

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ ОСВІТЛЮВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ
(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

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

Тютюнник
Єлизавета
Олександрівна

Науковий керівник
доцент, кандидат наук з державного
управління, доцент кафедри
міжнародного менеджменту

Коваль Яна
Сергіївна

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

П'янкова Оксана
Василівна

Київ 2023

АНОТАЦІЯ

Тютюнник Є.О. «Організація імпорту освітлювальної техніки (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)». Рукопис.

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпортової поставки освітлювальної техніки, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку освітлювальної техніки, обґрунтування вибору країни-контрагента для реалізації імпортного потенціалу вітчизняного виробника, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» освітлювальної техніки та прогнозне оцінювання результативності імпорту освітлювальної техніки.

Ключові слова: суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, імпорт, управлінське рішення, організаційне забезпечення, освітлювальна техніка, асортимент товарів, ринок продажу.

SUMMARY

Tiutiunyk Yelyzaveta "Organization of import of lighting equipment" (according to the materials LLC "Epicenter K", Kyiv)". Manuscript.

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

The graduation qualification work is devoted to the practical aspects of the organization of the import supply of lighting equipment, which includes: research on the functioning of the enterprise as a subject of foreign economic activity, analysis of the world market of lighting equipment, justification of the choice of the counterparty country

for the realization of the import potential of the domestic manufacturer, the implementation of the management decision regarding the import through the organizational ensuring the import of lighting equipment by LLC "Epicenter K" and predictive assessment of the effectiveness of the import of lighting equipment.

Key words: subject of foreign economic activity, import, management decision, organizational support, lighting equipment, assortment of goods, sales market.



ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»	8
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»	8
1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»	13
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТЛЮВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ	19
2.1. Аналіз світового ринку освітлювальної техніки	19
2.2. Аналіз доцільності імпорту освітлювальної техніки до України	26
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ОСВІТЛЮВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ	37
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» освітлювальної техніки	37
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» освітлювальної техніки	41
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТКИ	53

ВСТУП

Актуальність проблеми дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність має велике значення для підприємства. Сьогодні до найпопулярніших та високоприбуткових різновидів зовнішньоекономічної діяльності підприємств відносять імпорتنі операції, які разом із експортними займають найбільшу частку серед усіх зовнішньоекономічних операцій учасників ринкової економіки та допомагають підприємствам у вирішенні низки важливих питань, пов'язаних із конкурентоспроможністю на ринку.

Вивчення імпоротної діяльності підприємства є дуже актуальним, оскільки світова економіка стає все більш інтегрованою, тому більше підприємств звертають увагу на можливості здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Розвиток сфери імпорتنих операцій та їх обсяг безпосередньо впливають на насичення товарного ринку України.

Міжнародна торгівля створює більший ризик для торгових партнерів, ніж внутрішня торгівля. Однак імпортна діяльність найчастіше вигідніша, хоча й потребує додаткових організаційних та фінансових витрат.

Дослідженням та аналізом розвитку підприємств на основі розроблення зовнішньоекономічних стратегій займалися такі вчені, як: Антонюк Л. Л., Данилко В. К., Ярмолук О.М., Гавришук Т. Б., Волкова А.О., Акулов М. Г. , Коpecь Г.Р., Рачинська Г.В., К.О. Дзюбіна, Хоменко Т.Ю., Круш П.В. тощо.

Однак, на нашу думку, діяльність ТОВ «Епіцентр К» не знайшла достатнього висвітлення у наукових працях та потребує більш детального дослідження.

Актуальність досліджуваної проблеми, а також необхідність вирішення суперечностей зумовили вибір теми роботи: **«Організація імпорту освітлювальної техніки (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ).**

Метою роботи є аналіз імпоротної діяльності освітлювальної техніки ТОВ «Епіцентр К» та прогнозування розвитку ринку освітлювальної техніки, розробка рекомендацій по провадженню зовнішньої торгівлі.

Відповідно до обраної мети необхідно виконати наступні **завдання**:

- охарактеризувати виробничо-господарську діяльність, фінансовий стан та сукупний дохід ТОВ «Епіцентр К»;
- провести аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»;
- провести аналіз світового ринку освітлювальної техніки;
- провести аналіз доцільності імпорту освітлювальної техніки до України;
- розглянути організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» освітлювальної техніки;
- здійснити прогнозу оцінку результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» освітлювальної техніки;

Об'єктом дослідження є організація імпортних поставок освітлювальної техніки в ТОВ «Епіцентр К».

Предметом дослідження є практичні аспекти імпорту освітлювальної техніки в Україну.

Методи дослідження. Досягнення поставленої мети здійснювалось за допомогою таких методів, як: загальнонаукові та спеціальні методи, які дозволяють системно вирішувати проблемні завдання з обраного напрямку дослідження. Дослідження ґрунтується на використанні методів: діалектичного пізнання, порівняльного аналізу, систематизації.

Інформаційні джерела. Використані офіційні матеріали Державного комітету статистики України, звіти і статистичні огляди СОТ, а також управлінська звітність та внутрішні статистичні дані досліджуваного підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що їх впровадження дозволить створити ефективну стратегію управління імпоротною діяльністю підприємством, за допомогою якої ТОВ «Епіцентр-К» зможе підвищити свою конкурентоспроможність.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в уточненні сутності імпоротної діяльності підприємства та розробці напрямів підвищення ефективності імпоротної діяльності підприємства.

Загальний обсяг роботи становить 63 сторінки, основний текст викладено на 57 сторінках. Робота містить 10 таблиць, 7 рисунків, 4 додатки. Список використаних джерел налічує 32 найменування.



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

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

ТОВ «Епіцентр К» - це одна з найбільших компаній в Україні, що займається продажем будівельних матеріалів та товарів для дому. Компанія була заснована в 2000 році в місті Вінниці, а зараз має мережу магазинів у більш ніж 70 містах України. У 2020 році компанія отримала загальний оборот від продажів на суму 62 мільярди гривень [1].

ТОВ «Епіцентр К» спеціалізується на продажі будівельних матеріалів, електроінструментів, побутової техніки, меблів та інших товарів для дому. Компанія має власні склади та доставку, що дозволяє швидко та ефективно задовольняти потреби клієнтів.

ТОВ «Епіцентр К» активно розвивається, розширюючи мережу магазинів та вдосконалюючи сервіс. Компанія також звертає увагу на екологічність та сталий розвиток, запроваджуючи енергоефективні технології та сприяючи роздільному збору відходів [1].

Компанія «Епіцентр-К» - це національна мережа сучасних будівельно-господарських гіпермаркетів, з широким асортиментом товарів за європейськими стандартами обслуговування. ТОВ «Епіцентр-К» зареєстровано 27 серпня 2003 року за юридичною адресою: 02139, м. Київ, вул. Братиславська, 11.

За 10 років розвитку по всій Україні відкрито 42 гіпермаркету, 36 в регіонах та 6 у столиці. Хмельницький «Епіцентр-К» був відкритий 15 грудня 2007 року. Компанія постійно вдосконалюється, покращує сервіс, розширює асортимент товарів та спектр послуг щоб максимально задовольнити потреби споживачів і на практиці втілювати головне гасло компанії «Покупець завжди правий!».

Керівництво ТОВ «Епіцентр-К» складається з генерального директора та керівників різних підрозділів компанії.

Керівництво ТОВ «Епіцентр-К» є досвідченим та компетентним у своїй галузі, що дозволяє компанії успішно розвиватися та займати лідерські позиції на ринку будівельних матеріалів та товарів для дому в Україні.

У мережі «Епіцентр-К» представлені вітчизняні та іноземні товари (Польща, Іспанія, Німеччина, Франція, Китай, Туреччина). Товар доставляється до великих мереж супермаркетів власним транспортом та співпраці з 5000 постачальниками продукції. ТОВ «Епіцентр-К» розраховане на будь-які типи клієнтів і може задовольнити будь-які потреби замовника [1].

Експерти ринку прогнозують, що навіть якщо інфраструктура України вже тривалий час занепадає, зростання цього сегменту ринку триватиме.

Споживачами товарів є як великі будівельні компанії, так і роздрібні покупці. Завдяки своїм досягненням, а також прагненню покращити якість послуг та збільшити вибір товарів, компанія забезпечила жорстку конкуренцію іншим будівельним мережам по всій Україні. Прогресивне керівництво організацією сприяє розвитку співробітників, кар'єрному зростанню та зростанню матеріального забезпечення всіх співробітників компанії.

В умовах ринку особливо важливою є оцінка фінансового стану підприємства. Аналіз фінансового стану дає можливість зробити висновок про ресурси компанії, ефективність їх використання.

Проаналізуємо фінансово-господарський стан підприємства ТОВ «Епіцентр-К» для оцінки ефективності його діяльності на ринку в Україні. Горизонтальний аналіз активів ТОВ «Епіцентр К» - це аналіз зміни розміру та складу активів компанії за певний період часу, зазвичай за кілька років (Додаток А-Г). Цей аналіз може допомогти виявити тенденції у розвитку бізнесу та визначити, на якій стадії розвитку знаходиться компанія (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Горизонтальний аналіз активів ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 рр.,
тис. грн.**

Показники	Роки			Відхилення			
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2019/2018		2020/2019	
				+/-	%	+/-	%
1. Необоротні активи	11823622	16010547	22109337	4186925	135,41	6098790	138,09
2. Оборотні активи	18302900	20881053	22416054	2578153	114,09	1535001	107,35
Всього активів	30126522	36891600	44525391	6765078	122,46	7633791	120,69

Джерело: побудовано автором на основі даних [1]

У аналізованому періоді відбулося збільшення балансу з допомогою зростання як оборотних активів за період 2019- 2020 рр. на 7,35% та зростання в необоротних активах за період 2019- 2020 рр. на 38,09%. Обсяг доступних джерел фінансування для залучення активів збільшується за рахунок зростанням власного капіталу на 21,4% та зростання короткострокових зобов'язань на 11,54% і довгострокових зобов'язань на 96,66%. Далі варто проаналізувати пасиви ТОВ «Епіцентру К» у 2018-2020 рр. (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2

Аналіз пасивів ТОВ «Епіцентр-К» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Показники	Відхилення									
	2018 р.		2019 р.		2020 р.		2019/2018		2020/2019	
	сума, тис. грн	%	сума, тис. грн	%	сума, тис. грн	%	+/-	%	+/-	%
1. Власний капітал	12458610	41,36	14700877	39,85	17846696	40,08	2242267	117,99	3145819	121,40
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	910000	3,02	2265426	6,14	4455080	10,01	1355426	248,95	2189654	196,66
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	16754912	55,62	19925318	54,01	22223615	49,91	3170406	118,92	2298297	111,55
Всього пасивів	30123522	100	36891621	100	44525391	100	6768099	122,47	7633770	120,70

Джерело: побудовано автором на основі даних [1]

Збільшення суми власного капіталу свідчить збільшення багатства власників. Збільшення загальної суми пасивів забезпечує повніше розкриття

наявного потенціалу підприємства, хоч і призводить до підвищення залежності від зовнішніх постачальників коштів.

Вартість компанії у 2019 році зменшилась на 76,668 млн грн. зменшилась на 4,3% порівняно з 2018 роком та збільшилася на 63,366 млн грн у 2020 році. (3,41%), така динаміка витрат зумовлена зниженням собівартості реалізації на 129,8841 млн грн. (10,73%), збільшився на 108,826 млн грн у 2019 році та збільшився на 8,12% у 2020 році порівняно з 2019 роком, оскільки собівартість продажів є найбільшою статтею витрат компанії [1].

Вартість поточних коштів нижча за нормативну межу (1,5), що може свідчити про ймовірність втрати кредитоспроможності в майбутньому. Це свідчить про наявність у підприємства достатніх фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів та частини обігових коштів.

Перевищення прибутковості власного капіталу над прибутковістю альтернативного інструменту свідчить, що рівень добробуту власників фірми зростає, причому швидшими темпами, ніж це притаманно середнього фінансового ринку.

Таблиця 1.3

Аналіз основних фінансово-господарських показників діяльності ТОВ «Епіцентр-К» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Показники	Роки						Відхилення 2020 р. від 2018 р.		
	2018 р.		2019 р.		2020 р.		(+, -)		
	сума, тис. грн	% до ЧД	сума, тис. грн	% до ЧД	сума, тис. грн	% до ЧД	в сумі, тис. грн	в %	рівня, % ЧД
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	41400220	100	43979194	100	50382425	100	8982205	121,70	21,70
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	30400580	73,43	30814751	70,07	35593670	70,65	5193090	117,08	17,08
Валовий прибуток	10999640	26,57	13164443	29,93	14788755	29,35	3789115	134,45	34,45
Інші операційні доходи	260235	0,63	530835	1,21	737243	1,46	477008	283,30	183,30
Адміністративні витрати	540040	1,30	751814	1,71	872759	1,73	332719	161,61	61,61
Витрати на збут	6623200	16,00	7985945	18,16	8648047	17,16	2024847	130,57	30,57
Інші операційні витрати	396373	0,96	254271	0,58	920408	1,83	524035	232,21	132,21
Фінансові результати від операційної діяльності	3700262	8,94	4703248	10,69	5084784	10,09	1384522	137,42	37,42
Інші фінансові доходи	180000	0,43	3851	0,01	211555	0,42	31555	117,53	17,53
Інші доходи	52000	0,13	354733	0,81	554085	1,10	502085	1065,55	965,55
Фінансові витрати	91550	0,22	250094	0,57	295646	0,59	204096	322,93	222,93
Втрати від участі в капіталі	0	0,00	24516	0,06	0	0,00	0	-	-
Інші витрати	210000	0,51	363438	0,83	1438592	2,86	1228592	685,04	585,04
Фінансові результати до оподаткування	3630712	8,77	4423784	10,06	4116186	8,17	485474	113,37	13,37
Витрати з податку на прибуток	-670000	-1,62	-821675	-1,87	-944982	-1,88	-274982	141,04	41,04
Чистий прибуток	2960712	7,15	3602109	8,19	3171204	6,29	210492	107,11	7,11

Джерело: побудовано автором на основі даних [1]

Порівняно з 2019 роком приріст оборотних коштів у 2020 році був нижчим. Торгівельна дебіторська заборгованість зменшилась на 26,33%.

При цьому, аналіз попиту та його детермінант є основою дослідження ринку, де метою аналізу є кількісна оцінка потенціалу (ємності) ринку та фактичного рівня первинного попиту. Товарний попит підприємства «Епіцентр-К» є частиною ринкового попиту, що відповідає ринковій частці підприємства (марки) на базовому товарному ринку у процесі моніторингу ринку, аналізу попиту та прогнозування продукції компанії. Як елемент економіки товарно-матеріальні запаси відіграють важливу роль і нерозривно пов'язані з багатьма аспектами господарської діяльності комерційних підприємств. Відсутність товарів першої необхідності негативно позначається на виконанні плану товарообігу – це один з основних показників кожного бізнесу.

У 2020 році компанія оголосила про плани розширення мережі та побудови нових магазинів, а також про запровадження нових програм лояльності для клієнтів.

В цілому, господарська діяльність ТОВ "Епіцентр-К" має значний вплив на економіку України, забезпечуючи робочі місця для тисяч працівників, розвиваючи інфраструктуру та залучаючи іноземні інвестиції. Компанія також важливий партнер для виробників та постачальників товарів, забезпечуючи їм доступ до великої кількості споживачів.

1.2. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К»

ТОВ «Епіцентр К» є одним з найбільших роздрібних мереж будівельних та господарських товарів в Україні. Компанія працює на ринку з 2003 року і зараз має понад 60 магазинів у різних регіонах країни. Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К» вказує на те, що компанія використовує імпортні товари для розширення свого асортименту та підвищення конкурентоспроможності.

За даними статистики, імпорт ТОВ «Епіцентр К» в 2021 році склав понад 1 млрд доларів США, що є значним показником для роздрібної мережі. Найбільші обсяги імпорту були здійснені з країн Європейського Союзу, зокрема з Польщі, Німеччини, Італії та Чехії. Також значні обсяги імпорту були здійснені з країн Азії, зокрема з Китаю та Туреччини.

Основними категоріями імпортованих товарів є будівельні матеріали, господарські товари, електротовари та електроінструменти, меблі та предмети декору. Крім того, компанія імпортує товари для власного бренду - електроінструменти та господарські товари від Epitsentr та вантажні автомобілі від Arslan.

Таким чином, імпортна діяльність є важливою складовою стратегії ТОВ «Епіцентр К», оскільки дозволяє розширити асортимент та підвищити якість товарів, що пропонуються споживачам. Крім того, імпорт може допомогти компанії отримати конкурентні переваги, такі як низькі ціни або відсутність відповідних товарів на внутрішньому ринку. Однак, така імпортна діяльність також може мати певні ризики та негативні наслідки для компанії та економіки в цілому.

Один з головних ризиків імпортової діяльності - це залежність від змін курсу валют. За даними статистики, більшість імпортних товарів компанії приходяться на європейську валюту, тому зміна курсу євро може суттєво вплинути на витрати компанії на імпорт. Крім того, імпорт може стати причиною зменшення виробництва на внутрішньому ринку та зниження рівня зайнятості.

Ще одним негативним наслідком імпорту є можливість втрати конкурентної переваги через залежність від зовнішніх постачальників. Якщо зміниться політика постачання в країні, компанія може втратити можливість постачати певні товари або змушена буде платити вищу ціну за них.

Таким чином, імпортна діяльність є важливим елементом діяльності ТОВ «Епіцентр К», що дозволяє розширити асортимент та підвищити конкурентоспроможність компанії на ринку. Однак, вона також пов'язана з ризиками та може мати негативні наслідки для компанії та економіки в цілому.

Тому, необхідно дбати про диверсифікацію постачальників та робити розумні економічні рішення для забезпечення стабільної та ефективної роботи компанії.

Також варто відзначити, що імпортна діяльність ТОВ «Епіцентр К» має позитивний вплив на економіку країни. Компанія забезпечує споживачів різноманітними товарами за доступними цінами, що сприяє збільшенню попиту на продукцію та послуги в інших галузях економіки. Крім того, імпорт дозволяє компанії знаходити нові ринки та залучати нових клієнтів.

Розмір товарного запасу є найважливішим орієнтиром у роботі бізнесу. Якщо товарні запаси зменшуються і опускаються нижче нормативу, це сигнал про те, що працівники комерційних підприємств збільшують імпорт супутніх товарів.

Аналіз забезпеченості підприємства товарними ресурсами, виконання договору, єдність товарів, загальна оцінка ресурсо-ефективності та важливої частини її елементів протягом періоду попереднього планування – інвентаризація є необхідною початковою стадією плану потреби підприємства в товарних ресурсах.

Компанія ТОВ «Епіцентр-К» чітко зафіксувала виконання договору поставки товару за кількістю та повноти строків. Крім того, дотримання умов поставки та рівномірність доставки дуже важливо для торгових компаній, оскільки це гарантує безперерйну реалізацію товарів і не вимагає додаткової інвентаризації у вигляді страхового запасу, щоб збут не переривався без перерв. Доставка і нерівномірна доставка.

Більшість асортименту ТОВ «Епіцентр-К» займає продукція китайських виробників, саме в Китаї знаходяться великі потужності виробництва самих світлодіодів. Українські виробники займають незначну частину ринку.

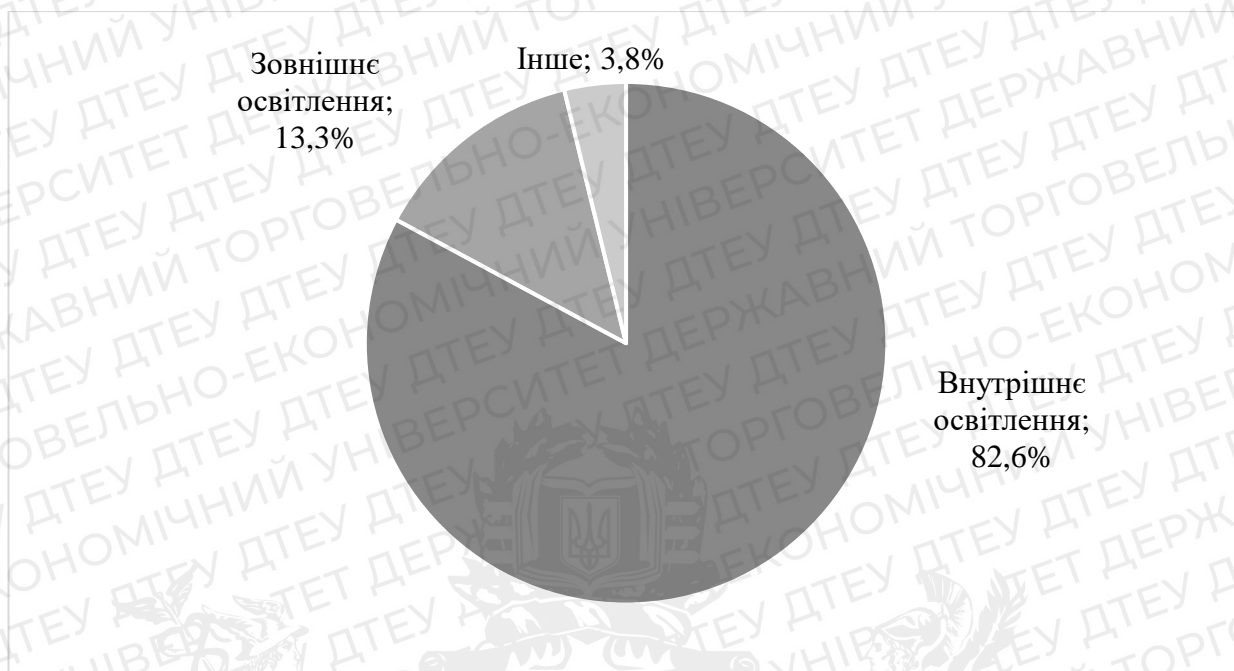


Рис. 1.1. Структура імпорту світлодіодного освітлення ТОВ «Епіцентр-К» у 2020 році, в натуральному вираженні, %

Джерело: побудовано автором на основі даних [3]

Основну частину імпорту ТОВ «Епіцентр-К» займають світильники для внутрішнього освітлення – стельові, настінні, підлогові та настільні, іноді подвійного призначення, у багатьох поставаннях не зазначено вигляду внутрішніх світильників. Така перевага також пов’язана з наявністю поставань світлодіодних модулів і стрічок, які при великій кількості мають невелику вагу та ціну, тому в грошах на внутрішнє освітлення припадає 75,7%.

Географія поставання малорізноманітна – майже всі товари мають китайське походження, також є трохи європейської продукції. При цьому, у грошовому вираженні частка Китаю становить на 15 процентних пунктів нижче, більше обсягу припадає на європейські країни, насамперед Німеччину та Польщу.

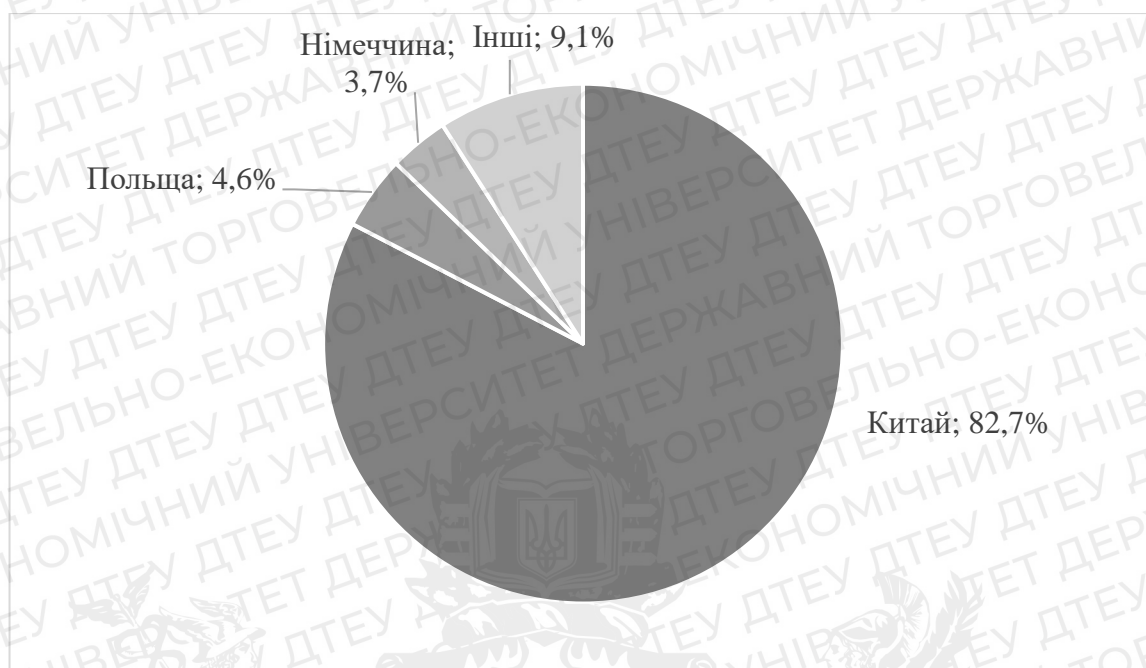


Рис. 1.2. Географія імпорту світлодіоду ТОВ «Епіцентр-К», %

Джерело: побудовано автором на основі даних [3]

Останнім часом в Україні все більше уваги приділяється використанню енергоефективної освітлювальної техніки, зокрема світлодіодної. Основні конкуренти України на світовому ринку є різноманітні компанії (рис. 2.4):



Рис. 1.3. Основні конкуренти України на ринку освітлювальної техніки

Джерело: побудовано автором на основі даних [4]

Державні програми та ініціативи, спрямовані на підтримку використання енергоефективних технологій, також сприяють розвитку ринку освітлювальної техніки в Україні. Драйверами розвитку галузі будуть освітлення для рітейлу та комерційне освітлення – за рахунок своїх масштабів та потреб у більш професійному обладнанні.

До війни мережа «Епіцентр» здебільшого була орієнтована саме на продукцію українського виробника. З початку воєнних дій більшість наших виробників або припинили виробництво, або знаходяться в зоні воєнних дій чи на окупованих територіях.

Для ефективної імпоротної діяльності компанія має ретельно аналізувати ринки та постачальників, визначати оптимальну цінову політику та робити своєчасні закупки. Крім того, важливо враховувати ризики та забезпечувати стабільність фінансових показників компанії.

У підсумку, імпортна діяльність ТОВ «Епіцентр К» є важливим елементом її діяльності, який дозволяє розширити асортимент та збільшити конкурентоспроможність компанії.

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЮ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТЛЮВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ

2.1. Аналіз світового ринку освітлювальної техніки

Активний і прогресивний розвиток світлодіодних технологій і поява внаслідок цього потужних, ефективних світлодіодних приладів для освітлення, безсумнівно вже істотно потіснили звичайні джерела світла. Світлодіодне освітлення являє собою вигідну і безпечну альтернативу звичайним лампам розжарювання.

З кожним роком все частіше можна зустріти ефективні способи застосування такого освітлення в повсякденному житті: освітлення вулиць, тунелів, переходів, а також для індикації в приладах, в габаритних ліхтарях і сигналах гальмування в автомобілях, освітлення коридорів, парадних в під'їздах і будинках, освітлення робочих місць і технічних зон на підприємствах, освітлення торгових залів, вітрин і вивісок магазинів, освітлення складів, сховищ і багато іншого. Таким чином, поява світлодіодів та їх застосування, не обмежилися лише побутовими сферами використання та активно проникнули в інші промислові та комерційні сфери. [5]

Світлодіодне освітлення є однією з найбільш ефективних технологій освітлення на сьогоднішній день. Тому, тренд на ринку світлодіодного освітлення в світі є досить стійким і продовжує зростати.

Основні тренди на ринку світлодіодного освітлення включають:

- ефективність. Світлодіодні лампи виробляють більше світла за менше споживання електроенергії, що є важливим фактором для споживачів.
- керованість. Світлодіоди можуть керуватися з допомогою технологій IoT (Internet of Things), що дозволяє включати, вимикати, а також регулювати яскравість та колір освітлення з допомогою мобільного додатку або голосових команд.
- довговічність. Світлодіодні лампи мають значно більший термін служби порівняно з традиційними лампами.

- екологічність. Світлодіодні лампи не містять ртуті або інших шкідливих речовин, що зменшує їх вплив на довкілля.
- гнучкість. Світлодіодні лампи можуть мати різні форми та розміри, що дозволяє їх використовувати в різних застосуваннях.
- новітність. Нові розробки в технології світлодіодного освітлення, такі як OLED (Organic Light Emitting Diodes), розширюють можливості використання світлодіодів.

У світі спостерігається зростання використання світлодіодних ламп у будинках, офісах, магазинах, вуличному освітленні, автомобілях та інших сферах.

Загальний розмір світового ринку світлодіодного освітлення в 2020 році оцінювався у 54,00 млрд. дол. США, і, за прогнозами, він збільшиться на рівні 10,8% за 2021 рік.

Основні причини зростання ринку:

- 1) зростання суворості нормативно-правових актів з точки зору неефективних технологій освітлення;
- 2) агресивне зниження цін на світлодіоди, поєднане з трансформацією енергетичної політики в усьому світі;
- 3) стимули та знижки, надані урядами за використання світлодіодного освітлення в багатьох країнах сприяють зростанню попиту.

Крім того, очікується, що в найближчі роки сувора законодавча політика щодо звичайного освітлення та споживання енергії в США, Європейському Союзі, Китаї та Канаді сприятиме попиту на продукцію. Відповідні рейтинги та стандарти дизайну, що класифікують енергоефективність, такі як CASBEE в Японії, BREEAM в ЄС та стандарти зеленого будівництва в Китаї, прогнозуються, що вони будуть корисними для зростання ринку світлодіодного освітлення [6].

Крім того, в США всі світлодіодні освітлювальні вироби повинні відповідати нормам, включаючи Програму Energy Star, Програму ООН з навколишнього середовища (UNEP) та Національний електричний кодекс (NEC).

Уряди пропонують заохочення та знижки на заміну традиційних ламп на світлодіодні вироби, що дає змогу покращити прийняття світлодіодної продукції у всьому світі. Також передбачається, що розумні підсвічування запропонують вигідні можливості для застосування у промислових та комерційних районах. Вони мають можливість регулювати світло за допомогою контрольних зон. Схеми розумних міст стали переважаючими в США та кількох європейських країнах, де все більше акцентується на стратегіях зменшення пікового попиту на електроенергію та загального споживання енергії.

Аналізуючи продуктову ситуацію у світі, слід зауважити, що весь ринок світлодіодного освітлення ділиться на дві категорії: лампи та світильники. Світлодіодні світильники стали найбільшим сегментом у 2019 році. Світильники широко використовуються в комерційних та промислових сегментах освітлення. Вони дорожчі, ніж типові світлодіодні лампи.

Таким чином, світильники займають більш значну частку ринку, ніж світлодіодні лампи. Нові установки переважно керують ринком світлодіодних світильників. Сюди входять ліхтарі, що використовуються в вуличних ліхтарях, світильниках, доріжках, троферах та підвісних конструкціях для різних застосувань. Світлодіодні світильники дають більше світла на вихідну потужність. Їх легше контролювати, дозволяють оптичним дизайнерам використовувати їх більш кваліфіковано.

За даними Національної асоціації виробників електричної енергії (NEMA), світлодіодне освітлення становило приблизно 23% від загального ринку освітлення в 2020 році. Агентство охорони навколишнього середовища США (EPA) прогнозує, що світлодіод буде домінуючою технологією у виробництві ламп у наступні роки за умови поінформованості споживачів, яка, в свою чергу, створюється всіма учасниками товароруху: виробниками, дистриб'юторами та роздрібними торговцями.

Стосовно сегменту світлодіодних ламп, передбачається, що він також поступово розшириться та досягне середньорічного показника розвитку 11,8%,

завдяки збільшенню популярності в країнах, що розвиваються. Стосовно структури споживчого ринку, слід зазначити, що комерційний сегмент став одним із провідних сегментів у 2020 році. Розвиток комерційних об'єктів, їх модернізація, безумного сприяють зростанню комерційного сегменту.

Виробники адаптують свої товарні пропозиції до вимог ринку. Так, наприклад, з'являються спеціалізовані світильники для галерей, музеїв, виставок та інш. Не менш важливим сегментом є промислове освітлення. Ці світильники повинні відповідати стандартам та нормам промислового освітлення, визначеним на різних рівнях управління.

Однією з провідних ознак класифікації ринку світлодіодного освітлення є спосіб застосування: внутрішнє (для приміщень) та зовнішнє освітлення. В 200 році сегмент внутрішніх приміщень оцінювався у понад 37,31 млрд. Дол. США, і, як очікується, він буде стабільним упродовж найближчих 6-7 років.. Стосовно зовнішнього застосування, зауважимо, що на попит можуть значно впливають макроекономічні фактори. Зовнішні світлодіоди можна класифікувати на архітектурні, громадські місця та ін. Архітектурна ілюмінація стала найпопулярнішою на відкритому повітрі у 2020 році [6].

Український ринок світлодіодної продукції має наступні особливості:

1) Розвиток ринку: Ринок світлодіодної продукції в Україні є досить розвиненим та постійно зростає. Великі виробники світлодіодних ламп та світильників представлені на українському ринку, а також є низка малих та середніх підприємств, які виготовляють світлодіодну продукцію.

2) Зростаюча популярність: Світлодіодна продукція стає все більш популярною серед населення та підприємств України. Це пов'язано з підвищеною енергоефективністю, тривалою роботою та високою якістю світла.

3) Конкуренція: На ринку присутня велика кількість виробників світлодіодної продукції, що призводить до значної конкуренції між ними. Це спричиняє падіння цін на світлодіодну продукцію та змушує виробників покращувати якість своєї продукції та знижувати витрати на виробництво.

4) Розвиток інновацій: Виробники світлодіодної продукції в Україні постійно вдосконалюють свою продукцію та запроваджують нові технології, що дозволяє їм бути конкурентоспроможними на ринку.

5) Регулювання державою: Держава в Україні активно регулює ринок світлодіодної продукції, зокрема встановлює стандарти якості та безпеки продукції, надає пільги та стимули для впровадження енергоефективних технологій.

Український LED-світлотехнічний ринок нараховує близько 100 торговельних марок, однак, враховуючи показники охоплення ринку, популярність, впізнаваність у кінцевих споживачів, слід розглядати 24 торговельні марки, які представлені у різних цінових сегментах. Цінова карта українських торговельних марок виглядає наступним чином (табл. 2.1). Для побудови карти, нами були використані дані щодо вартості індикативної саме для LED- ринку позиції в асортименті всіх торговельних марок, що вивчаються – лампа А60, потужністю 10W, з цоколем Е27. Також для коректності аналізу, використані дані с первинних прайс-листів.

Таблиця 2.1

Цінова карта українських торговельних марок за 2021 р.

Сегмент	№	Найменування ТМ	Ціна, дол. США	Середня ціна в сегменті, дол. США	Частка сегменту в загальній структурі ринку, %
Premium	1	Videx Prem	2,97	2,31	12
	2	Eurolamp	2,1		
	3	Maxus	1,87		
Mid Middle+	1	Electrum	1,59	1,53	19
	2	Luxel	1,59		
	3	Global	1,51		
	4	Euroelectric	1,49		
	5	Videx	1,45		
Mid	1	Feron	1,39		

Eonom	2	Z-light	1,34	1,33	23
	3	Ledex	1,32		
	4	Sirius	1,32		
	5	Bellson	1,32		
	6	Lezard	1,29		
	1	Biom	1,2	1,12	46
	2	Ledmax	1,2		
	3	Lebron	1,17		
	4	Укрлед	1,16		
	5	Numina	1,15		
	6	Евросвет	1,14		
	7	Righ Hausen	1,14		
8	Ledstar	1,1			
9	ELM	1,1			
10	HOROZ	1,05			
11	Videx Tit	1,04			
12	Lemanso	1			

Джерело: побудовано автором на основі даних [24]

З наведеної таблиці, видно, що найбільша кількість торгівельних марок представлена у сегменті «Eonom» - 12 ТМ, таким чином даний сегмент є найбільш насиченим та складає 46% від загальної структури ринку. Популярність цього сегменту зумовлена специфікою українського ринку, яка відображена у структурі попиту між великими, середніми та маленькими населеними пунктами та відповідно платоспроможністю населення. Середня ціна в даному сегменті складає 1,12 дол. США. Спостерігаємо також значну цінову конкуренцію в межах даного сегменту, адже ціни незначним чином відрізняються.

Другим за насиченістю є сегмент «Middle». В ньому представлені 6 ТМ, його частка в загальній структурі ринку складає 23%. Середня ціна в сегменті складає 1,13 дол. США. Даний сегмент в середньому на 19% дорожчий за попередній сегмент («Econom»).

Менш насиченим є сегмент «Middle+». В ньому представлені 5 ТМ, що дозволяє цьому сегменту складати 19% від загальної структури ринку. Середня ціна складає 1,53 дол. США і сегмент в середньому дорожчий на 15% за сегмент «Middle» [24].

Найменш насиченим є сегмент «Premium». В ньому представлені 3 ТМ. Таким чином, частка цього сегменту в загальній структурі ринку складає 12%. Цей сегмент є дорожчим в середньому на 52% у порівнянні з попереднім сегментом («Middle+»).

Ринок світлодіодного освітлення (LED-освітлення) продовжує зростати як в Україні, так і в усьому світі. Така тенденція характерна як домашнього, побутового використання, так вуличного освітлення, і навіть освітлення у сегменті комерційної та промислової нерухомості. Цьому сприяє серед іншого зниження вартості світлодіодної технології. Цінова доступність збільшує попит як з боку населення, так і з боку держави – збільшується кількість встановлених світлодіодних ліхтарів уздовж доріг.

У структурі закупівель у 2021 році переважали світильники для внутрішнього освітлення, настінно-стельові. При цьому в експортному постачанні основу становило вуличне освітлення – понад 85% у грошовому вираженні. В експорті були присутні також інше специфічне (і дороге) обладнання – корабельні прожектори, прожектори для будівельної техніки та інше.

На сьогоднішній день, освітлювальна техніка є однією з найважливіших складових будь-якого приміщення, будівлі чи інфраструктури (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Провідні виробників освітлювальної техніки в світі

Виробник	Характеристика
Philips Lighting	Найбільший світовий виробник освітлювальної техніки, який пропонує широкий спектр продукції для всіх сегментів ринку.
Osram	Другий за величиною виробник освітлювальної техніки в світі, який спеціалізується на розробці і виробництві продуктів для промислових та комерційних застосувань.
Cree	Провідний виробник світлодіодних продуктів для всіх типів освітлення.
Acuity Brands	Виробник освітлювальної техніки для комерційних та резиденційних приміщень, який випускає продукцію під такими брендами, як Lithonia Lighting, Holophane та інші.
Zumtobel	Австрійський виробник освітлювальної техніки, який пропонує рішення для всіх типів приміщень, включаючи офіси, магазини та промислові підприємства.

Джерело: побудовано автором на основі даних [4]

Обсяги ринку у 2020-2022 р. залежали, від таких факторів:

- темпи житлового та нежитлового будівництва, активність на ринку житлової нерухомості (ремonti в куплених квартирах);
- фінансування бюджетних організацій (шкіл, лікарень, укравтодору);
- програми підвищення енергоефективності;
- кризові явища, пов'язані з карантинними заходами (скорочення діяльності компаній, у т.ч. будівельних, зменшення виробництва освітлювальної апаратури через скорочення роботи заводів);
- зміна рівня інфляції, курсів валют та реальних доходів населення.

У 2020 році відбувалося скорочення темпів зростання ринку LED освітлення, пов'язане з обмеженнями у роботі виробничих та торгових компаній, зменшенням обсягів ремонтних робіт, зменшенням пропозиції на ринку житлової нерухомості, скороченням бюджетного фінансування різних галузей. Трохи покращує ситуацію попит з боку самостійного ремонту – під час карантину у населення з'явився вільний час для переобладнання житлових приміщень та садів.

2.2. Аналіз доцільності імпорту освітлювальної техніки до України

Український ринок освітлювальної техніки є досить розвиненим і має потужний потенціал для подальшого розвитку. Освітлювальна техніка в Україні використовується в багатьох галузях економіки, таких як будівництво, промисловість, транспорт, медицина, освіта та інші.

Останнім часом в Україні спостерігається зростання попиту на енергоефективну та екологічно чисту освітлювальну техніку, яка дозволяє знижувати витрати на електроенергію та покращувати екологічну ситуацію в країні.

На українському ринку освітлювальної техніки присутні як місцеві виробники, так і зарубіжні компанії, що пропонують свою продукцію. Польща є одним з основних постачальників освітлювальної техніки на український ринок. Також в Україні досить розповсюджені китайські та турецькі бренди.

За оцінками експертів, на українському ринку освітлювальної техніки є досить сильна конкуренція, що зумовлює підвищення якості продукції та зниження цін на неї. Українські споживачі, на відміну від споживачів з деяких інших країн, все більше уважні до якості та функціональних характеристик освітлювальної техніки, а також до її вартості та витрат на її експлуатацію.

Після повномасштабного вторгнення в Україну та в умовах блекауту значно зріс попит на ліхтарі, як звичайні, так і промислові і туристичні, оскільки він може стати незамінним джерелом освітлення в тих випадках, коли немає електричної енергії.

З весни в Україні спостерігається підвищений попит на ліхтарики різних моделей. Але в жовтні 2022 року продажі в чотири рази вищі, ніж у тому ж місяці 2021 року.

Порівняно з попереднім періодом середній чек зріс на 19% до 1242 грн. Більшість людей купують світлодіодні світильники на батарейках, але моделі на батарейках також популярні.

На сайті ТОВ «Епіцентр К» можна знайти ліхтарі таких типів (рис. 2.1):

- 1) Садові ліхтарі – для освітлення прилеглої території і доріжок у саду або на дачі.
 - 2) Світильники – для освітлення житлових та нежитлових приміщень, таких як кімнати, кабінети, коридори, ресторани, магазини тощо.
 - 3) Прожектори – для освітлення великих просторів, таких як спортивні майданчики, паркинги, будівлі, а також для використання на будівництві та виробництві.
 - 4) Ліхтарі-фонари – для використання в походах, риболовлі, туризмі та інших активностях на відкритому повітрі.
 - 5) Ліхтарі автомобільні – для освітлення дороги під час водіння в нічний час.
- Крім того, ТОВ «Епіцентр К» пропонує ліхтарі різних форм та розмірів, з різними характеристиками (наприклад, з різними режимами світіння, з різними джерелами живлення тощо), що дозволяє знайти оптимальний варіант для конкретної потреби.

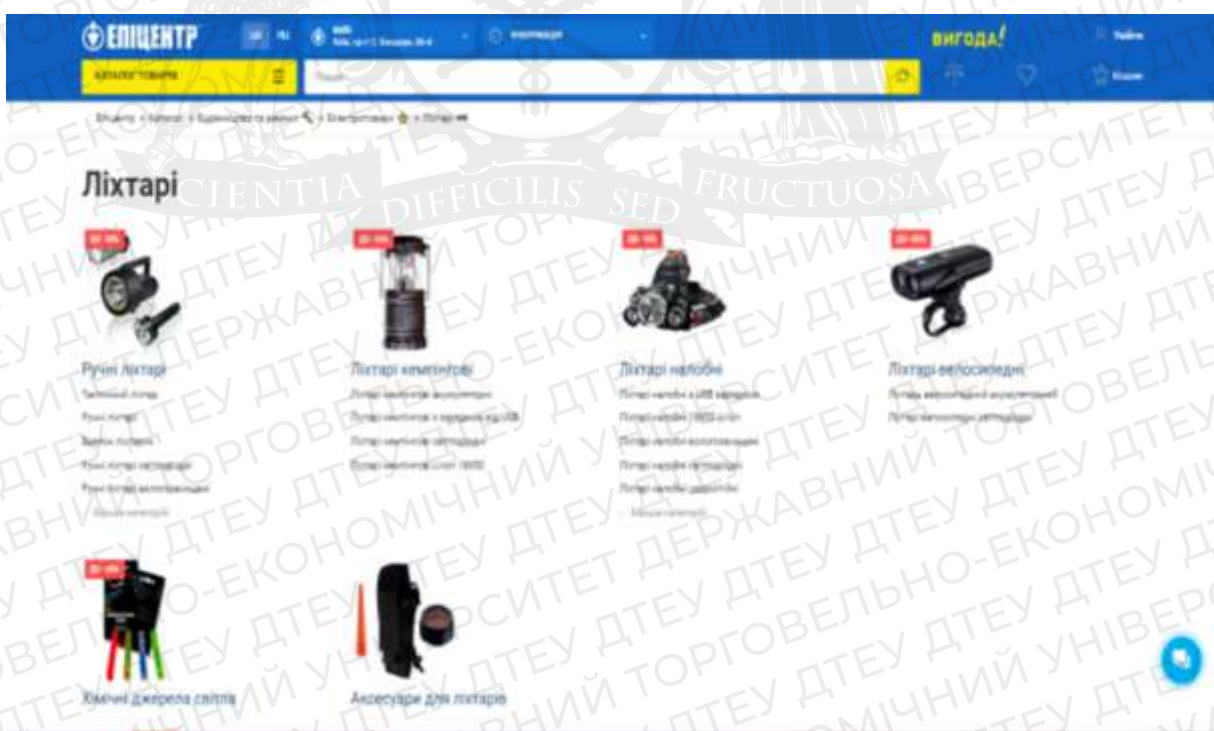


Рис. 2.1. Асортимент ліхтарів ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: побудовано автором на основі даних [1]

Покупцями промислових та туристичних ліхтарів є корпоративні клієнти, найчастіше великі та середні підрядні організації, що займаються будівництвом, реконструкцією та ремонтом промислових об'єктів, або ж відділи постачання самих підприємств.

Більшість замовників становлять підприємства харчової промисловості (особливо з іноземним капіталом, а саме тютюнові, кондитерські фабрики) та металургійні заводи. Оскільки імпорту продукцію відносять до верхньої цінової групи, а вітчизняну – до нижньої, останній віддають перевагу інвестори, що не передбачають значних капіталовкладень в освітлення. Імпортні ж світильники купують клієнти.

Крім того, в умовах війни зростає попит на ліхтарі від державних підприємств та установ для облаштування місць для укриття.

Ринок освітлювальної техніки в Україні є досить розвиненим та динамічним. Він охоплює весь спектр продукції, від простих світильників для домашнього використання до складних систем освітлення для промислових комплексів. Основними гравцями на ринку є вітчизняні виробники та імпортери, які пропонують широкий асортимент продукції.

Виробництво світлотехніки також зростає практично у всіх класифікаційних групах. Слід також відзначити тенденцію до зниження цін на продукцію. Очевидно, що за умов відносно стабільного рівня доходів населення зростання виробництва свідчить про те, що споживання вітчизняної продукції легкої промисловості зазнає незначних змін. Оскільки внутрішнє споживання не зростає, експорт зростає, коли збільшується виробництво.

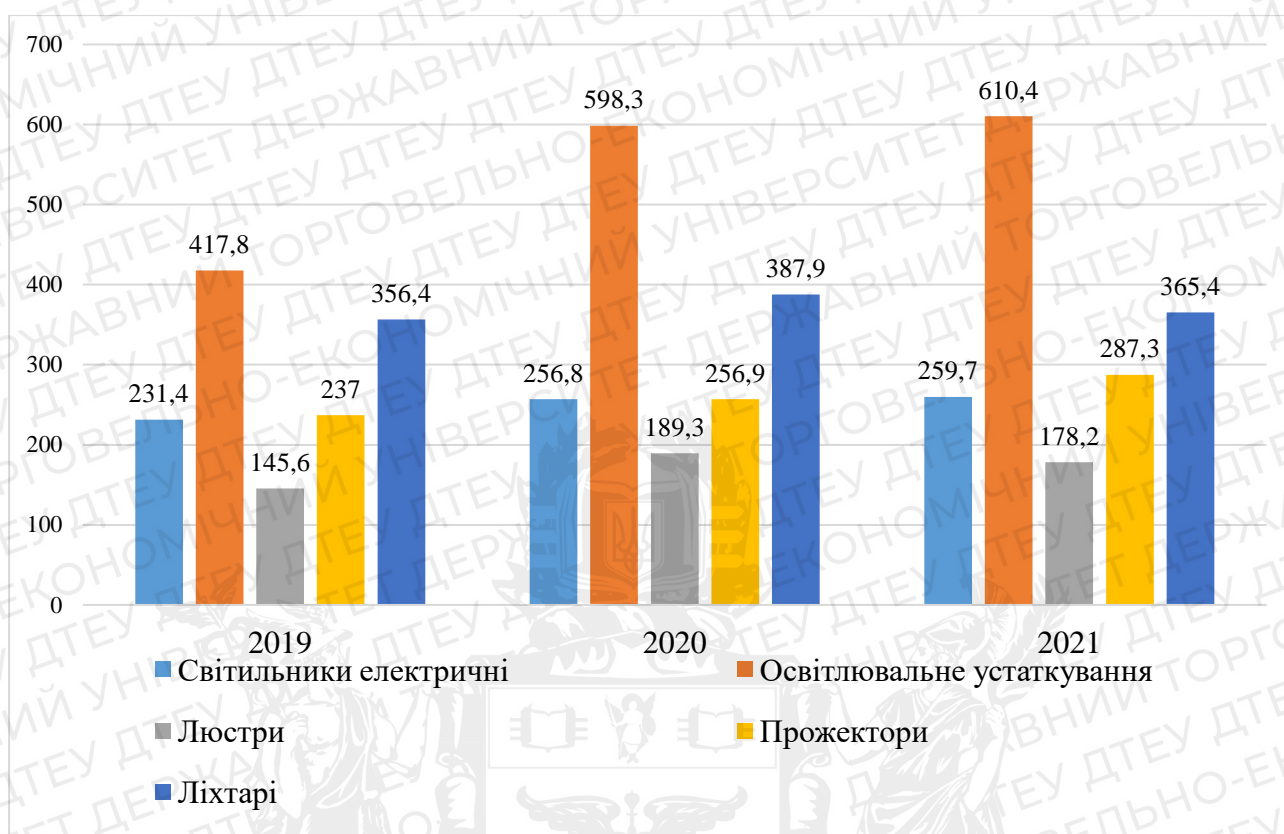


Рис. 2.2. Динаміка обсягів виробництва освітлювальної техніки в Україні, млн. грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних [24]

Рисунок 2.2 демонструє дві очевидні тенденції, а саме загальне падіння експорту, яке пов'язане з різким скороченням кількості експорту ламп розжарювання, тоді як експорт інших типів зріс відносно невеликими темпами.

Для більшості товарів (за винятком ламп розжарювання та ртутних ламп) імпорту домінує над експортом. Така ситуація призвела до збільшення дефіциту міжнародної торгівлі та зменшення валютних резервів. Дані балансу свідчать, що Україна відчуває серйозний дефіцит у виробництві люмінесцентних ламп, металогалогенних ламп, галогенних ламп і натрієвих ламп. Оскільки ці типи ламп є сучасними та мають високі споживчі характеристики, їх дефіцит є рушійною силою для інвестицій у нові технології та робочі місця.

Таблиця 2.3

Динаміка імпорту освітлювальної техніки

Види електроламп	Роки					
	2019		2020		2021	
	Кількість, тис. шт.	Вартість, тис. грн.	Кількість, тис. шт.	Вартість, тис. грн.	Кількість, тис. шт.	Вартість, тис. грн.
Розжарювання	60822,9	912343,5	23495,8	352437	4052,4	60786
Люмінесцентні	15763,1	394077,5	18362,5	459062,5	25764,7	644117,5
Ртутні	665,7	23299,5	789,8	27643	543,7	19029,5
Натрієві	171,3	8907,6	258,7	13452,4	213,9	11122,8
Металогалогенні	108,9	4138,2	115,5	4389	130,9	4974,2
Галогенні	7514,5	190116,9	5386,3	136273,4	9324,8	235917,4
Інші	101456,2	5113392	66742,8	3363837	47168,4	2377287
Всього	186502,6	6646276	115151,4	4357094	87198,8	3353235

Джерело: побудовано автором на основі даних [3]

Природно, оскільки домінують вітчизняні лампи, вироблені за кордоном, існує явище імпорту комплектуючих з-за кордону. Так, до цього часу в Україні практично припинилося виробництво таких комплектуючих, як скло, порцелянові картриджі тощо.

Також очевидно, що наявний асортимент світлотехніки не повністю відповідає потребам ринку. Особливо варто відзначити, що значно зріс імпорт ламп і ліхтарів, які займають найбільшу питому вагу в структурі імпорту. Це призвело до посилення конкуренції на ринку, спонукаючи підприємства вживати заходів для забезпечення зростання на економічно безпечних рівнях.

За оцінками дослідників, ринок освітлювальної техніки в Україні зростає і очікується його подальший розвиток у майбутньому. Потужність ринку оцінюється в десятки мільйонів доларів США, а кількість підприємств, які займаються виробництвом та постачанням освітлювальної техніки, постійно зростає (рис. 2.3).

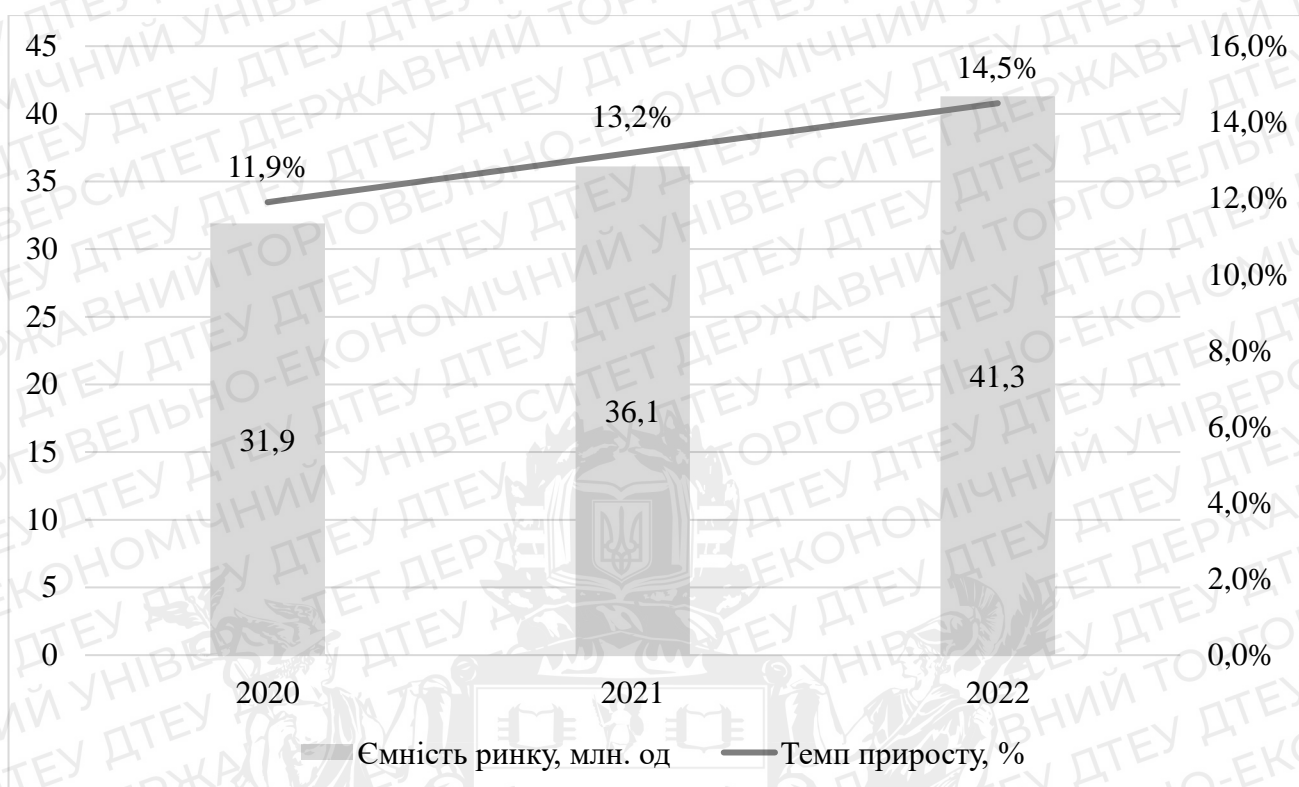


Рис. 2.3. Аналіз ємності ринку світлодіодного освітлення в Україні у 2020-2022 рр., у натуральному вираженні, млн шт.

Джерело: побудовано автором на основі даних [3]

На ринку можна виділити кілька основних сегментів: домашнє освітлення, комерційне освітлення, освітлення для офісів та інших установ, освітлення для вуличного освітлення, спеціалізоване освітлення для промисловості, медицини, науки та інших сфер.

Більшість вітчизняних підприємств закупають діоди китайського виробництва і займаються лише збиранням виробів на власних потужностях. А ті компанії, які проводять власні розробки та займаються виробництвом «повного циклу», мають більше витратних складових, внаслідок чого ціна зростає. Таким чином імпорتنі торгові марки міцно зайняли свої позиції на нашому ринку. Вітчизняне виробництво немає можливості конкурувати за таких великих виробничих масштабах провідних компаній.

Промислова галузь поки що не створює великого попиту, найперспективніший напрямок тут – переоснащення та модернізація підприємств,

що діють. Активізація житлового сегменту – оператори очікують зростання попиту наступного року, а продаж квартир тягне за собою необхідність налагодження освітлення.

Розвиток технологій. Подальше здешевлення, покращення параметрів та зміна зовнішніх характеристик – ймовірні сценарії розвитку галузі у найближчому майбутньому. в асортименті виробників постійно з'являються новинки, наприклад мініатюрні світлодіоди в корпусі з параметрами, що обчислюються десятими частками міліметра.

Це дозволяє використовувати їх у дуже малих просторах, розширюючи спектр використання підстітки (меблі, електронні пристрої, аксесуари).

"Розумне" освітлення поки що займає не так багато обсягу ринку в пайовому відношенні, але поширення систем "розумного будинку", "розумного будинку" та аналогічних розвивають і світлодіодні технології, оскільки часто використовуються разом. Все частіше у комерційних та житлових приміщеннях використовують можливості дистанційного контролю за освітленням (за допомогою спеціального пульта чи смартфона).

Альтернативна енергетика. Ще один сегмент, який має невеликі обсяги, але великі перспективи. Сонячні панелі, підключені до світлодіодних світильників, все частіше використовуються для зовнішнього освітлення як громадських місць, так і приватного сектора.

Зважаючи на складність імпорту як процесу та масштабність робіт, проведення яких необхідно для його організації на сучасному високому рівні, даний вид діяльності потребує постійного вдосконалення та впровадження інновацій. Основні проблеми організації імпорту ТОВ «Епіцентр-К» наведено на рис. 2.4.

Проблеми імпортової діяльності ТОВ "Епіцентр-К"	Відсутність стратегії управління ризиками
	Недостатнє використання інформаційних технологій
	Проблеми з пошуком транспортних засобів та висока ціна за послуги перевізників
	Відсутність організаційної єдності серед підрозділів підприємства

Рис. 2.4. Основні проблеми організації імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К»

Джерело: побудовано автором

Імпорт продовольчих товарів пов'язаний із серйозними ризиками. Попередження ризиків та мінімізація їх наслідків є одним з напрямів вдосконалення імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К».

Основні причини ризиків що може зазнати ТОВ «Епіцентр-К» під час імпортних операцій:

- некоректне оформлення контрагентом товаросупровідних документів;
- зниження темпів виробництва постачальника, що призводить до нестачі потрібної кількості товару на дату завантаження.;
- невиконання зобов'язань постачальником по полтавці замовлення;
- зміна валютного курсу;
- нестабільність законодавства з питань митного оформлення товарів;
- значні часові витрати на оформлення товарів в пунктах пропуску через митні кордони та ін.

В своїй діяльності підприємство найчастіше стикається з інформаційними ризиками; ризиками щодо надійності партнера; ризиками, пов'язаними з ціною контракту та комерційними ризиками.

Наслідками даних ризиків можуть бути надмірні позапланові транспортні витрати, які спричинені відсутністю або недостовірністю інформації, необхідної

для правильної організації процесу завантаження товарів на складі постачальника; витрати, пов'язані із затримкою митного оформлення товарів.

Ризики щодо надійності контрагентів полягають у низькому рівні відповідальності нових постачальників, що також стає причиною збільшення витрат, яких можна було уникнути. Надійність тісно пов'язана з наданням актуальної інформації, котра при своєчасному використанні попереджає виникнення труднощів та появу надлишкових фінансових втрат.

Ризики, пов'язані з ціною контракту та комерційні ризики –можуть призвести до незапланованого недоотримання прибутку внаслідок збільшення закупівельної ціни вже у момент роботи проекту, втрат товарів у процесі обертання, збільшення видатків, що призводять до зменшення обсягів прибутку. Аналіз доцільності імпорту освітлювальної техніки до України має переваги та недоліки (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Переваги та недоліки доцільності імпорту освітлювальної техніки до України

№	Показник	Характеристика
Переваги		
1	Розширення асортименту	Імпорт освітлювальної техніки дозволить розширити асортимент продукції на українському ринку та надати споживачам більший вибір.
2	Підвищення якості	Імпорт продукції з країн з розвинутою промисловістю та технологічним рівнем може підвищити якість освітлювальної техніки на українському ринку
3	зниження цін	За умови зниження митних тарифів та інших бар'єрів, імпорт може допомогти знизити ціни на освітлювальну техніку в Україні.
Недоліки		
1	Високі витрати	Імпортна освітлювальна техніка може бути дорожчою, ніж вітчизняна техніка. Це може збільшувати витрати на придбання та обслуговування техніки.
2	Транспортні витрати	Доставка імпортової освітлювальної техніки до України може бути дорожчою, ніж

		транспортування вітчизняної техніки в межах країни. Це може збільшувати витрати на придбання та обслуговування техніки.
3	Проблеми з сервісом та гарантією	У разі несправності імпоротної техніки можуть виникати проблеми з ремонтом та отриманням гарантійних виплат. Це може вимагати більшої уваги до вибору надійного виробника та постачальника техніки
4	Проблеми зі сумісністю	Імпортна техніка може не завжди бути сумісною зі стандартами та регулюваннями, які діють в Україні. Це може призводити до проблем з установкою та експлуатацією техніки.

Джерело: побудовано автором

Ринок світлодіодного освітлення продовжує зростати як в Україні, так і в усьому світі. Така тенденція характерна як домашнього, побутового використання, так вуличного освітлення, і навіть освітлення у сегменті комерційної та промислової нерухомості. Цьому сприяє серед іншого зниження вартості світлодіодної технології.

Можна зробити наступні висновки про ринок світлодіодного освітлення в Україні:

1. Сегмент «Ecomom» є найбільш насиченим з точки зору кількості представлених на ньому торговельних марок та складає 46% від загальної структури ринку. Це пов'язано зі специфікою українського ринку, а саме структурою попиту між великими, середніми та маленькими населеними пунктами та платоспроможністю населення.

2. Сегмент «Middle» є другим за насиченістю з 6 торговельними марками та складає 23% від загальної структури ринку. Середня ціна в цьому сегменті дещо вища, ніж в «Ecomom», але він все ще доступний для більшості населення.

3. Сегмент «Middle+» має меншу кількість представлених на ньому торговельних марок (5), але в середньому є дорожчим за попередній сегмент на 15%. Це може свідчити про зростаючий попит на більш якісне та дорожче освітлення серед певної частини населення.

4. Сегмент «Premium» є найменш насиченим з 3 торговельними марками, але він є дорожчим в середньому на 52% у порівнянні з сегментом «Middle+». Це може свідчити про попит на якісне та дороге освітлення серед вузького сегменту споживачів.

5. Ринок світлодіодного освітлення зростає як в Україні, так і в усьому світі, завдяки зниженню вартості світлодіодної технології. Цінова доступність сприяє збільшенню попиту як з боку населення, так і з боку держави.

Цінова доступність збільшує попит як з боку населення, так і з боку держави – збільшується кількість встановлених світлодіодних ліхтарів уздовж доріг.

Майже вся продукція представлена на українському ринку має китайське походження. Місцеві компанії займаються збиранням освітлювального обладнання із закуплених імпорتنних світлодіодів.

Таким чином, можна вважати доцільним здійснення імпорту освітлювальної техніки ТОВ «Епіцентр К».

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ОСВІТЛЮВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» освітлювальної техніки

Структура управління підприємством є ієрархічною, тобто всі працівники прямо чи опосередковано підпорядковуються директорам підприємства. Вищим органом управління є збори учасників. Зборами учасників призначається генеральний директор, який організовує великий супермаркет, підписує договір представляє його в усіх організаціях і установах, видає інструкції, затверджує штатні розклади, формує плани продажу, приймає на роботу та звільняє працівників.

Організаційну структуру ТОВ «Епіцентр К» можна розглянути на рисунку 3.1.

ТОВ «Епіцентр К» підпорядковується безпосередньо директору, призначеному генеральним директором. Епіцентр К є юридичною особою, є платником пенсійних фондів, фондів соціального страхування, пов'язаних з нарахованою та виплаченою заробітною платою працівників, платником окремих податків відповідних податкових органів. Аналіз попиту та його детермінант є основою дослідження ринку, де метою аналізу є кількісна оцінка потенціалу (ємності) ринку та фактичного рівня первинного попиту.



Рис. 3.1. Організаційна структура ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: [11]

Товарний попит підприємства «Епіцентр-К» є частиною ринкового попиту, що відповідає ринковій частці підприємства (марки) на базовому товарному ринку у процесі моніторингу ринку, аналізу попиту та прогнозування продукції компанії. Щоб оцінити розмір ринку, необхідно оцінити продажі кожного товару, проданого компанією, визначити тенденцію попиту на певні товари та використовувати при цьому різні методи для прогнозування попиту та пропозиції інших компаній. Найпоширенішими методами збору оригінальної інформації є: спостереження, експеримент і дослідження. В ТОВ «Епіцентр-К» відділ маркетингу постійно контролюється відділом маркетингу, який підпорядковується комерційному директору.

Сера діяльності ТОВ «Епіцентр-К» майже повністю відповідає структурі попиту. Як елемент економіки товарно-матеріальні запаси відіграють важливу роль і нерозривно пов'язані з багатьма аспектами господарської діяльності комерційних підприємств. Відсутність товарів першої необхідності негативно позначається на виконанні плану товарообігу – це один з основних показників кожного бізнесу. Розмір товарного запасу є найважливішим орієнтиром у роботі бізнесу.

Якщо товарні запаси зменшуються і опускаються нижче нормативу, це сигнал про те, що працівники комерційних підприємств збільшують імпорт супутніх товарів. Збільшення товарних запасів, що перевищує нормальний рівень, свідчить про те, що причини такої ситуації необхідно ретельно вивчити та вжити заходів для подальших замовлень на товари. Аналіз забезпеченості підприємства товарними ресурсами, виконання договору, єдність товарів, загальна оцінка ресурсо-ефективності та важливої частини її елементів протягом періоду попереднього планування – інвентаризація є необхідною початковою стадією плану потреби підприємства в товарних ресурсах.

Крім того, компанія ТОВ «Епіцентр-К» чітко зафіксувала виконання договору поставки товару за кількістю та повноти строків. Крім того, дотримання умов поставки та рівномірність доставки дуже важливо для торгових компаній, оскільки це гарантує безперебійну реалізацію товарів і не вимагає додаткової інвентаризації у вигляді страхового запасу, щоб збут не переривався без перерв. Доставка і нерівномірна доставка.

Варто відмітити, що український ринок освітлювальної техніки останнім часом характеризується різким скороченням частки вітчизняних компаній у продажах побутових ламп, тоді як їхня частка на ринку промислових ламп зростає.

В основному це пов'язано з недосконалістю конструкції побутових виробів і високою енергоємністю та матеріаломісткістю технології виготовлення. З точки зору досліджень і розробок, для проведення масштабних досліджень не вистачає асигнувань. Це призвело до скорочення кількості спеціалізованих науково-дослідних установ і впливу наукових кадрів.

Особливості світлотехнічної промисловості залежать від характеру потреб, які задовольняє продукт. Світлотехнічна промисловість в основному виробляє споживчі товари, і кожен споживчий товар має певний ступінь насиченості.

Із зростанням доходів споживання різних продуктів спочатку швидко зростає, потім сповільнюється і стає насиченим, що проявляється в тому, що частка доходів населення, що використовується для задоволення певних потреб, має тенденцію до стабілізації або зниження.

У міру зростання реальних доходів собівартість одиниці освітлювальної продукції падає, але зростає в абсолютному вираженні. Згідно з опублікованими статистичними даними виробництво освітлювального обладнання стабілізувалося, а за деякими видами навіть зросло.

Структура джерела світла також зазнала значних змін за останні роки. Що стосується інвестицій у виробництво люмінесцентних ламп з гарячими катодами (компактних люмінесцентних ламп), їх кількість різко зросла, досягнувши 600 тис. шт. Скорочується виробництво ламп розжарювання.

Все це свідчить про впровадження у виробництво джерел світла з меншим енергоспоживанням, кращими світловими та іншими характеристиками.

Організаційне забезпечення здійснення імпорту освітлювальної техніки в Україну включає кілька етапів і процедур, які повинні бути виконані відповідно до вимог законодавства та міжнародних договорів.

1. Реєстрація підприємства - для того, щоб здійснювати імпорт товарів, підприємство повинно бути зареєстровано та мати відповідні дозволи на здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

2. Визначення коду товару - перед імпортом товарів необхідно визначити їх код згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності.

3. Підготовка документів - підприємство повинно підготувати документи, необхідні для митного оформлення товару: комерційні документи, договір на постачання, документи, що підтверджують якість товару та його вартість.

4. Митне оформлення - після прибуття товару на митну територію України, його необхідно митно оформити, подавши всі необхідні документи та сплачуючи митні платежі.

5. Доставка та зберігання - після митного оформлення товар повинен бути доставлений на склад підприємства та зберігатись до продажу.

6. Реалізація товару - після всіх процедур, товар готовий до продажу на українському ринку.

Важливо дотримуватись всіх вимог законодавства та міжнародних договорів при здійсненні імпорту освітлювальної техніки в Україну.

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» освітлювальної техніки

Враховуючи проведений аналіз, нами було встановлено, що для імпорту освітлювальної техніки варто обрати товари з Польщі, адже освітлювальна техніка, виготовлена в Польщі, має деякі особливості:

1) Висока якість. Виробники освітлювальної техніки з Польщі відомі своєю високою якістю продукції, яка відповідає європейським стандартам та нормам якості.

2) Широкий асортимент. Виробники освітлювальної техніки в Польщі пропонують широкий асортимент продукції, що задовольняє різноманітні потреби споживачів.

3) Інноваційні технології. Виробники освітлювальної техніки в Польщі активно використовують інноваційні технології у виробництві, що дозволяє їм створювати продукцію високої якості та забезпечувати енергоефективність.

4) Конкурентоспроможність. Оскільки Польща є членом Європейського Союзу, її виробники освітлювальної техніки мають доступ до великого ринку збуту та можуть конкурувати з іншими європейськими виробниками.

5) Прийнятні ціни: Виробники освітлювальної техніки в Польщі пропонують свою продукцію за прийнятними цінами, що дозволяє їм конкурувати на світовому ринку

Зробимо розрахунок для імпорту партії світильників на суму 5000 євро з Польщі (табл. 3.2).

1) Код товару: 9405 50 00 00

- Лампи та освітлювальне обладнання, включаючи прожектори та їх частини, в іншому місці не зазначені; світлові вивіски, світлові покажчики, табло з назвою або адресою і подібні вироби, що мають умонтоване джерело світла та їх частини, в іншому місці не зазначені;

2) Відповідно до Закону України "Про Митний тариф України" № 2697-IX от 19-10-2022 та Закону України "Про внесення змін до розділу XX "Перехідні положення" Податкового кодексу України щодо ставок акцизного податку на період дії правового режиму воєнного, надзвичайного стану" № 2618-IX от 21-09-2022 розраховуємо митні платежі.

Таблиця 3.2

Митні платежі для імпорту партії світильників на суму 5000 євро з Польщі

Найменування платежу	Основа		Ставка		Сума	
Податок на додану вартість (ПДВ)	204,000.00	грн.	20.0	%	40,800.00	грн.
Результат					40,800.00	грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних [3]

Прорахунок митних платежів дозволяє підприємству краще розуміти витрати, пов'язані з імпортом товарів. Це допомагає збільшити точність розрахунків та підготувати фінансові ресурси для оплати митних платежів. Крім того, такий розрахунок допомагає підприємству визначити оптимальну стратегію імпорту товарів, що може включати вибір оптимальних маршрутів доставки, підбір оптимальних постачальників та розгляд альтернативних варіантів. Узагальнюючи,

розрахунок митних платежів допомагає підприємству зменшити ризики та витрати, пов'язані з імпортом товарів.

Разом з тим, вважаємо за доцільне також розрахувати прогнозу оцінку результативності імпортних операцій після проведення вищезгаданих заходів (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Результативність імпортних поставок освітлювальної техніки з Польщі для ТОВ «Епіцентр К»

Показники	Механізм розрахунку	Результат
Кількість одиниць товару (Q)	-	55000
Контрактна ціна, дол. США (P)		74
Чистий дохід від реалізації, дол США	$ЧД = Q \times P$	4070000
Курс валюти, грн/дол. США (BK)		39,7
Витрати на транспортування (T)	6 % від загальної вартості	244200
Витрати на розвантажувально-складські роботи	1 % від загальної вартості	40700
Страхування вантажу (C)	3 % від загальної вартості	122100
Оплата послуг торговельного посередника (Оп)	10 % від чистого доходу	407000
Загальні витрати (Взаг)	$Взаг = T + PCP + C + Оп$	814000
Ефект від імпортової поставки, дол. США	$E = ЧД - Взаг$	3256000
Економічна ефективність імпортової поставки, %	$EI = E / Взаг \times 100 \%$	500%

Джерело: розраховано автором

Проведені розрахунки показують, що імпортні поставки освітлювальної техніки на ринок України є результативними та принесуть ТОВ «Епіцентр К» вигоду у вигляді зростання прибутку.

Враховуючи, дані підприємства реалізація продукції на ринку Німеччини буде здійснювати за ціною у 74 дол. США, що відповідає середньоринковій ціні. Згідно проведених розрахунків імпортні поставки освітлювальної техніки

обладнання на ринок України забезпечать ТОВ «Епіцентр К» отримання прибутку в розмірі 27010 дол. США, що у перерахунку на гривні складе 1072297 грн на рік при курсі гривні 39,7 грн/дол. США. Відповідно економічна ефективність ефективність імпортової поставки складе 127,6%. Згідно прогнозних розрахунків імпортової ефективності результат вказує на доцільність імпортування освітлювальної техніки з Німеччини.

Згідно прогнозних оцінок обсяг збуту освітлювальної техніки з Німеччини завдяки ТОВ «Епіцентр К» передбачається у розмірі 55000 од. з відпускною ціною у 74 дол. США за одиницю товару. Загальний ефект від імпортової діяльності прогнозується у розмірі 880000 дол. США, а економічна ефективність експортної поставки – 127,6 %. При цьому враховуємо, що проведені розрахунки базуються на ймовірнісному характеру, а тому існує ймовірність похибки у 2-5 %.

Таким чином, імпорт освітлювальної техніки з Німеччини в Україну має деякі особливості:

1) Митні збори та податки. При імпорті освітлювальної техніки з Польщі в Україну підприємство повинно сплатити митні збори та податки на підставі вартості товару, включаючи витрати на транспортування та страхування.

2) Відповідність стандартам. Освітлювальна техніка, що імпортується в Україну з Польщі, повинна відповідати національним стандартам та нормам якості, що регулюють використання таких товарів на території України.

3) Ліцензування. Для імпорту освітлювальної техніки з Польщі до України, підприємство повинно отримати ліцензію на право здійснення зовнішньоекономічної діяльності, а також зареєструвати відповідну декларацію на товар.

4) Екологічні вимоги. При імпорті освітлювальної техніки з Польщі в Україну необхідно дотримуватися екологічних вимог, зокрема, щодо утилізації та переробки відходів від освітлювальної техніки.

5) Конкуренція. Ринок освітлювальної техніки в Україні є досить конкурентним, тому підприємство, що імпортує товар з Польщі, повинно бути готовим до конкуренції з місцевими виробниками та іншими імпортерами.

З огляду на складність здійснення імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К», в умовах воєнного стану, доцільно сформулювати заходи щодо підвищення її ефективності (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Напрямки вдосконалення імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Напрямок	Опис
Оптимізація логістики та поставок	Використання новітніх технологій та оптимізація процесів логістики для зменшення витрат на транспортування та оптимізації ланцюга поставок
Пошук нових постачальників	Розширення бази постачальників та пошук нових можливостей для закупівлі товарів з метою підвищення якості та зменшення вартості
Покращення контролю якості товарів	Встановлення вимог до якості товарів, перевірка та контроль за їх відповідністю стандартам та регуляторним вимогам
Встановлення ефективної системи управління ризиками	Розроблення та впровадження системи управління ризиками для зниження можливих витрат та збитків, пов'язаних з імпортом товарів
Зменшення податкових та митних витрат	Пошук можливостей для зменшення податкових та митних витрат шляхом використання програм пільг та знижок, а також оптимізації митних процедур
Використання фінансових інструментів	Використання фінансових інструментів, таких як валютні та страхові операції, для зниження ризиків та збільшення ефективності імпортової діяльності

Джерело: побудовано автором

Аналіз практики застосування різних інструментів стимулювання імпорту показує, що їх ефект не є чітким ні на національному рівні, ні на рівні окремих галузей і підприємств. Тому в процесі стимулювання імпорту необхідно враховувати та узгоджувати інтереси кожного суб'єкта стимулювання з точки зору повного забезпечення економічної безпеки кожного суб'єкта стимулювання.

Вдосконалення імпортової діяльності у сфері управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві полягає у створенні системи управління ризиками на основі стратегії управління.

Основними принципами такої стратегії має бути ретельний аналіз, кількісна та якісна оцінка і перевірка ризикових аспектів діяльності із подальшим пошуком методів мінімізації впливів конкретних ризиків. Необхідною складовою управління ризиками є страхування.

Основою успішної діяльності сучасного підприємства є повне та раціональне використання інформаційних систем та програмних технологій. ТОВ «Епіцентр К» потребує організації використання програмного забезпечення з метою вдосконалення імпортової діяльності. Систематизація програмних продуктів, що повністю охоплюють діяльність департаменту імпорту, є потенціалом для прискорення та спрощення процесу організації імпортової операції від початку і до кінця.

Попри те, що підприємство має власне програмне забезпечення, підлаштоване під роботу компанії, воно потребує певних доопрацювань з точки зору програмування та оформлення інтерфейсу.

Оскільки при імпорті товарів час є одним з найцінніших ресурсів, вдосконалене програмне забезпечення може значно скоротити тривалість обробки кожної імпортової операції та підвищити її ефективність шляхом зменшення кількості залучених ресурсів для організації такої операції.

Процес пошуку транспортного засобу потребує великої кількості часу та зусиль, особливо у високий сезон, коли кількість імпортних поставок є найбільшою. Перевізники-партнери готові надавати послуги з транспортування лише з урахуванням більш високих цін, які займають вагому частку у собівартості товару після здійснення імпортової операції. Дана проблема є найбільш відчутною при організації збірних вантажів з декількома точками завантаження, адже з додаванням нової точки вартість транспорту зростає. Відсутність організаційної єдності серед підрозділів ТОВ «Епіцентр-К», тобто однакового розуміння процесів.

Основною ціллю вдосконалення імпорту є скорочення витрат часу на кожну складову ланцюга постачання. Скорочення загального плеча постачання є засобом підвищення оборотності товару і, як наслідок, зростання частоти імпортних поставок, що, в свою чергу, призведе до зростання обсягів діяльності.

Такі зміни потребуватимуть оптимізації роботи імпортного департаменту, його розширення та зміцнення шляхом залучення нових високоякісних ресурсів – людських, інформаційних, технічних. Це дозволить торгівельним компаніям, таким як, ТОВ «Епіцентр К», безперешкодно здійснювати імпорту діяльність і отримувати прибуток у рамках імпортової стратегії країни.



ВИСНОВКИ

Ринок світлодіодного освітлення продовжує зростати як в Україні, так і в усьому світі. Така тенденція характерна як домашнього, побутового використання, так вуличного освітлення, і навіть освітлення у сегменті комерційної та промислової нерухомості. Цьому сприяє серед іншого зниження вартості світлодіодної технології.

Цінова доступність збільшує попит як з боку населення, так і з боку держави – збільшується кількість встановлених світлодіодних ліхтарів уздовж доріг.

Майже вся продукція представлена на українському ринку має китайське походження. Місцеві компанії займаються збиранням освітлювального обладнання із закуплених імпортованих світлодіодів.

ТОВ «Епіцентр К» є одним з найбільших роздрібних мереж будівельних та господарських товарів в Україні. Компанія працює на ринку з 2003 року і зараз має понад 60 магазинів у різних регіонах країни. Аналіз імпортованої діяльності ТОВ «Епіцентр К» вказує на те, що компанія використовує імпортовані товари для розширення свого асортименту та підвищення конкурентоспроможності.

За даними статистики, імпорт ТОВ «Епіцентр К» в 2021 році склав понад 1 млрд доларів США, що є значним показником для роздрібною мережі. Найбільші обсяги імпорту були здійснені з країн Європейського Союзу, зокрема з Польщі, Німеччини, Італії та Чехії. Також значні обсяги імпорту були здійснені з країн Азії, зокрема з Китаю та Туреччини.

Основними категоріями імпортованих товарів є будівельні матеріали, господарські товари, електротовари та електроінструменти, меблі та предмети декору. Крім того, компанія імпортує товари для власного бренду - електроінструменти та господарські товари від Epitsentr та вантажні автомобілі від Arslan.

Таким чином, імпортована діяльність є важливою складовою стратегії ТОВ «Епіцентр К», оскільки дозволяє розширити асортимент та підвищити якість товарів, що пропонуються споживачам. Крім того, імпорт може допомогти

компанії отримати конкурентні переваги, такі як низькі ціни або відсутність відповідних товарів на внутрішньому ринку. Однак, така імпортна діяльність також може мати певні ризики та негативні наслідки для компанії та економіки в цілому.

Один з головних ризиків імпортової діяльності - це залежність від змін курсу валют. За даними статистики, більшість імпортованих товарів компанії приходяться на європейську валюту, тому зміна курсу євро може суттєво вплинути на витрати компанії на імпорт. Крім того, імпорт може стати причиною зменшення виробництва на внутрішньому ринку та зниження рівня зайнятості.

Ще одним негативним наслідком імпорту є можливість втрати конкурентної переваги через залежність від зовнішніх постачальників. Якщо зміниться політика постачання в країні, компанія може втратити можливість постачати певні товари або змушена буде платити вищу ціну за них.

Після повномасштабного вторгнення в Україну та в умовах блекауту значно зріс попит а ліхтарі, як звичайні, так і промислові і туристичні. , оскільки він може стати незамінним джерелом освітлення в тих випадках, коли немає електричної енергії.

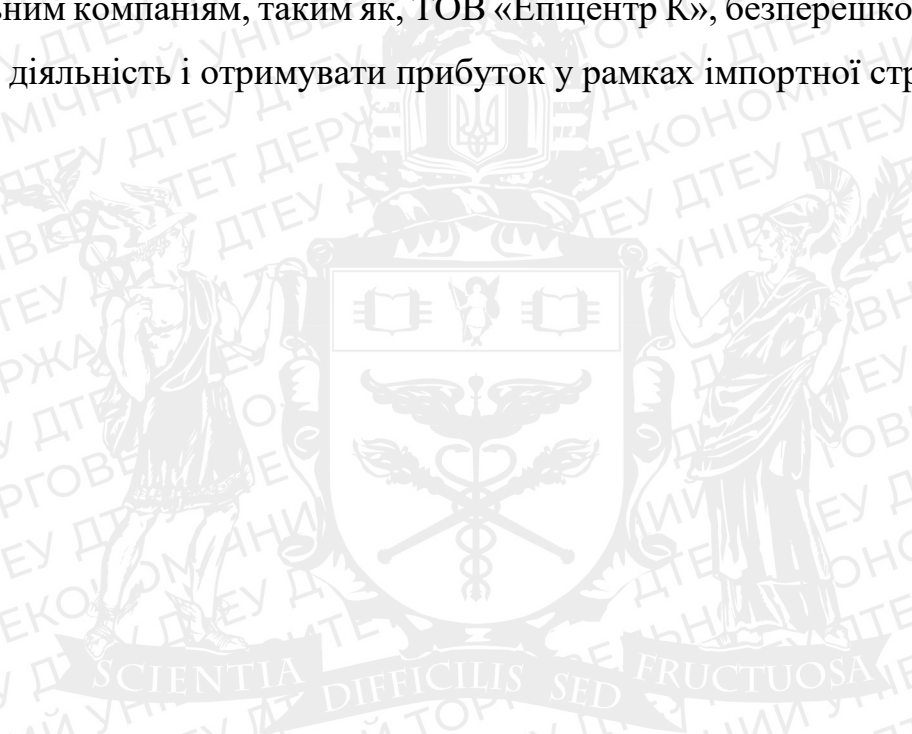
З весни в Україні спостерігається підвищений попит на ліхтаріки різних моделей. Але в жовтні 2022 року продажі в чотири рази вищі, ніж у тому ж місяці 2021 року. Порівняно з попереднім періодом середній чек зріс на 19% до 1242 грн. Більшість людей купують світлодіодні світильники на батарейках, але моделі на батарейках також популярні.

В умовах війни зростає попит на ліхтарі від державних підприємств та установ для облаштування місць для укриття.

Так у серпні 2022 року ТОВ «Епіцентр К» виграв тендер на поставку Матеріали для облаштування місць тимчасового перебування евакуйованих осіб (ліхтарі) до Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету. Таким чином, імпорт ліхтарів для підприємства є доцільним.

Аналіз практики застосування різних інструментів стимулювання імпорту показує, що їх ефект не є чітким ні на національному рівні, ні на рівні окремих галузей і підприємств.

Тому в процесі стимулювання імпорту необхідно враховувати та узгоджувати інтереси кожного суб'єкта стимулювання з точки зору повного забезпечення економічної безпеки кожного суб'єкта стимулювання. Це дозволить торгівельним компаніям, таким як, ТОВ «Епіцентр К», безперешкодно здійснювати імпорتنу діяльність і отримувати прибуток у рамках імпоротної стратегії країни.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛЗЗ

1. Сайт «YouControl». «Епіцентр-К». Код ЄДРПОУ 32490244 – [«https://youcontrol.com.ua](https://youcontrol.com.ua) (дата звернення: 28.03.2023)
2. Тенденції ринку світлодіодного освітлення. Веб-сайт. URL: <http://svetal.pro/articles/tendencii-rynka-svetodiodnogo-osveshheniya/>. (дата звернення: 28.03.2023)
3. Сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua>. (дата звернення: 28.03.2023)
4. Статистичні дані. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата звернення: 28.03.2023)
5. Світовий ринок LED-освітлення. Веб-сайт. URL: <https://jooby.eu/ru/blog/business/global-led-lighting-market-forecast/> (дата звернення: 28.03.2023)
6. Система зовнішнього освітлення: склад і принцип роботи. URL: <https://klaster.ua/ua/stati-i-obzory/sistema-naruzhnogo-osvescheniya-sostav-i-princip-raboty/> (дата звернення 30.03.2022)
7. Бондаренко О. Ю. Стратегічне планування в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 12.
8. Бортнікова М. Г. Формування концептуальної моделі управління фінансовими ресурсами підприємства у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 10(1). С. 9-12.
9. Галас Л. І. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств: поняття та її основні функції. *Інноваційна економіка*. 2021. № 1-2. С. 68-73.
10. Галелюк М.М. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2018. № 635. С. 232–238.

11. Гангал Л.С. Механізм обліково-аналітичного забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємств. *Інноваційна економіка*. 2020. № 1–2 (6). С. 124–130.

12. Гапоненко Я. І. Планування зовнішньоекономічної діяльності як основа розвитку підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 4(1). С. 63–64.

13. Господарський кодекс України. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 28.03.2023)

14. Державна служба статистики України - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

15. Євтушенко В. А. Планування зовнішньоекономічної діяльності як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 6. С. 38–43.

16. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 року №959-ХІІ. «Про зовнішньоекономічну діяльність» – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 28.03.2023)

17. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства. Львів : Видавництво ЛКА, 2018. 484 с.

18. Масляник В.І., Шведчикова І.О. Особливості впровадженн в Україні систем екодизайну ламп за європейськими нормами. Мехатронні системи і комп'ютерні технології. Ресурсозбереження та охорона навколишнього середовища. – Київ: КНУТД, 2019.

19. Моніторинг експортно-імпортного потенціалу та ефективності його використання. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 172 с.

20. Насипайко Д. С. Основні ризики зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах розвитку глобалізаційних процесів. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 11.

21. Про зовнішньоекономічну діяльність – Закон України №4496-VI (4496- 17) від 13.03.2012 // Відомості Верховної Ради України. 2013. №2.

22. Податковий кодекс України – Офіційний документ ВРУ №2755-VI від 02.12.2010 р. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 28.03.2023)

23. Світлодіодне освітлення: тенденції світового ринку. Веб-сайт. URL: https://electrica.in.ua/blog/all-post/10_svetodiodnoe-osveshenie-tendencii-mirovogo-ry.html (дата звернення: 28.03.2023)

24. Світлодіодний ринок: основні тенденції та прогнози. Веб-сайт. URL: <https://svitlotek.com/blog/svetodiodnyj-rynok-osnovnye-tendencii-i-prognozy/> (дата звернення: 28.03.2023)

25. Тенденції індустріального LED-освітлення 2019. Веб-сайт. URL: <https://ledtest.vestum.ua/study/6917/> (дата звернення: 28.03.2023)

26. Терещенко Д. Енергетичний фактор війни України з Росією. URL: http://uare.com.ua/novyny/07kensa_saikin.html (дата звернення: 28.03.2023)

27. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.org/uk>. (дата звернення: 28.03.2023)

28. Сайт Інтернет-магазину «Епіцентр-К». URL: <https://epicentrk.ua/ua/shop/odyah-vzuttya-aksesuary/> (дата звернення: 28.03.2023)

29. Тендери Прозорро (Prozorro). URL: <https://prozorro.gov.ua/tender/UA-2022-08-26-006284-a> (дата звернення: 28.03.2023)

30. Шталь Т. В. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства: конкурентні переваги та державне регулювання. Бізнес Інформ. - 2021. - № 12. - С. 21-27.

31. The World Bank. URL: <http://databankworldbank.org> (дата звернення: 28.03.2023)

32. World Trade Organization / Офіційний сайт Світової Організації Торгівлі. URL: <http://www.wto.org> (дата звернення: 28.03.2023)

ДОДАТКИ

Додаток А

ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»
Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2020 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2020 року
 Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	12 543	32 720
первісна вартість	1001	44 846	73 004
накопичена амортизація	1002	32 303	40 284
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 869 460	3 692 156
Основні засоби	1010	12 304 648	15 231 712
первісна вартість	1011	17 210 534	21 335 058
знос	1012	4 905 886	6 103 346
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	1 755 267	3 129 633
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	68 629	23 116
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	16 010 547	22 109 337
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 885 925	15 389 033
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 467 824	2 182 479
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	0	1
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 381 455	3 859 491
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	921 054	642 802
Витрати майбутніх періодів	1170	7 322	5 399
Інші оборотні активи	1190	217 473	336 837
Усього за розділом II	1195	20 881 053	22 416 054
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	21	0
Баланс	1300	36 891 621	44 525 391
Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14 542 267	17 688 086
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	2 008 688	4 142 910
Інші довгострокові зобов'язання	1515	256 738	312 170
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	2 265 426	4 455 080
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	767 497
товари, роботи, послуги	1615	14 514 081	16 290 054
розрахунками з бюджетом	1620	273 257	326 833
у тому числі з податку на прибуток	1621	215 457	244 727
розрахунками зі страхування	1625	24 716	17 379

розрахунками з оплати праці	1630	160 208	137 988
Поточні забезпечення	1660	509 245	539 038
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3 667 811	4 144 753
Усього за розділом III	1695	19 925 318	22 223 615
IV.Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	36 891 621	44 525 391

ТОВ «ЕПЦЕНТР-К»
Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року
Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I.Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: 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
з бюджетом	1135		0
у тому числі з податку на прибуток	1136		0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160		0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621

Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	12 300 000	14 542 267
Неоплачений капітал	1425		0
Вилучений капітал	1430		0
Усього за розділом I	1495	12458 610	14 700 877
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	910 000	2 008 688
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	256 738
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	910 000	2 265 426
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			

довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	776 000
товари, роботи, послуги	1615	13 454 053	14 514 081
розрахунками з бюджетом	1620	180 545	273 257
у тому числі з податку на прибуток	1621	130 000	215 457
розрахунками зі страхування	1625	62528	24 716
розрахунками з оплати праці	1630	140 000	160 208
Поточні забезпечення	1660	250 620	509 245
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1891166	3 667 811
Усього за розділом III	1695	16 754 912	19 925 318
IV.Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		0
Баланс	1900	30 126 522	36 891 621

**Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)
за 2020 рік
Форма 2
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 2019 рік

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

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

Інші витрати	2270	363 438	210 000
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 423 784	3630712
збиток	2295	0	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-670 000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	2 960 712
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

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

