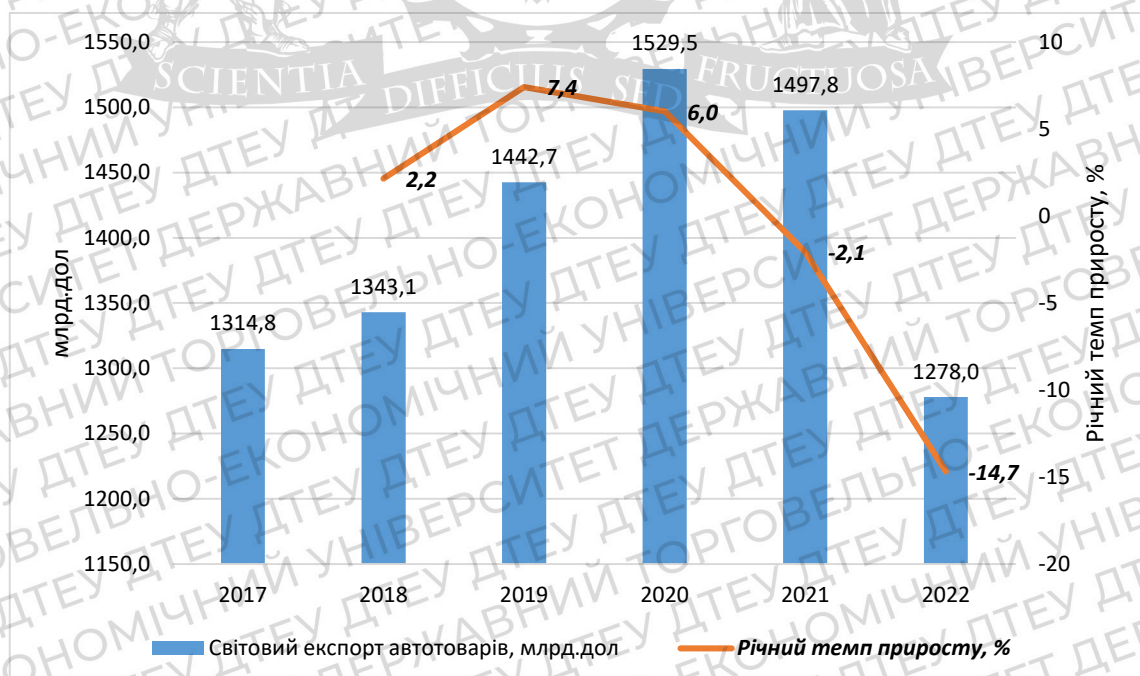


Рис. 2.1. Обсяги світового експорту автотоварів за 2017-2022 рр., млрд.дол

*джерело: за даними [25]

Статистичні дані дають змогу зробити висновки про те, що загальні обсяги експорту продукції, що належить до автомобільних товарів, мали хвилеподібні тенденції. У 2017 році обсяг світового експорту автотоварів становив 1314,8 млрд.дол, а у 2018 році даний показник збільшився на 2,2% до рівня 1343,1 млрд.дол. У 2018-2019 рр. обсяги експорту збільшилися на 7,4% до 1442,7 млрд.дол. У 2020 році обсяг світового експорту автотоварів становив 1529,5 млрд.дол, збільшившись на 6,0%. У 2021 році відбулося незначне зменшення світового експорту на 2,1%, у 2022 році – на 14,7%. Наведені показники свідчать про поступове скорочення присутності виробників на світовому ринку автомобільної продукції внаслідок економічної кризи, зумовлено як пандемією, так і війною росії проти України.

Важливо також розглянути товарну структуру світового експорту автотоварів. Відповідні показники відображено на рис. 2.2.

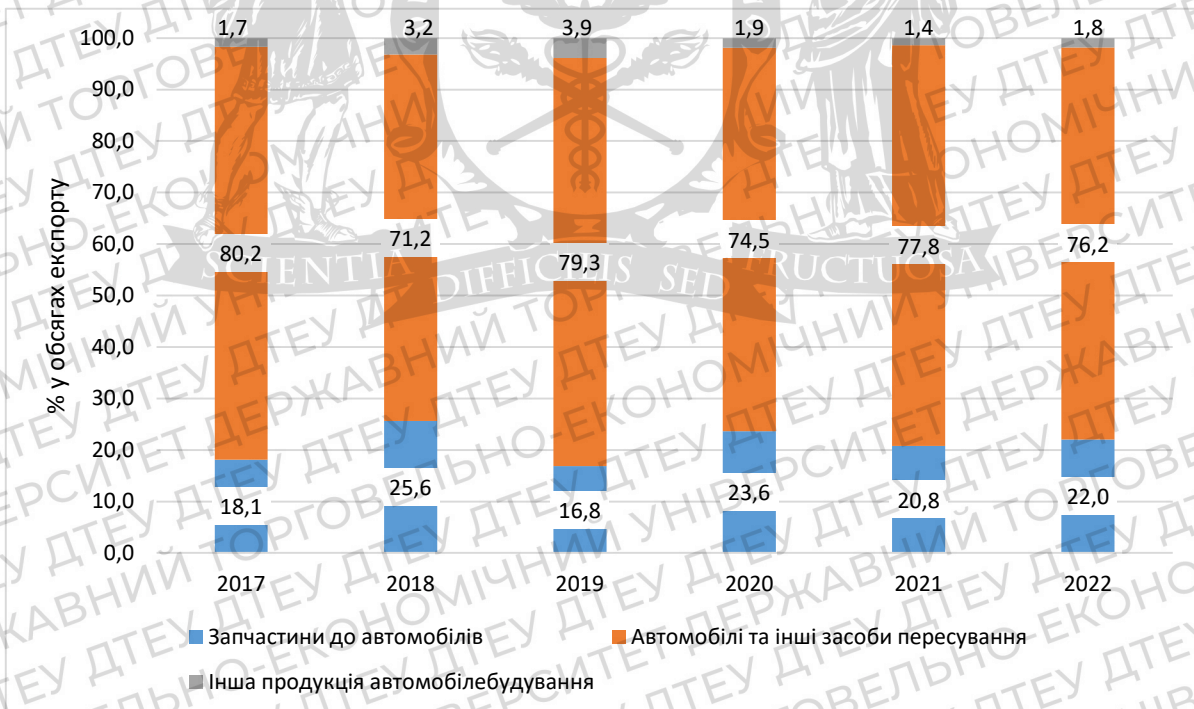


Рис. 2.2. Структура світового експорту автотоварів за 2017-2022 рр., %

*джерело: за даними [25]

Як можна спостерігати зі статистичних даних, в цілому за 2017-2022 роки найбільшу питому вагу у експорті складала автомобілі та інші (аналогічні і альтернативні) засоби пересування. На цю товарну групу припадало у 2017 році

80,2 році від загального обсягу світового експорту в межах загального ряду продукції автомобілебудування. У 2021 році частка наведеної товарної групи скоротилася до 77,8%, а у 2022 році до 76,2%. Можна помітити зростання частки запчастин для автомобілів у загальній структурі експорту.

На інші товарні групи припадало від 7 до 1% в загальному обсязі експорту в рамках продукції автомобільного ряду (запчастини, товари для обслуговування авто). Зростання експорту запчастин та зниження частки готових виробів свідчить про наявність певних проблем з експортом готової продукції. Запчастини в проміжному споживанні автомобілебудівної галузі використовуються переважно для складання агрегатних електричних установок авто. Певні проблеми для експорту готових виробів складають запроваджені тарифні обмеження.

Важливо також звернути увагу на показники рейтингу різних товарів у структурі формування експорту в рамках продукції автомобілебудування (рис. 2.3).

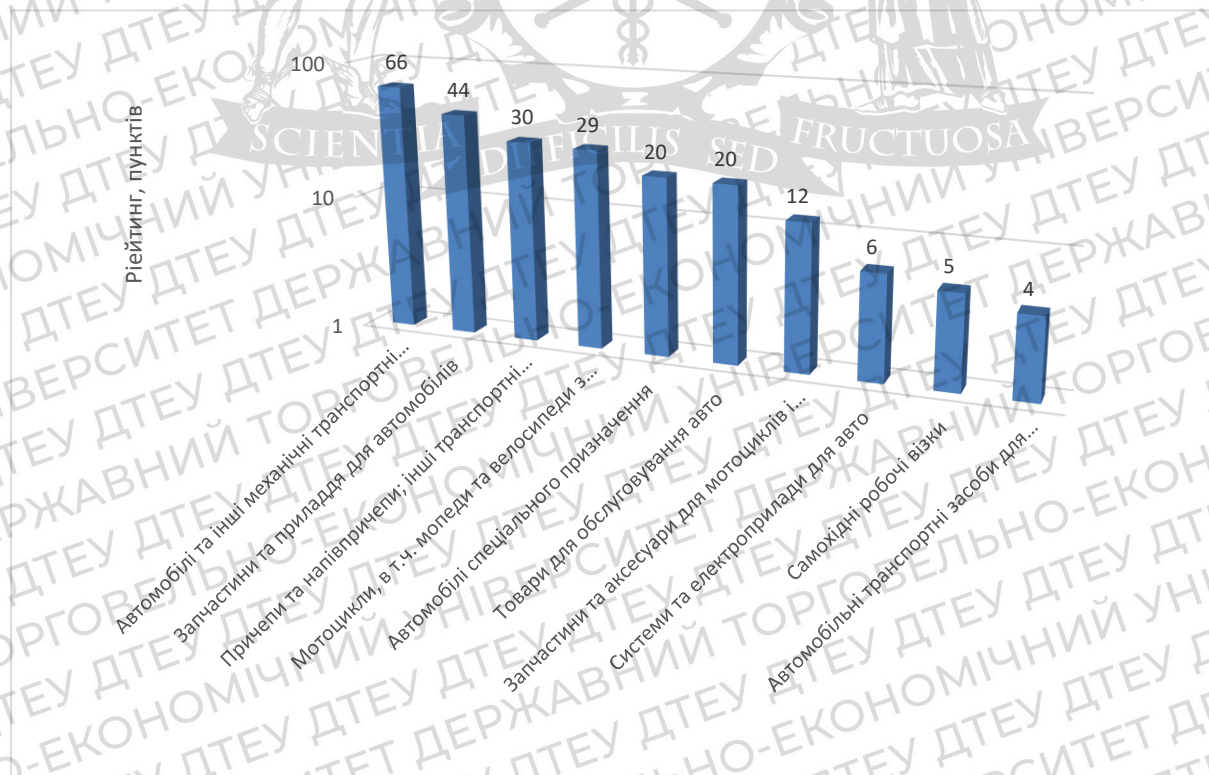


Рис. 2.3. Рейтинг автотоварів за динамікою експорту у 2022 році, пунктів

*джерело: за даними [25]

Як бачимо, позиції «Автомобілі та інші механічні транспортні засоби» та «Запчастини та приладдя для автомобілів» мали найбільші темпи приросту в обсягах світового експорту.

Важливо також розглянути показники експорту автотоварів у розрізі регіональної структури (Додаток Б та табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Географічна структура світового експорту автотоварів у 2017-2022

пр., %

Країна	Роки						Абсолютне відхилення, %					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	
Німеччина	18,3	18,1	17,8	17,2	16,3	16,5	-0,1	-0,4	-0,6	-0,9	0,2	
Японія	10,1	10,6	10,1	10,0	9,9	9,6	0,4	-0,4	-0,1	-0,1	-0,3	
Сполучені Штати Америки	9,6	9,3	9,0	8,5	8,9	8,2	-0,4	-0,3	-0,5	0,4	-0,7	
Китай	4,7	4,5	4,7	4,9	4,9	5,9	-0,2	0,2	0,2	0,0	1,0	
Мексика	6,8	6,5	7,0	7,5	8,1	7,9	-0,3	0,5	0,5	0,5	-0,2	
Південна Корея	5,2	4,7	4,3	4,0	4,2	4,2	-0,6	-0,4	-0,3	0,2	0,0	
Іспанія	3,8	4,0	3,7	3,7	3,6	3,8	0,2	-0,3	0,0	-0,1	0,2	
Бельгія	3,1	3,4	3,4	3,4	3,7	3,9	0,2	0,0	0,0	0,3	0,2	
Франція	3,3	3,4	3,5	3,7	3,5	3,4	0,1	0,2	0,2	-0,2	-0,1	
Італія	2,9	2,9	3,0	2,9	2,8	3,0	0,1	0,1	-0,1	-0,2	0,2	
Канада	4,6	4,8	4,3	3,9	4,1	3,6	0,2	-0,5	-0,4	0,1	-0,5	
Чеська Республіка	2,4	2,5	2,6	2,7	2,7	2,8	0,2	0,1	0,0	0,0	0,2	
Об'єднане Королівство	3,8	3,8	3,7	3,6	3,4	2,8	0,0	-0,1	-0,2	-0,2	-0,5	
Словаччина	1,5	1,6	1,6	1,8	1,9	2,3	0,1	-0,1	0,3	0,1	0,4	
Таїланд	2,0	2,0	2,0	2,0	1,9	1,9	0,0	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	
Польща	1,6	1,8	1,8	2,0	2,0	1,9	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	
Нідерланди	1,3	1,5	1,6	1,7	1,7	1,7	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	
Туреччина	1,3	1,5	1,7	1,7	1,8	1,7	0,2	0,2	0,1	0,0	-0,1	
Швеція	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,6	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	
Інші	12,3	11,8	12,7	13,2	13,2	13,2	-0,5	0,9	0,5	0,0	0,0	

*джерело: за даними [26]

Можна зробити висновки про те, що на світовому ринку за обсягами експорту автотоварів домінують такі країни як Німеччина (18,3% у 2017 році та 16,5% у 2022 році), Японія (10,1% у 2017 році та 9,6% у 2022 році), Сполучені

Штати Америки (9,6% у 2017 році та 8,2% у 2022 році), Китай (4,7% у 2017 році та 5,9% у 2022 році), Мексика (6,8% у 2017 році та 7,9% у 2022 році), Південна Корея (5,2% у 2017 році та 4,2% у 2022 році).

Також варто додатково проаналізувати особливості динаміки обсягів експорту в розрізі окремих країн. З цією метою було розраховано середньорічні темпи зростання обсягів експорту автотоварів за країнами впродовж 2017-2022 рр. Результати наведено на рис. 2.4.

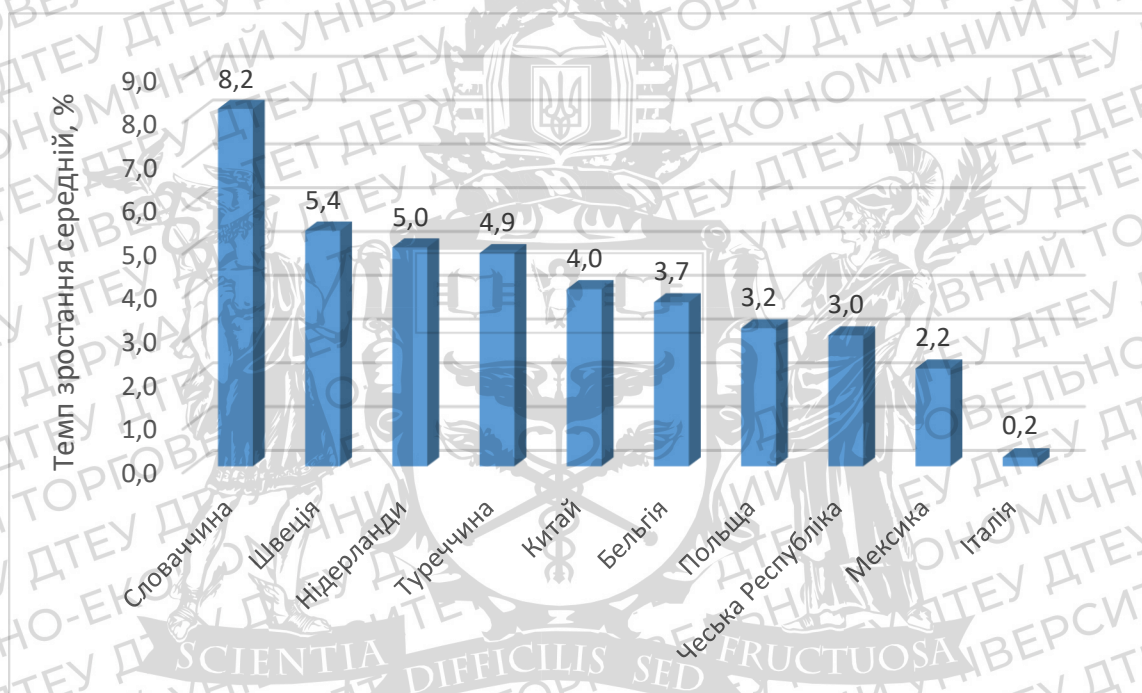


Рис. 2.4. ТОП-10 країн за динамікою експорту автотоварів у 2017-2022 рр., %

*джерело: за даними [26]

Виходячи зі статистичних даних, можемо відмітити, що найбільші темпи позитивної динаміки зростання експорту автотоварів впродовж 2017-2022 рр. спостерігалися у таких країнах як Словаччина - 8,2%, Швеція - 5,4%, Нідерланди - 5,0%, Туреччина - 4,9%, Китай - 4,0%, Бельгія - 3,7%, Польща - 3,2%, Чеська Республіка - 3,0%, Мексика - 2,2%, Італія - 0,2%.

Отже, за 2017-2022 роки найбільшу питому вагу у експорті склали автомобілі та інші (аналогічні і альтернативні) засоби пересування. Позиції «Автомобілі та інші механічні транспортні засоби» та «Запчастини та приладдя для автомобілів» мали найбільші темпи приросту в обсягах світового експорту. На світовому ринку за обсягами експорту автотоварів домінують такі країни як

Німеччина (18,3% у 2017 році та 16,5% у 2022 році), Японія (10,1% у 2017 році та 9,6% у 2022 році), Сполучені Штати Америки (9,6% у 2017 році та 8,2% у 2022 році), Китай (4,7% у 2017 році та 5,9% у 2022 році). Також можна зробити висновки про те, що політика протекціонізму впливає на скорочення проміжного споживання у секторі автомобілебудування. Водночас відбувається зростання обсягів імпортозаміщення запасних частин та деталей в ряді країн світу.

2.2. Дослідження особливостей внутрішнього ринку автотоварів в Україні

Ринок товарів для авто в сучасних умовах є динамічним та демонструє швидкі темпи зростання. Тенденції вітчизняного ринку товарів для авто в певній мірі повторюють світові тренди, але з деяким запізненням. Для оцінки ємності ринку автотоварів та його динаміки варто перейти до розгляду показників виробництва за останні 5 років (рис. 2.5).

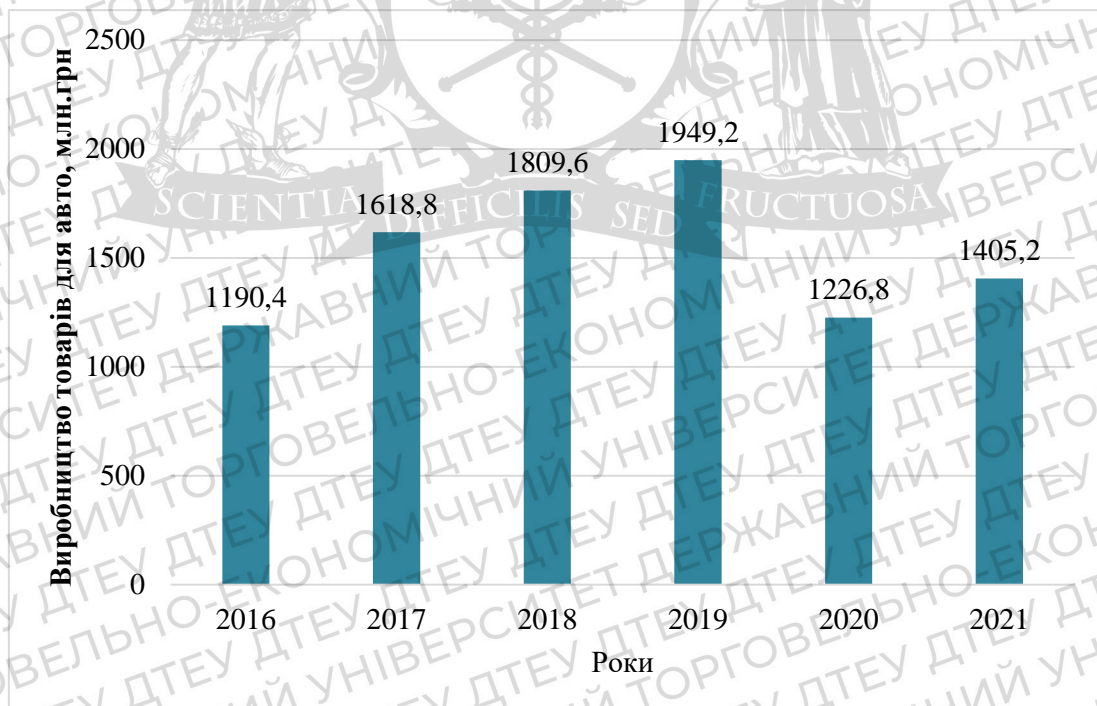


Рис. 2.5. Показники внутрішнього виробництва товарів для авто у 2016-2021 рр. в Україні, млн.грн

*джерело: за даними [4]

Як свідчать дані рис. 2.5, показники розвитку виробництва товарів для авто в Україні мали позитивну динаміку у 2016-2018 рр. Обсяги власного

виробництва у 2016 році склали 1190,4 млн.грн. У 2017 році даний показник становив 1618,8 млн.грн, що на 36,0% більше порівняно з 2016 роком. У 2018 році обсяг виробництва товарів для авто становив 1809,6 млн.грн, що на 11,8% перевищує аналогічний показник рівня 2017 року. У 2019 році обсяг виготовлення товарів для авто становив 1949,2 млн.грн, що на 7,7% перевищує аналогічний показник рівня 2018 року. У 2019-2020 рр. можна було спостерігати скорочення обсягів внутрішнього виробництва товарів для авто. Так, зниження виробництва по наведеній товарній групі у 2020 році по відношенню до попереднього року склало -37,1%, що було спричинене впливом пандемії коронавірусу (рис. 2.6).

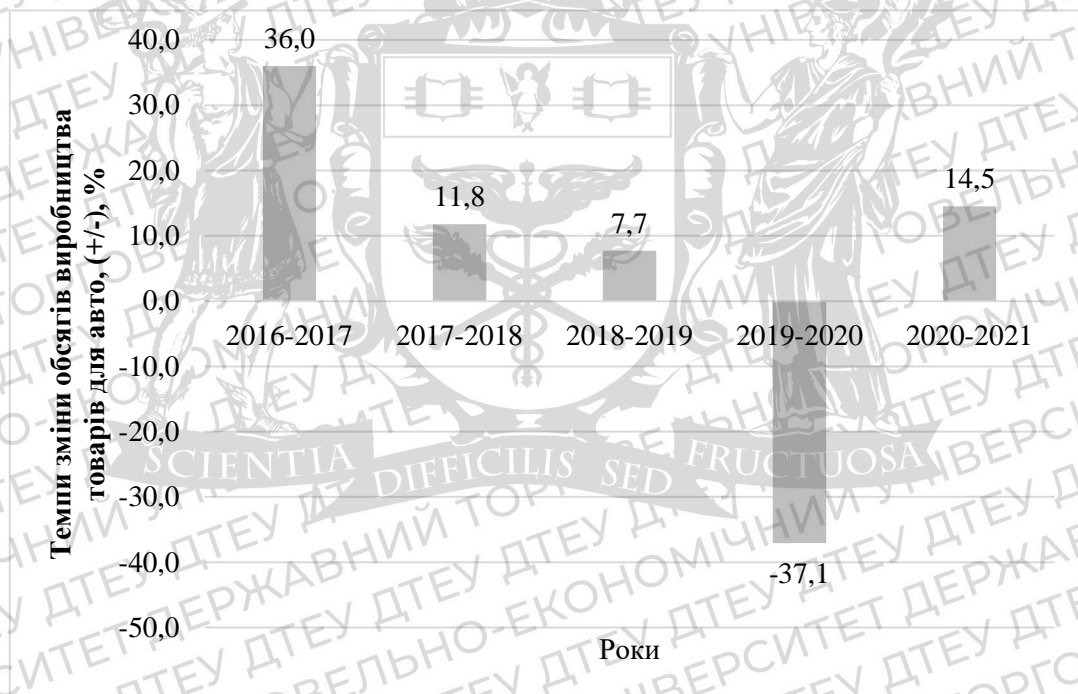


Рис. 2.6. Темпи динаміки внутрішнього виробництва товарів для авто у 2017 -2021 рр. в Україні, %

*джерело: за даними [4]

У 2021 році обсяг виробництва товарів для авто становив 1405,2 млн.грн, що на 14,5% перевищує аналогічний показник рівня 2020 року. Дані за 2022 рік поки є відсутніми у державній статистиці.

Варто відмітити, що попри наявність власного виробництва товарів для авто на ринку України все ж таки більша частина попиту задовольняється за

рахунок продукції, що імпортується з інших країн, таких як Китай, Словаччина, Німеччина, Франція, Італія, Швеція тощо.

Тому надалі варто охарактеризувати основні показники експорту та імпорту товарів для авто на внутрішньому ринку України. Задля цього було використано дані Державної служби статистики України, показники репрезентовано на рис. 2.7.

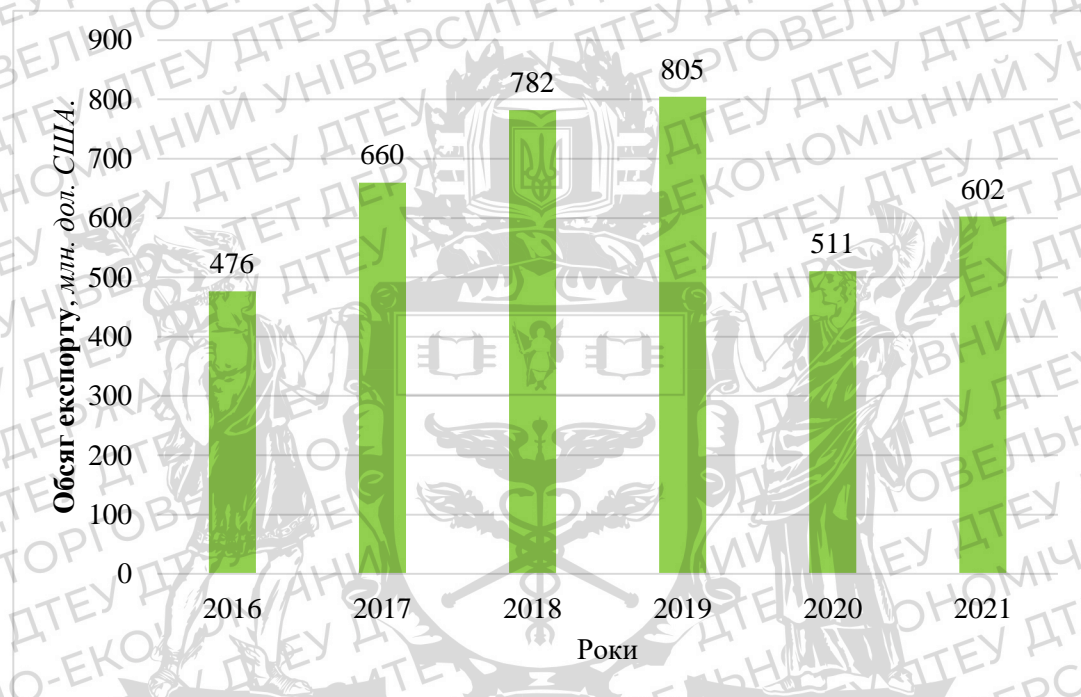


Рис. 2.7. Експорт товарів для авто з України на світовий ринок за період 2017-2021 рр., млн.дол [4]

З даних рис. 2.7 можемо помітити, що обсяги експорту товарів для авто у 2016-2017 роках збільшилися з 476 млн.дол до 660 млн.дол. або на 38,6%. У 2018 році обсяг експорту товарів для авто становив 782 млн.дол, що на 18,5% перевищує аналогічний показник рівня 2018 року. У 2019 році обсяг експорту товарів для авто становив 805 млн.дол, що на 2,9% перевищує аналогічний показник рівня 2018 року. У 2020 році спостерігалось скорочення обсягу експорту товарів для авто до рівня 511 млн.дол або на 36,5%, що було спричинено економічною кризою та блокуванням логістики через пандемію коронавірусу. У 2021 році відбулося незначне зростання обсягів експорту автотоварів на 18,0% до рівня 602 млн.дол (рис. 2.7 та рис. 2.8).

Що стосується 2022 року, то тут варто розглядати вплив чинника війни. Більшість промислових центрів, які виготовляли автотовари, що експортувалися з України, знаходяться на сході країни, зокрема у Дніпропетровській, Донецькій та Запорізькій областях. Частина виробничих потужностей функціонувала у м. Харків. Однак, після повномасштабного вторгнення росії на територію України відбулося різке зупинення більшості виробництв.

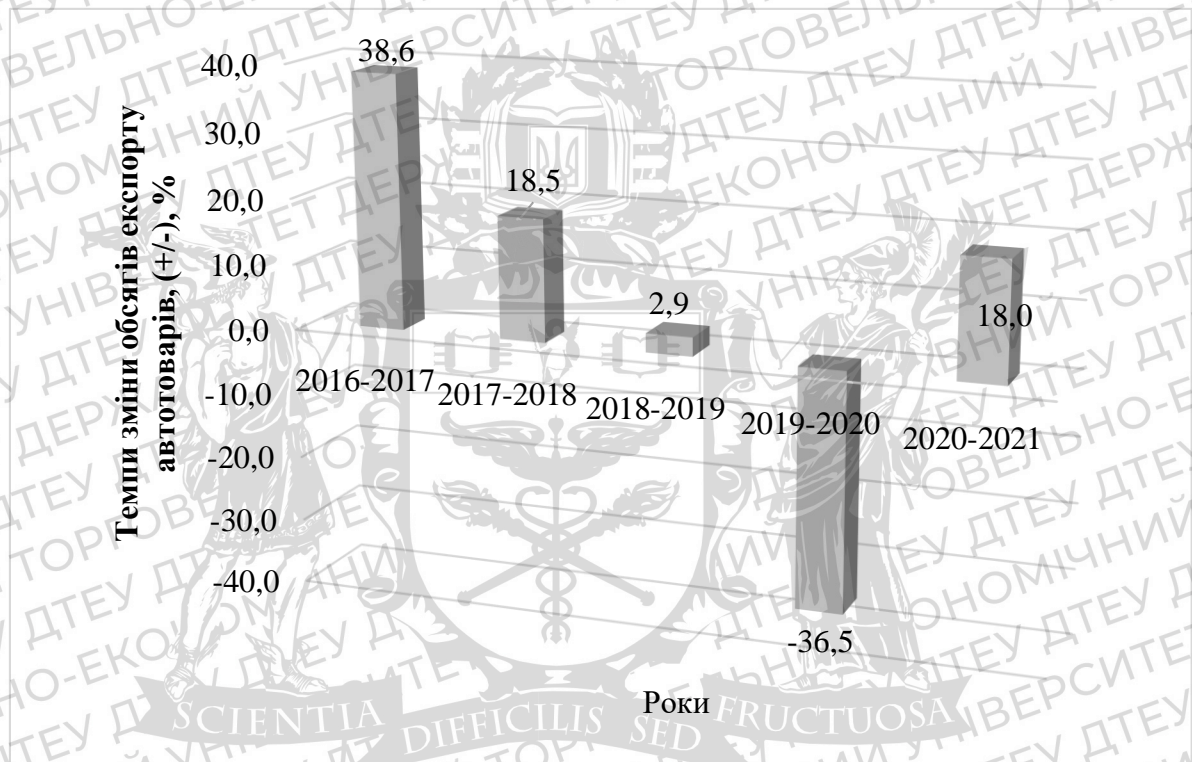


Рис. 2.8. Темпи динаміки експорту товарів для авто у 2017 -2021 рр. в Україні, %

*джерело: за даними [4]

У другій половині 2022 року деяким підприємствам вдалося відновити свою роботу, але частково. Деякі підприємства релокували виробництва на Західні регіони України. Нині поки відсутньою є офіційна статистика експорту товарів для авто за 2022 рік. Аналогічно, відсутньою є статистика по імпорту за цей рік.

Показники імпорту товарів для авто в Україну за 2016-2021 рр. наведено на рис. 2.9. З даних рис. 2.9 можемо помітити, що обсяги імпорту товарів для авто у 2016-2017 роках збільшилися з 9842,3 млн.дол до 10496,2 млн.дол. або на 6,6%. У 2018 році обсяг імпорту товарів для авто становив 11874,5 млн.дол,

що на 13,1% перевищує аналогічний показник рівня 2018 року. У 2019 році обсяг імпорту товарів для авто становив 12124,9 млн.дол, що на 2,1% більше за аналогічний показник рівня 2018 року.

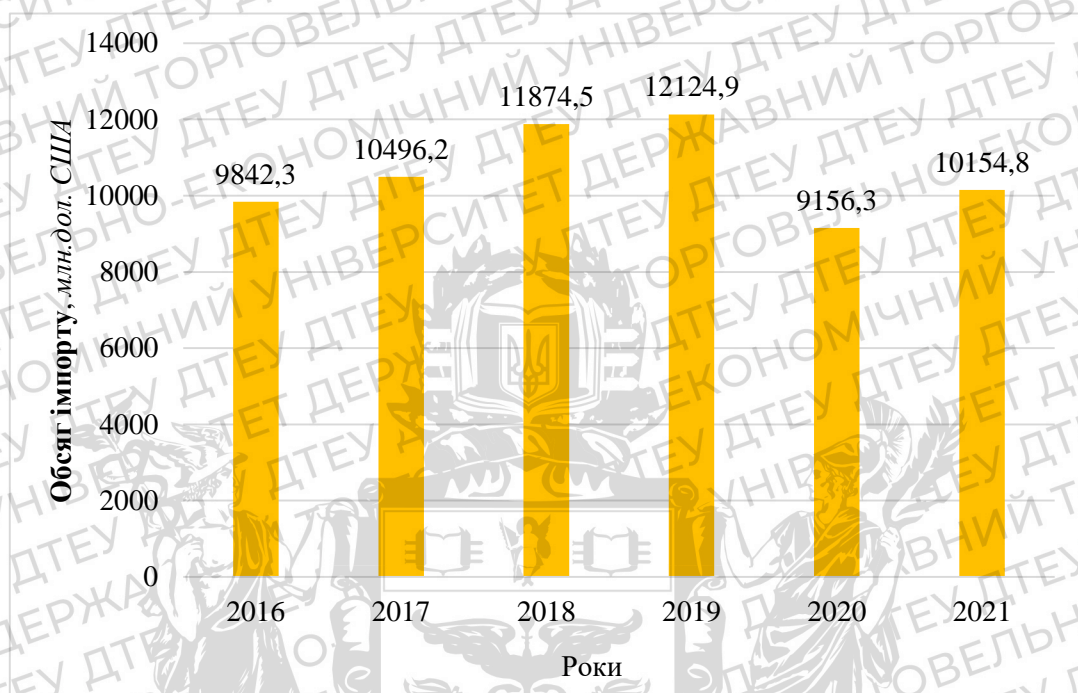


Рис. 2.9. Показники імпорту товарів для авто в Україну протягом 2016-2021 рр., млн.дол

*джерело: за даними [4]

Відповідні значення темпів динаміки імпорту товарів для авто наведено на рис. 2.10.

У 2020 році спостерігалось скорочення обсягу імпорту товарів для авто до рівня 9156,3 млн.дол або на 24,5%, що було спричинено економічною кризою та блокуванням логістики через пандемію коронавірусу. У 2021 році відбулося збільшення обсягів імпорту автотоварів на 10,9% до рівня 10154,8 млн.дол (рис. 2.7 та рис. 2.8).

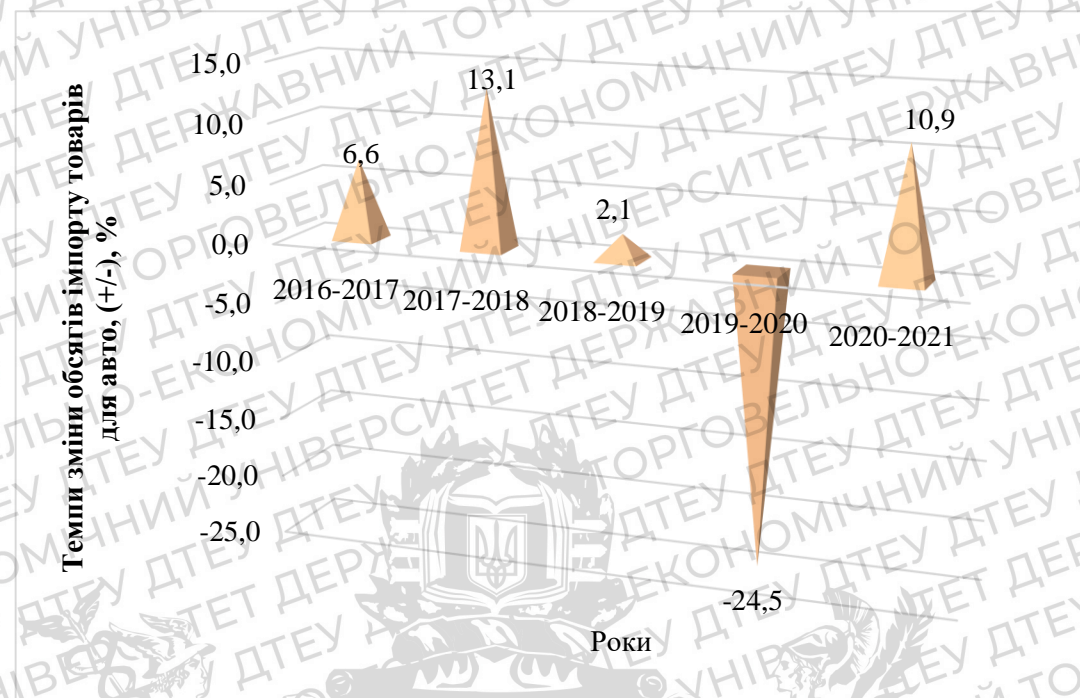


Рис. 2.10. Темпи динаміки імпорту товарів для авто у 2017-2021 рр. %

*джерело: за даними [4]

Важливо навести також регіональну структуру імпорту товарів для авто в Україну. На рис. 2.11 наведено частки різних країн-постачальників автотоварів, які імпортувалися в Україну станом на 2021 рік.

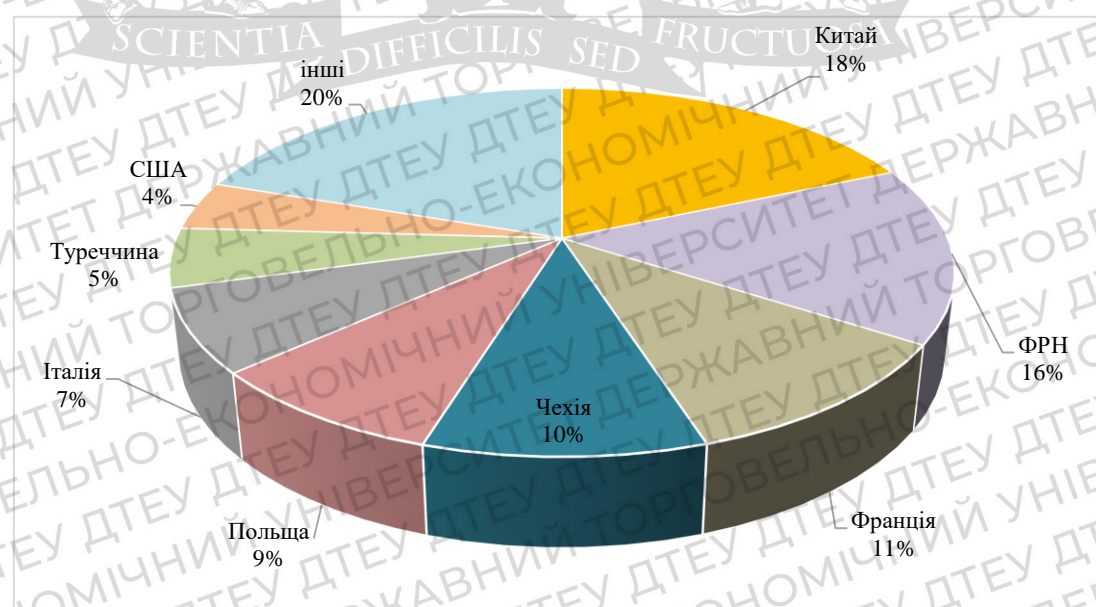


Рис. 2.11. Питома вага країн-постачальників, присутніх на українському ринку товарів для авто, % (2021 рік)

*джерело: за даними [4]

Можна бачити, що на внутрішньому ринку України присутні товари для авто виробників з наступних країн – Китай (18,5%), ФРН (15,6%), Франція (10,9%), Чехія (9,8%), Польща (8,6%), Італія (7,3%), Туреччина (5,2%), США (4,3%).

Таким чином, у 2019-2020 рр. можна було спостерігати скорочення обсягів внутрішнього виробництва товарів для авто. Так, зниження виробництва по наведеній товарній групі у 2020 році по відношенню до попереднього року склало -37,1%, що було спричинене впливом пандемії коронавірусу. Після повномасштабного вторгнення росії на територію України відбулося різке зупинення більшості виробництв. У 2020 році спостерігалось скорочення обсягу імпорту товарів для авто до рівня 9156,3 млн.дол або на 24,5%, що було спричинено економічною кризою та блокуванням логістики через пандемію коронавірусу. У 2021 році відбулося збільшення обсягів імпорту автотоварів на 10,9% до рівня 10154,8 млн.дол. У 2020 році спостерігалось скорочення обсягу експорту товарів для авто до рівня 511 млн.дол або на 36,5%, що було спричинено економічною кризою та блокуванням логістики через пандемію коронавірусу. У 2021 році відбулося незначне зростання обсягів експорту автотоварів на 18,0% до рівня 602 млн.дол.

РОЗДІЛ 3

РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ АВТОТОВАРІВ В УКРАЇНУ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»

У даному питанні необхідно здійснити обґрунтування організаційного забезпечення здійснення імпорту автотоварів на підприємстві ТОВ «Епіцентр К». Розкриваючи зміст питання, варто обґрунтувати можливість розширення асортименту імпортованих товарів для авто новими позиціями, що в перспективі має сформувати позитивний економічний ефект та покращити позицію мережі ТОВ «Епіцентр К» на внутрішньому ринку України.

Метою здійснення імпорту нової позиції автотоварів у прогнозованому періоді є забезпечення процесів оптимізації товарного асортименту мережі ТОВ «Епіцентр К». Нові товари мають бути спрямовані на ринок роздрібного покуця.

З метою удосконалення імпортних операцій та подальшої оптимізації товарного асортименту мережі потрібно обрати відповідну товарну позицію. Для вибору товару необхідно скористатися результатами дослідження з розділу 2 (питання 2.1), де ми бачимо, що перспективними позиціями для розвитку імпорту можуть бути такі:

- товари для обслуговування авто;
- запчастини та аксесуари для мотоциклів і велосипедів;
- системи та електроприлади для авто.

Водночас, виходячи з результатів аналізу внутрішнього ринку України (питання 2.2), також можна зробити висновки про високу перспективність попиту в межах товарних груп «товари для обслуговування авто» та «системи та електроприлади для авто». Тому в якості позиції для розробки проекту з імпорту

товарів в мережі ТОВ «Епіцентр К» можна запропонувати наступну – «зарядні пристрої для електромобілів».

Характеризуючи ознаки відповідності регуляторній політиці для організації імпорту запропонованої позиції, варто враховувати необхідність контролю якості відповідно до вимог, визначених міжнародними та вітчизняними нормативними актами. Для департаменту імпорту мережу варто запропонувати наступні нормативні акти, відповідно до яких мають здійснюватися контрольні перевірки якості зарядних пристроїв для електроавтомобілів, що імпортуватимуться: ДСТУ EN IEC 61439-7:2021, ДСТУ EN IEC 60309-5:2021, ДСТУ EN IEC 61496-3:2021, ДСТУ HD 62640:2021.

Надалі варто обґрунтувати наявність відповідного ресурсного забезпечення, що проілюстроване у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Ресурсні детермінанти для виконання контрактів з імпорту товарної позиції «зарядні пристрої для електромобілів» ТОВ «Епіцентр К»

<i>Назва детермінанти</i>	<i>Наявне організаційне забезпечення</i>	<i>Основні напрямки, на які критерій впливає</i>	<i>Цільові орієнтири для розвитку імпортних операцій, що закріплені керівництвом компанії</i>
Маркетингова підтримка для просування імпортованих автотоварів на внутрішньому ринку України	Відділ маркетингу підприємства забезпечує усі заходи є просування автотоварів в мережі	- потенційна динаміка доходів від реалізації імпортованих автотоварів; - рівень стійкості попиту та його рівномірності	Підвищити обсяги збуту імпортованих автотоварів на 10%.
Адаптація під вимоги регуляторної політики	Юридичний департамент підприємства	- швидкість розмитнення товарів; - рівень регуляторних ризиків	Підвищити швидкість розмитнення автотоварів на 20-30%.
Логістичне забезпечення	Департамент логістики	- визначення програми закупівель відповідно до потреби у імпорті	Можливість забезпечувати вчасну доставку товарів на склади мережі

продовження табл. 3.1

Назва детермінанти	Наявне організаційне забезпечення	Основні напрямки, на які критерій впливає	Цільові орієнтири для розвитку імпорتنих операцій
Персонал для забезпечення імпорتنих операцій	Для здійснення імпорту автотоварів компанія використовує працівників, які забезпечують формування замовлень на імпорт, супровід контрактів, логістичне забезпечення з метою доставки в Україну	<ul style="list-style-type: none"> - можливість планування імпорتنих операцій; - параметри складської програми; - показники витрат на здійснення імпорту; - широта та глибина асортименту позицій автотоварів, що імпортуються мережею 	Забезпечити зростання широти та глибини товарного асортименту на 10-15%. Збільшити рівень рівномірності постачань на 20-25%, що дасть змогу скоротити обсяги складської програми і призвести до економії фінансових ресурсів
Фінансово-економічне забезпечення здійснення імпорتنих операцій	Фінансово-економічний департамент	<ul style="list-style-type: none"> - можливість залучення короткострокових кредитів для фінансування запасів; - можливість збільшення тривалості відстрочки платежів 	Збільшити період тривалості відстрочки платежів на 30%.

*складено автором за даними ТОВ «Епіцентр К»

Варто звернути увагу на зазначені у таблиці цільові орієнтири щодо кожного чинника ресурсного забезпечення, що визначені керівництвом компанії. Виходячи з наведених цільових орієнтирів можна зробити висновки, що мережа ТОВ «Епіцентр К» має достатню кількість трудових та фінансових ресурсів для забезпечення розширення імпорتنих операцій з урахуванням додаткової товарної позиції. З позиції фінансових ресурсів компанія може фінансувати імпортні закупівлі за рахунок власних коштів, залучаючи їх з двох потенційних джерел: 1) отримання прибутку; 2) вивільнення капіталу внаслідок збільшення періоду обороту товарної кредиторської заборгованості. Юридичний департамент мережі забезпечує захист від ризиків зміни регуляторної політики. Маркетингова підтримка для просування імпортованих автотоварів на внутрішньому ринку України забезпечується зусиллями відділу маркетингу. Для

здійснення імпорتنих операцій компанія має достатню кількість виділених ресурсів у департаменті з імпорту.

Валютою платежів по контракту варто обрати долар США, що дає змогу охопити одночасно кілька регіонів – США, Європу та Азію. Умовами оплати можуть бути або 100% передоплата для перших партій, або ж 50% передоплата з послідуючою доплатою за фактом відвантаження вантажу.

З метою імплементації комплексу заходів, що передбачають забезпечення ефективності імпорту нових позицій автотоварів, а також для оптимізації їх асортименту з метою підвищення результативності збуту на внутрішньому ринку, варто також передбачити удосконалення ресурсного забезпечення імпорتنих операцій з точки зору наявності персоналу та його якісних характеристик, то для підприємства можна запропонувати впровадити систему підвищення кваліфікації, що базується на коучингу працівників. Дана система має передбачати моніторинг професійних якостей працівників департаменту з імпорتنих операцій мережі, виявлення можливих прогалин та формування рекомендацій для їх розвитку.

Важливим для виконання проектного імпортного контракту є обґрунтування відповідного логістичного забезпечення. Планується, що завданнями логістики буде займатися логістичний департамент, який розробить додаткові логістичні маршрути для нової товарної позиції. Завезення товарів та їх розмитнення відбувається в мережі на основі крос-докінгової системи (розподільчі склади), що також пришвидшує розмитнення (митний термінал знаходиться на території складських доків). В якості умов Інкотрема 2020 варто обрати DDP, оскільки компанія ТОВ «Епіцентр К» не має відповідної транспортної логістики на території третіх країн. Тому, оптимальним варіантом є комплектування замовлення самим продавцем в США, або в Китаї (має відповідні представництва для комплектації замовлень на території цих країн) з подальшою відправкою вантажу фрахтом до порту в Польщі (порт Одеса, що використовувався раніше, не доступний через війну).

Надалі варто обґрунтувати пошук потенційних партнерів та складання відповідного їх переліку. Було розглянуто основні компанії, у яких можна здійснювати закупівлю товарної позиції «зарядні пристрої для електромобілів» (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Перелік партнерів, які можуть забезпечити закупівлі товарної позиції «зарядні пристрої для електромобілів» мережею ТОВ «Епіцентр К»

<i>Назва компанії</i>	<i>Країна розміщення виробництва</i>	<i>Сайт</i>
EnergyStar	США	https://www.energystar.gov/
EVCOME LTD	Китай	https://www.evcomecharger.com
Tesla	США	https://www.tesla.com/

*складено автором

Наведений перелік не є вичерпним, однак компанії, що перелічені в ньому, можуть забезпечувати стабільні поставки товарів. Також наведені компанії є найбільш надійними постачальниками.

Для побудова графіка виконання проекту імпорту потрібно побудувати діаграму Ганта, яка буде відображати виконання основних кроків із забезпечення підготовки контракту, його підписання, організації доставки, розмитнення, розміщення товару на складах мережі, організації комунікаційних заходів з просування товару для його реалізації на внутрішньому ринку. Діаграму Ганта наведено на рис. 3.1.

Виконання проекту контракту з імпорту розраховано на 2 тижні (приблизно 3 місяці). За цей період планується здійснити детальне вивчення ринку, визначити перелік партнерів, сформувавши пропозиції для партнерів, забезпечити умови для підготовки та підписання контракту, доставку товару та розміщення його у мережі, проведення заходів з просування товару.

Заключним етапом розробки проекту з імпорту товару є формування Маркетинг-кіт для підприємства – суб'єкта ЗЕД. З цією метою варто використовувати засоби цифрової реклами, які є чи не одними з найбільш

ефективних сьогодні. В якості засобів просування нової товарної позиції пропонується використовувати технологію таргетованої онлайн реклами. З точки зору комплексу маркетингових комунікацій, таргетована реклама формується з метою створення конверсії та трафіку.

№	Завдання	Зони відповідальності,	Таймінг проекту з імпорту у тижнях											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Аналіз ринку	Відділ маркетингу												
2	Підготовка пропозиції для партнера	Комерційний департамент												
3	Переговори та затвердження умов контракту	Комерційний департамент												
4	Підписання контракту та супутніх документів	Комерційний департамент												
5	Передпалата за товар	Фінансово-економічний департамент												
6	Відвантаження товару та поставка	Логістичний департамент												
7	Доплата за товар	Фінансово-економічний департамент												
8	Розмитнення товару	Логістичний департамент												
9	Розміщення товару у мережі	Комерційний департамент												
10	Проведення заходів з просування товару	Відділ маркетингу												

Рис. 3.1. Діаграма Ганта щодо виконання графіка проекту з імпорту товару

*складено автором

Наприклад, користувач в мережі гугл на сторінці пошукача «Google» спробує ввести ключові слова «зарядні пристрої для електрокарів» і отримає результат пошуку, на якому будуть відображатися ресурси різних компаній. Нашим завданням є те, аби посилання на веб-сайт інтернет-магазину «Епіцентр» було в топовому рейтингу (до перших 5 позицій).

Характеристику основних ресурсів для таргетованої онлайн-реклами та способів просування імпортованої товарної позиції через них наведено у табл.

3.3. Наведені ресурси дозволять забезпечити таргетований пошук за ключовими

словами. За результатами пошуку користувач отримає змогу за посилання перейти на сторінку з товаром, що розміщена на сайті інтернет-магазину «Епіцентр».

Таблиця 3.3

Характеристика ресурсів таргетованої онлайн-реклами для просування товарної позиції «зарядні пристрої для електромобілів» від мережі ТОВ «Епіцентр К»

<i>Назва пошукового сервісу в Інтернет</i>	<i>Характеристика використання ресурсу для просування</i>	<i>Спосіб розміщення реклами</i>
Google	таргетований пошук по ключовим словам	Посилання на сторінку інтернет-магазину «Епіцентр»
Ukr.net	таргетований пошук по ключовим словам	«Епіцентр»
Bing	таргетований пошук по ключовим словам	Рекламний банер

*складено автором

Наступним елементом маркетинг-кіт можна запропонувати розміщення реклами нової товарної позиції безпосередньо на сайтах порталів користувачів електрокарів. Ключові веб-ресурси, які пропонуються для розміщення інтернет-реклами про імпортований товар, наведено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Перелік ресурсів для розміщення онлайн-реклами товарної позиції «зарядні пристрої для електромобілів» від мережі ТОВ «Епіцентр К»

<i>Назва ресурсу</i>	<i>Посилання на ресурс</i>	<i>Спосіб розміщення реклами</i>
Carpoint	http://www.carpoint-e.com.ua/	Рекламний банер
Аватоелектро	https://autoelectro.ua/ua/elektromobili/zapchasti/	Розміщення оголошення про товар
Lriker	https://lriker.com.ua/parts	Рекламний банер
DK-Parts	https://dk-parts.com.ua/	Рекламний банер
Prom.ua	https://prom.ua/ua/Zapchasti-dlya-detskih-elektromobilej.html	Розміщення оголошення про товар

*складено автором

Використання наведених інтернет ресурсів дозволить значно оптимізувати трафік інтернет-магазину «Епіцентрів» в плані просування нової товарної позиції. Також було сформовано маркетинг-план з просування імпортованої товарної позиції, що наведений у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Маркетинг-план з просування імпортованої товарної позиції «зарядні пристрої для електромобілів» від мережі ТОВ «Епіцентр К»

Ресурс	Цільова аудиторія	Частота оновлення інформації на ресурсах, разів
<i>Таргетована реклама в пошукових системах</i>		
Google	користувачі пошукової системи Google без обмежень	1 раз на тиждень
Ukr.net	користувачі пошукової системи Google без обмежень	1 раз на тиждень (можливе налаштування автоматичних оновлень)
Bing	зовнішні користувачі з інших пошукових систем, які мають референтні посилання на Bing	Оновлення відбувається автоматично в залежності від зміни контенту на сайті «ЕпіцентрК»
<i>Розміщення онлайн реклами на веб-ресурсах з тематики «Електрокари та запчастини для них»</i>		
Carpoint	Користувачі сайту	1 раз на тиждень
Авагоелектро	Користувачі сайту	1 раз на тиждень
Lriker	Користувачі сайту	1 раз на тиждень
DK-Parts	Зареєстровані користувачі платформи	1 раз на тиждень
Prom.ua	Зареєстровані користувачі платформи	Оновлення відбувається автоматично в залежності від зміни контенту на сайті «ЕпіцентрК»

*складено автором

Отже, у даному питанні обґрунтовано основні компоненти організаційного забезпечення здійснення імпорту автотоварів підприємством ТОВ «Епіцентр К». В якості позиції для розробки проекту з імпорту товарів в мережі ТОВ «Епіцентр

К» було запропоновано «зарядні пристрої для електромобілів». При організації імпорту товару варто враховувати необхідність контролю якості відповідно до вимог, визначених міжнародними та вітчизняними нормативними актами. З позиції фінансових ресурсів компанія може фінансувати імпорتنі закупівлі за рахунок власних коштів, залучаючи їх з двох потенційних джерел: 1) отримання прибутку; 2) вивільнення капіталу внаслідок збільшення періоду обороту товарної кредиторської заборгованості. Юридичний департамент мережі забезпечує захист від ризиків зміни регуляторної політики. Завданнями логістики буде займатися логістичний департамент, який розробить додаткові логістичні маршрути для нової товарної позиції. Завезення товарів та їх розмитнення відбувається в мережі на основі крос-докінгової системи (розподільчі склади), що також пришвидшує розмитнення (митний термінал знаходиться на території складських доків). Валютою платежів по контракту варто обрати долар США, що дає змогу охопити одночасно кілька регіонів – США, Європу та Азію. Умовами оплати можуть бути або 100% передоплата для перших партій, або ж 50% передоплата з послідуною доплатою за фактом відвантаження вантажу. В якості умов Інкотремс 2020 варто обрати DDP, оскільки компанія ТОВ «Епіцентр К» не має відповідної транспортної логістики на території третіх країн. Тому, оптимальним варіантом є комплектування замовлення самим продавцем в США, або в Китаї (має відповідні представництва для комплектації замовлень на території цих країн) з подальшою відправкою вантажу фрахтом до порту в Польщі (порт Одеса, що використовувався раніше, не доступний через війну).

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту автотоварів підприємством ТОВ «Епіцентр К»

Відповідно до методичних рекомендацій спочатку варто провести деталізацію змісту Контракту (товар, умови поставки, ціна, форми розрахунків). Також варто вказати на основі ризики, які можуть виникати у процесі здійснення імпорту та способи управління ними.

Основні умови майбутнього контракту наведено у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Умови майбутнього контракту до проекту з імпорту товару «зарядні пристрої для електромобілів»

№	Умова контракту	Характеристика умов контракту	Значення для проектованої угоди з метою економічної оцінки ефекту по операції
1	Предмет контракту	Категорія «зарядні пристрої для електромобілів», що може бути диференційованою за підпунктами (в асортименті). Асортимент визначається специфікаціями, які є додатками до угоди.	EVCOME Wall Box Ev Charger (16A 32A 3.6KW 7KW 11KW 22KW). Місце виробництва: Китай
2	Ціна товару	Ціна товару визначається у відповідній специфікації по кожні позиції	310 дол. США
3	Умови поставки	Incoterms 2020 (https://uts.ua/aktualnye-usloviya-postavki-inkoterms-fca-2020/)	Місце відвантаження: Китай, порт Гуанчжоу. Умови поставки згідно Інкотермс – DDP/ До витрат покупця включаються наступні витрати: - доставка від місця розвантаження у Польщі (склад Amazon); - доставка до України (склад Калинівка, Київської обл.)
4	Умови оплати	Передоплата 50%, решта 50% за фактом здійснення поставки	50 / 50 %
5	Форс-мажор	Умови виникнення передбачені міжнародним правом. В нашому випадку рекомендується прописати перелік усіх можливих пунктів на рівні контракту	-

*складено автором

Можна сказати, що основним предметом майбутньої угоди є власне товарна позиція «зарядні пристрої для електромобілів». Однак, з точки зору асортименту дана позиція може поділятися на різні різновиди товару, що залежить від параметрів продукту (моделі зарядних станцій, різновиди станцій в рамках однієї моделі). Тому в самій угоді варто передбачити формування її предмету таким чином, аби було однозначно зрозуміло, що асортимент позицій

може видозмінюватися. Це важливо при розмитненні товару та подальшому обліку господарської операції. У випадку, якщо предмет контракту буде визначений нечітко, то при податковій перевірці Державна фіскальна служба може трактувати угоду недійсною і донараховати на обсяг угоди додаткові штрафні санкції (близько 18% від обороту по угоді).

Важливо також визначити в контракті перелік ендогенних та екзогенних ризиків, та умов управління ними, що наведено у табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Перелік ендогенних та екзогенних ризиків, та умов управління ними

№	Назва ризику	Вплив на операцію з імпорту	Шляхи управління ризиком
1	Ендогенні ризики		
1.1	Дефіцит коштів на рахунку для оплати товару	Неможливість вчасно оплатити суму по контракту	Отримання кредитної лінії в банку (під 28% річних)
1.2	Проблеми з доставкою	Товар не може бути забраний зі складу в Польщі з вини покупця	Можливість звернутися за послугою до перевізника
2	Екзогенні ризики		
2.1	Проблеми з доставкою	Товар не може бути доставлений	Пошук альтернативного постачальника
2.2	Проблеми з якістю товару	Товар не може бути оприбуткований	Виставлення претезії по якості
2.3	Коливання курсу валют	Зміна собівартості товару	Прописати у контракті умови для діапазону валютних ризиків (10%). У випадку коливання курсу більш ніж на 10% умови угоди переглядаються

*складено автором

У Додатку В наведено пакет документів, що відноситься до проекту майбутньої операції з імпорту товарів.

Окрема угода однозначно укладається лише з одним постачальником. Її основні положення повинні містити чіткі умови здійснення поставки та умови платежу. У випадку нечіткості визначення наведених умов можливим є ризик подвійного трактування положень угоди різними сторонами, що може стати причиною недовиконання контракту.

Важливим пунктом угоди є визначення форс-мажорних обставин. Згідно вимог Міжнародного Арбітражу (де розглядають господарські судові спори на міжнародному рівні) умови для виникнення форс-мажорних обставин повинні бути чітко прописані в міжнародній угоді. У випадку відсутності чіткості по даному пункту також існує ризик недовиконання контракту однією зі сторін. Поширеною практикою у міжнародному праві є прив'язка умов виникнення форс-мажору до законодавства країни однієї зі сторін. Зазвичай, використовується країна продавця.

Для визначення витрат по придбанню та реалізації імпортованого товару на ринку України потрібними є додаткові дані. Тому прогнозна оцінка ефективності запропонованої зовнішньоторговельної операції буде здійснюватися виходячи з умов, які окреслено у табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Інформація для оцінки економічного ефекту від імпортової операції

№	Параметр	Од.вимру	Значення
1	Кількість товару для здійснення операції	од.	2500
2	Ціна за одну одиницю товару	дол / од.	310
3	Витрати на просування товару	% від фактурної вартості	5%
4	Витрати на транспортування товару	% від фактурної вартості	4,4%
5	Код УКТЗЕД	-	8507 60 00 00
6	Мито	%	0%, діє пільгова ставка
7	Витрати обслуговування угоди	%	3%
8	Ставка ПДВ при розмитненні	%	20%
9	Роздбрібна ціна у торговельних мережі в Україні	грн	29300

*складено автором

З метою визначення економічного ефекту від запланованої операції з імпорту товару було враховано його код УКТЗЕД, який було визначено на основі класифікатора - 8507 60 00 00. Дана товарна група підпадає під пільговий режим розмитнення при ставці 0%.

Також, для обґрунтування витрат на просування товару було взято умовний коефіцієнт в 5%. Те саме було зроблено і для витрат на транспортування товару від місця розвантаження у Польщі до складу в Україні. Приблизний коефіцієнт становить 4,4% від вартості товару. Значення даного коефіцієнту вираховували на основі оцінки транспортних витрат:

- кілометраж від Польщі до місця доставки в Україні – 1850 км;
- середня собівартість доставки автомобілем за 1 км – 55 грн.

Таким чином, вартість доставки товару складе 101750 грн / 2750 дол. (за курсом 37 грн/дол). В одну машину поміститься партія – з 200 зарядних станцій. Тому на основі розрахунків можна сказати, що на 1 станцію припадає 13,75 дол / од. (2750 / 200). У відсотковому вираженні це становить 4,4% (13,75 / 310 * 100%).

Розрахунки ефективності угоди наведено у табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Показники ефективності проектованої імпортової операції

Параметр	Умовне позначення	Од.вимру	Значення
Курс дол. США, прийнятий до розрахунку	Вк		37
Оцінка доходів			
Кількість товару для здійснення операції	К	од.	2500
Ціна за одну одиницю товару в роздрібній мережі	Цр	грн / од	29300
Сума доходу	Д = К*Цр	тис.грн	73250
Оцінка витрат			
Фактурна вартість одиниці товару на складі продавця	Вф	дол / од	310
Сумарна вартість придбання товару (фактурна)	Вфз = Вф * К * Вк	тис.грн	28675
Витрати на транспортування товару	Втр	тис.грн	1261,7
Витрати на просування	Впр	тис.грн	1433,8
Витрати на розмитення (лише 20% ПДВ, ставка мита 0%)	Врозм	тис.грн	5735
Витрати обслуговування угоди	Вобсл	тис.грн	860,3
Загальна собівартість витрат по угоді	СВ = Вфз + Втр + Впр + Врозм + Вобсл	тис.грн	37966

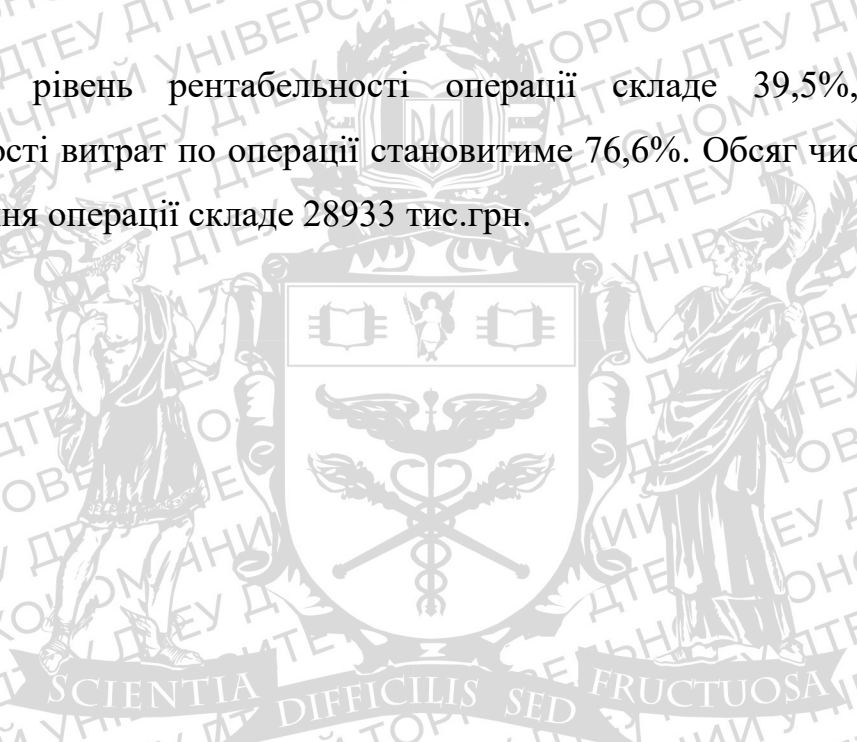
продовження табл. 3.9

Параметр	Умовне позначення	Од.вимру	Значення
----------	-------------------	----------	----------

Оцінка ефекту та ефективності			
Прибуток від операції до оподаткування	$ПР = Д - СВ$	тис.грн	35284
Прибуток від операції після оподаткування	$ПРч = ПР \cdot 18\%$	тис.грн	28933
Чиста рентабельність операції	$Роп = \frac{ПРч}{Д} \cdot 100\%$	%	39,5
Чиста рентабельність витрат по операції	$Роп = \frac{ПРч}{СВ} \cdot 100\%$	%	76,2
Ефективність імпорту	$Еі = Д / СВ$	пунктів	1,929

*складено автором

Отже, рівень рентабельності операції складе 39,5%, а показник рентабельності витрат по операції становитиме 76,6%. Обсяг чистого прибутку від здійснення операції складе 28933 тис.грн.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ:

Проведене дослідження дозволило сформулювати наступні висновки і пропозиції:

Було проаналізовано основні економічні показники функціонування підприємства. Підприємство мало доволі стійкий фінансовий стан та завжди отримувало чистий прибуток. Рентабельність реалізації на підприємстві мала тенденцію до зниження лише у 2019 та 2021 рр. на 1,9% та на 2,5% внаслідок того, що у даному періоді підприємство отримало фінансовий збиток. Рівень платоспроможності підприємства можна охарактеризувати як задовільний.

У процесі організації імпорту товарів підприємство використовує власний автопарк. Постачання здебільшого здійснюються на умовах DDP. Характеризуючи показники імпорту автотоварів, важливо його порівняти з ключовими показниками функціонування підприємства – чистим доходом та собівартістю. Так, частка імпорту в структурі собівартості коливалася в межах 44-46%. Упродовж 2018-2019 рр. частка імпорту у собівартості незначно зросла, потім у 2019-2020 відбулося її зниження з 46,2% до рівня 44,8%. У 2021-2022 році можна помітити зростання частки імпорту у собівартості реалізації продукції на 2,9%. Товарна структура імпорту товарів характеризує асортимент завезення на територію України автотоварів, які реалізуються в супермаркетах мережі. У регіональній структурі імпорту досліджуваного на Китай припадало 28,9% у 2018 році, 30,2% у 2019 році, 35,3% у 2020 році, 40,1% у 2021 році, 41,3% у 2022 році. На Туреччину припадало 22,2% у 2018 році, 24,5% у 2019 році, 23,1% у 2020 році, 26,7% у 2021 році, 28,9% у 2022 році.

За 2017-2022 роки найбільшу питому вагу у експорті склали автомобілі та інші (аналогічні і альтернативні) засоби пересування. Позиції «Автомобілі та інші механічні транспортні засоби» та «Запчастини та приладдя для автомобілів» мали найбільші темпи приросту в обсягах світового експорту. На світовому ринку за обсягами експорту автотоварів домінують такі країни як Німеччина (18,3% у 2017 році та 16,5% у 2022 році), Японія (10,1% у 2017 році та 9,6% у

2022 році), Сполучені Штати Америки (9,6% у 2017 році та 8,2% у 2022 році), Китай (4,7% у 2017 році та 5,9% у 2022 році). Також можна зробити висновки про те, що політика протекціонізму впливає на скорочення проміжного споживання у секторі автомобілебудування. Водночас відбувається зростання обсягів імпортозаміщення запасних частин та деталей в ряді країн світу.

У 2019-2020 рр. можна було спостерігати скорочення обсягів внутрішнього виробництва товарів для авто. Так, зниження виробництва по наведеній товарній групі у 2020 році по відношенню до попереднього року склало -37,1%, що було спричинене впливом пандемії коронавірусу. Після повномасштабного вторгнення росії на територію України відбулося різке зупинення більшості виробництв. У 2020 році спостерігалось скорочення обсягу імпорту товарів для авто до рівня 9156,3 млн.дол або на 24,5%, що було спричинено економічною кризою та блокуванням логістики через пандемію коронавірусу. У 2021 році відбулося збільшення обсягів імпорту автотоварів на 10,9% до рівня 10154,8 млн.дол. У 2020 році спостерігалось скорочення обсягу експорту товарів для авто до рівня 511 млн.дол або на 36,5%, що було спричинено економічною кризою та блокуванням логістики через пандемію коронавірусу. У 2021 році відбулося незначне зростання обсягів експорту автотоварів на 18,0% до рівня 602 млн.дол.

Було обґрунтовано основні компоненти організаційного забезпечення здійснення імпорту автотоварів підприємством ТОВ «Епіцентр К». В якості позиції для розробки проекту з імпорту товарів в мережі ТОВ «Епіцентр К» було запропоновано «зарядні пристрої для електромобілів». При організації імпорту товару варто враховувати необхідність контролю якості відповідно до вимог, визначених міжнародними та вітчизняними нормативними актами. З позиції фінансових ресурсів компанія може фінансувати імпортні закупівлі за рахунок власних коштів, залучаючи їх з двох потенційних джерел: 1) отримання прибутку; 2) вивільнення капіталу внаслідок збільшення періоду обороту товарної кредиторської заборгованості. Юридичний департамент мережі забезпечує захист від ризиків зміни регуляторної політики. Завданнями логістики буде займатися логістичний департамент, який розробить додаткові

логістичні маршрути для нової товарної позиції. Завезення товарів та їх розмитнення відбувається в мережі на основі крос-докінгової системи (розподільчі склади), що також пришивидшує розмитнення (митний термінал знаходить на території складських доків). Валютою платежів по контракту варто обрати долар США, що дає змогу охопити одночасно кілька регіонів – США, Європу та Азію. Умовами оплати можуть бути або 100% передоплата для перших партій, або ж 50% передоплата з послідууючою доплатою за фактом відвантаження вантажу. В якості умов Інкотремс 2020 варто обрати DDP, оскільки компанія ТОВ «Епіцентр К» не має відповідної транспортної логістики на території третіх країн. Тому, оптимальним варіантом є комплектування замовлення самим продавцем в США, або в Китаї (має відповідні представництва для комплектації замовлень на території цих країн) з подальшою відправкою вантажу фрахтом до порту в Польщі (порт Одеса, що використовувався раніше, не доступний через війну).

З метою визначення економічного ефекту від запланованої операції з імпорту товару було враховано його код УКТЗЕД, який було визначено на основі класифікатора - 8507 60 00 00. Дана товарна група підпадає під пільговий режим розмитнення при ставці 0%. Визначено, що рівень рентабельності операції складе 39,5%, а показник рентабельності витрат по операції становитиме 76,6%. Обсяг чистого прибутку від здійснення операції складе 28933 тис.грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андрейченко А.В. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. О: ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Бобилев В.П., Іванов І.І., Пройдак Ю.С. Методологія та організація наукових досліджень. URL: <https://studfile.net/preview/9830317/page:25/>
3. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О. Концептуальна модель консалтингової взаємодії підприємств. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2018. № 1. С. 20–26.
4. Дані Державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
5. Дерід І. О., Коротков Є. М., Гаутам Д. К. Управління ризиками в міжнародному бізнесі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. – № 16. С. 43-47.
6. Дзигаленко І. С. Стан та тенденції розвитку сучасної світової економіки. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 16. С. 48-51.
7. Довідник ІНКОТЕРМС [Електронний ресурс]. – Режимдоступу: <http://met-online.kiev.ua/menu/dovidka/inko/>
8. Істотні умови зовнішньоекономічних договорів. Арбітражне застереження [електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.agalawyers.org/post/stotn-umovi-zovnishnoekonomichnih-dogovorv-arbitrajne-zasterejennya>
9. Калайтан Т. В. Резерви зростання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Підприємництво і торгівля: збірник наукових праць. 2020. № 24. С. 97-103
10. Князь С.В. та ін. Технологія формування механізмів експортно-імпоротної діяльності підприємств. Науковий вісник Полісся, 2018. № 3 (11), ч. 2. С. 118-122
11. Коваленко С. І. Постмодерновий вектор розвитку концепцій міжнародної економічної інтеграції. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 17. С. 49-54.

12.Ковтун Е. О., Сафонюк Н. О., Гусак К. Ю. Проблеми розвитку посередницької ланки в зовнішньоторговельних операціях. Ефективна економіка. 2018. №10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/44.pdf

13.Ковтун Е.О. Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2017. №6. С. 171-174

14.Козуб В. О., та ін. Особливості еволюційного розвитку бізнес-моделей міжнародних компаній. Проблеми економіки. 2020. - №1. С. 12-19

15.Мадяр Р. О. Транснаціоналізація українського бізнесу в глобальній економіці. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 11. С. 26-31.

16.Мазаракі А. А., Мельник Т. М., Іксарова Н. О. Зовнішня торгівля України: XXI століття [Текст]: монографія. Київ: КНТЕУ, 2017. 599 с

17.Митний кодекс України: Кодекс України; Закон, Кодекс від 13.03.2012 № 4495-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>.

18.Омельяненко В. А. Концептуальні основи науково-методичного підходу до геополітичного аналізу міжнародного інноваційно-технологічного співробітництва. Проблеми економіки. 2021. №1. С. 36-42

19.Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

20.Сайт Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

21.Слюсаренко А. В. Вплив транснаціональних корпорацій на економіку України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 17. С. 89-93.

22.Українська класифікація товарів ЗЕД / Онлайн-класифікатор URL: <https://www.qdpro.com.ua/uktzed/1901>

23.Ушакова Н.Г., та ін. Управління міжнародним бізнесом. Харків: Видавництво «Форт», 2017. 126с.

24.Хитра О. В. Синергетичний підхід до аналізу категорійного апарату зовнішньоекономічної діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 103-109.

25.Exports: List of exported products for the selected product. Product: 87 Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof. TradeMap. URL:
https://www.trademap.org/Product_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c87%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

26.Exports: List of exporters for the selected product. Product: 87 Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof. TradeMap. URL:
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c87%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

27.Anna Stankiewicz-Mróz. Foreign economic activity of enterprises / Anna Stankiewicz-Mrózю. – LODZ: Lodz University of Technology. 2019. 147 p.

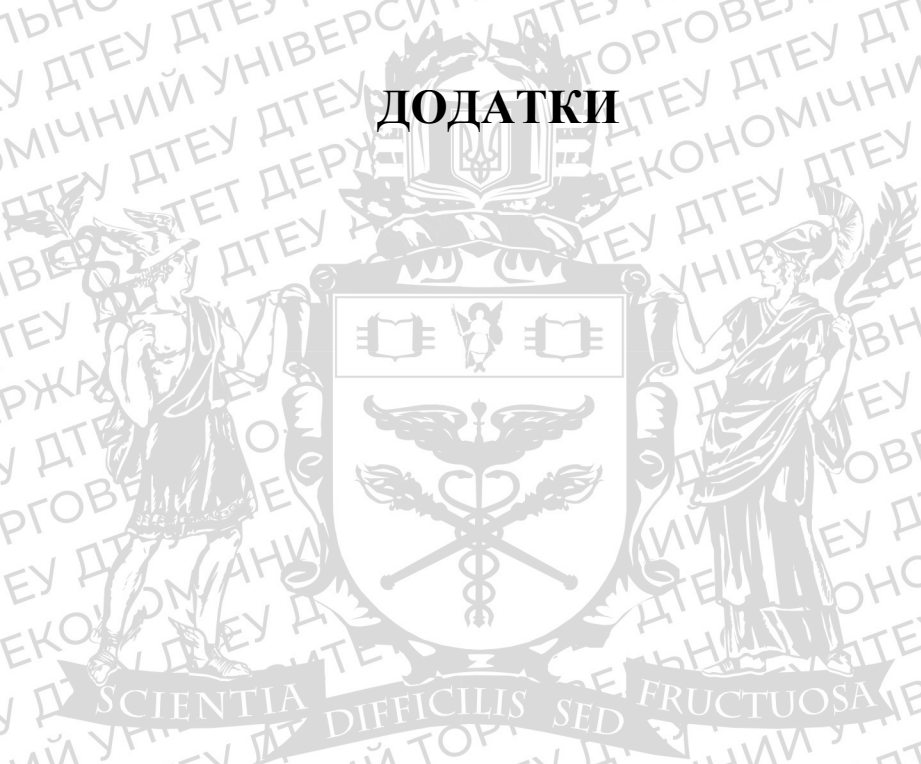
28.Annual Report 2020-2021 URL: <https://www.weforum.org/reports/annual-report-2020-2021>

29.Ranking of Doing Business. URL:
<https://archive.doingbusiness.org/en/rankings>

30.Global Consultancy Industry. URL:
<https://www.consultancy.org/consulting-industry/global>

31.Size of the consulting market in the United States. URL:
<https://www.statista.com/statistics/793147/consulting-market-size-united-states/>

ДОДАТКИ



ДОДАТОК А

ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К»
Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2019 року
 Форма №1

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

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

ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»
Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2018 року
Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
Інші фінансові інвестиції	1035	1 750 200	1 755 267
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	68 629
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	11 823 622	16 010 547
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 250 000	13 885 925
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	770 000	1 467 824
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054

Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621

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

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

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	62124500	50 382 425
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	45236100	35 593 670
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий прибуток	2090	16888400	14 788 755
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	1254300	737 243
Адміністративні витрати	2130	912600	872 759
Витрати на збут	2150	9541200	8 648 047
Інші операційні витрати	2180	1053700	920 408
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	6635200	5 084 784
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220		211 555
Інші доходи	2240	412700	554 085
Фінансові витрати	2250	621500	295 646
Втрати від участі в капіталі	2255	369700	0
Інші витрати	2270	1874500	1 438 592
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	5425200	4 116 186
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1042800	-944 982
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	4382400	3 171 204
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	4382400	3 171 204

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	3452250	1 254 935
Витрати на оплату праці	2505	4603000	5 208 532
Відрахування на соціальні заходи	2510	1749140	1 056 667
Амортизація	2515	575375	1 667 998
Інші операційні витрати	2520	1127735	3 465 135
Разом	2550	11507500	12 653 267

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0

Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

**Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)
за 2019 рік
Форма 2**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	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
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	3 171 204	3 602 109

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2018 рік

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

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

збиток	2295	0	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-670 000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	2 960 712
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

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

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1

Географічна структура світового експорту продукції автомобілебудування

Країна	Роки						Абсолютне відхилення				
	2017	2018	2019	2024	2021	2022	2017-2018	2018-2019	2019-2024	2024-2021	2021-2022
Німеччина	240,2	243,7	256,3	263,0	243,7	210,7	1,5	5,1	2,6	-7,3	-13,5
Японія	133,3	141,7	145,8	153,5	148,3	122,1	6,3	2,9	5,3	-3,4	-17,7
Сполучені Штати Америки	126,7	124,5	130,1	130,2	133,3	105,2	-1,7	4,5	0,1	2,4	-21,1
Китай	62,3	60,3	67,2	74,8	74,0	76,0	-3,2	11,4	11,4	-1,1	2,7
Мексика	89,9	87,9	101,5	115,1	120,8	100,4	-2,2	15,4	13,4	5,0	-16,9
Республіка Корея	68,7	62,5	61,8	61,0	62,6	54,0	-9,0	-1,3	-1,3	2,7	-13,8
Іспанія	49,6	54,0	54,0	57,0	53,9	48,2	8,9	0,1	5,5	-5,5	-10,5
Бельгія	41,3	45,2	48,8	51,4	55,4	49,6	9,5	7,9	5,4	7,8	-10,5
Франція	43,5	45,4	51,0	56,4	52,6	43,9	4,3	12,3	10,6	-6,6	-16,6
Італія	37,8	39,4	43,8	45,1	41,8	38,2	4,1	11,3	2,9	-7,4	-8,5
Канада	60,1	64,2	62,2	60,3	61,2	46,0	6,8	-3,1	-3,1	1,5	-24,8
Чеська Республіка	31,3	34,2	38,1	40,8	40,2	36,2	9,3	11,5	6,9	-1,4	-9,8
Об'єднане Королівство	50,5	51,2	53,6	54,5	50,3	36,2	1,5	4,6	1,7	-7,7	-27,9
Словаччина	20,2	22,0	22,5	27,9	28,8	29,9	8,9	2,3	24,2	3,1	3,8
Таїланд	26,5	27,2	28,4	30,4	28,8	24,0	2,6	4,6	6,9	-5,0	-16,9
Польща	21,1	23,9	26,4	29,9	29,6	24,7	13,1	10,5	13,0	-1,0	-16,6
Нідерланди	17,5	19,6	23,1	26,2	25,1	22,3	12,4	17,8	13,4	-4,4	-11,1
Туреччина	17,4	19,8	23,9	26,7	26,8	22,0	13,8	20,8	11,7	0,5	-17,8
Швеція	15,4	17,7	20,7	23,5	22,8	20,0	14,6	17,4	13,5	-3,1	-12,2
Інші	161,5	158,6	183,5	201,8	197,7	168,2	-1,8	15,7	10,0	-2,0	-14,9
РАЗОМ	1314,8	1343,1	1442,7	1529,5	1497,8	1278,0	2,2	7,4	6,0	-2,1	-14,7

*джерело: за даними [2]

ДОДАТОК В

КОНТРАКТ на поставку №01/06-2023-1-К

м. Київ

"01" червня 2023 р.

EVSCOME LTD, далі - Постачальник, в особі Директора Шульца Міхеля Абрамовича, що діє на підставі Статуту з однієї сторони, і ТОВ «Епіцентр К» в особі директора Макаренко Наталії Олексіївни, далі - Покупець, з другої сторони, уклали цей Договір купівлі-продажу (далі - Договір) про таке.

1. Предмет договору

1.1. Постачальник зобов'язується передати у власність Покупця зарядні станції для електромобілів (далі - товар), а Покупець - прийняти й оплатити його. Право власності на товар переходить до Покупця з моменту приймання товару на складі Покупця.

1.2. Кількість, асортимент та вартість товару визначається у специфікаціях, рахунках-фактурах та/або видаткових накладних, що є невід'ємною частиною даного договору.

1.3. Строки відвантаження Товару Покупцю визначаються індивідуально для кожного замовлення та попередньо узгоджуються сторонами.

2. Зобов'язання сторін

2.1. Постачальник зобов'язаний передати Покупцеві названий у п. 1.1 договору товар, на умовах, що визначені даним договором.

2.2. Покупець зобов'язаний прийняти товари від Постачальника і здійснити за нього оплату в строки й порядку, передбачені цим договором.

2.3. Товар поставляється Постачальником на умовах DDP (Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати Інкотермс 2020) – склад Постачальника згідно заявок останнього. Сторони можуть затвердити інші умови поставки Товару в рамках окремого замовлення, попередньо узгодивши їх між собою.

3. Здача-приймання товару

3.1. Здача-приймання товару провадиться уповноваженими представниками Покупця і Постачальника.

3.2. Постачальник поставляє товар разом з усією відповідною документацією, яка вимагається відповідно до законодавства України для оптової чи роздрібною реалізації товару.

3.3. Постачальник повинен передати покупцю бухгалтерські документи (видаткова накладна, податкова накладна) та товаросупровідні документи (товарно-транспортна або транспортна накладна). Бухгалтерські документи повинні бути складені українською мовою, відповідати вимогам чинного законодавства станом на дату поставки Партії Товару. Товаросупровідні документи (товарно-транспортні накладні, документи, що підтверджують походження товару та його якість) мають передаватися разом із товаром до магазину, який буде визначений пунктом поставки. Бухгалтерські документи постачальник має відправляти на юридичну адресу Покупця.

Кількість, асортимент та ціна Товару, що передається за цим Договором, зазначається у бухгалтерських та товаросупровідних документах відповідно до погодженої заявки Покупця.

3.4. Товар приймається за кількістю та якістю у місці поставки на підставі транспортних накладних та інших супровідних документів, які підтверджують якість та кількість товару.

Покупець має право приймати Товар по кількості без додаткової перевірки якості, за умови, що він належним чином упакований і без видимих пошкоджень. У такому випадку перевірка якості Товару

виконується після отримання товару та у випадках виявлення будь-яких недоліків Покупець складає Акт розбіжностей та надсилає один його примірник Постачальнику засобами зв'язку. Крім наслідків, передбачених в п. 3.6. цього договору, Акт розбіжностей є підставою для відповідного коригування заборгованості Покупця за Товар.

3.5. У разі необхідності Покупцем вносяться відповідні коригування у транспортну накладну, які також мають бути підписані представником Постачальника або перевізника Постачальника, на основі чого складається Акт розбіжностей відповідно до положень п. 3.6. цього Договору.

3.6. Якщо при прийнятті Товару виявлено невідповідність якості, повноти маркування, упаковки товару вимогам, передбаченим у відповідних документах, що засвідчують кількість та якість товару, або якщо виявлено відсутність усіх або будь-яких супровідних документів, Покупець має право припинити прийняття товару і скласти акт розбіжностей, у якому має бути вказана кількість перевірених товарів і характер виявлених недоліків.

3.7. Обов'язок Постачальника передати Товар вважається виконаним у момент підписання видаткової накладної представником Покупця.

Право власності і ризик випадкового знищення, або випадкового пошкодження Товару, переходить від Постачальника до Покупця з моменту, коли Товар поставлено Покупцеві, і сторони підписали накладну, що засвідчує отримання Товару Покупцем.

3.8. Покупець має право повернути товар у наступних випадках:

- виявленні будь-яких невідповідностей якості, повноти, маркування, упаковки товару вимогам, передбаченим у відповідних документах, що засвідчують кількість та якість Товару, якщо такі невідповідності було виявлено покупцем вже після приймання товару;
- якщо під час перевірки товари виявилися неякісними чи непридатними до використання;
- за письмовою домовленістю сторін;
- відсутності належним чином оформлених товаросупровідних, бухгалтерських документів та документів, що підтверджують походження і якість Товару відповідно до умов цього Договору та чинного законодавства України.

У випадку наявності зазначених у цьому пункті підстав для повернення товару Постачальнику, Покупець направляє письмове повідомлення про повернення товару в порядку, визначеному для надсилання кореспонденції між сторонами Договору. Постачальник зобов'язаний вивезти повернутий товар протягом 10-ти календарних днів. Сторони можуть встановити інший спосіб повернення Товару.

Повернення Товару здійснюється за ціною, за якою прийнято товар. У випадку повернення товару, право власності на такий Товар переходить до Постачальника з дня приймання Постачальником такого Товару.

3.9. Якщо на Товари, які постачаються, не встановлений гарантійний термін, термін служби або термін придатності, Покупець має право пред'явити вимоги, пов'язані з неналежною якістю Товарів, впродовж 2 (двох) років з моменту продажу Товарів споживачам через Об'єкт Покупця.

4. Порядок розрахунків

4.1. Умови оплати товару узгоджуються сторонами індивідуально для кожного окремого замовлення та фіксуються у відповідному рахунку-фактурі, який надсилається Постачальником Покупцю після такого узгодження.

5. Вирішення спорів

5.1. Усі спори й розбіжності, які можуть виникнути між сторонами при виконанні цього договору, вирішуються шляхом переговорів, а при недосягненні згоди спір вирішується у суді в порядку, визначеному законодавством України.

6. Прикінцеві положення

6.1. Даний договір набирає чинності в день підписання його обома сторонами та діє до повного виконання сторонами своїх зобов'язань.

6.2. Зміни та доповнення, додаткові договори та додатки до цього Договору є його невід'ємною частиною і мають юридичну силу у разі, якщо вони викладені у письмовій формі та підписані уповноваженими на те представниками Сторін.

6.3. Будь-які документи (включаючи замовлення, повідомлення), які відправляються сторонами по електронній пошті, через інтернет-портал чи іншими засобами електронного зв'язку, мають повну юридичну силу, породжують права та обов'язки для сторін, можуть бути представлені до судових інстанцій у якості належних доказів і не можуть заперечуватися сторонами.

6.4. Договір складено у двох примірниках, кожний із яких має однакову юридичну силу, - по одному для кожної сторони договору.



Юридичні адреси та реквізити Сторін