

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

« Організація імпорتنних поставок фарби в ТОВ “Епіцентр К” »

Студента _4_ курсу, _4_ групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Шестак Дар'я
Олегівна

(підпис студента)

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

Мельник Тетяна
Миколаївна

*(підпис наукового
керівника)*

Гарант освітньої
програми «Менеджмент»
зовнішньоекономічної діяльності»

П'янкова Оксана
Василівна

(підпис гаранта)

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет ФМТП

Кафедра Міжнародного Менеджменту

Спеціальність, спеціалізація Менеджмент ЗЕД

Затверджую

Зав. кафедри _____

«__» _____ 20__ р.

**Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студентіві**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

Затверджена наказом ДТЕУ від «__» _____ 20__ р. No _____

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи _____

Об'єкт дослідження _____

Предмет дослідження _____

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

1.1. ОЦІНКА ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ“ЕПЦЕНТР К”

1.2. АНАЛІЗ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ“ЕПІЦЕНТР К”

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ ТА ВИБІР КРАЇН-КОНТРАГЕНТІВ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

2.1. ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ФАРБИ

2.2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ФАРБИ В УКРАЇНІ

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ“ЕПШЕНТР К” ФАРБИ ДО УКРАЇНИ

3.1. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ФАРБИ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

3.2. ПРОГНОЗНА ОЦІНКА ІМПОРТНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи

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

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

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

[illegible]

(*nidnuc*, *data*)

Випускна кваліфікаційна робота студента

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 20 р.

АНОТАЦІЯ

Шестак Д.О. «Організація імпортих поставок фарби в ТОВ (за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)».

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

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню імпортої діяльності ТОВ «Епіцентр К» на прикладі поставок фарби, що більш детально передбачає: дослідження функціонування апарату підприємства-суб'єкта ЗЕД, детальний аналіз світового ринку фарб, обґрунтування вибору основних країн-контрагентів для реалізації імпортих поставок даного товару до ТОВ «Епіцентр К», впровадження управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та надати прогностичну оцінку результативності поставок фарб в Україну.

Ключові слова: Імпорт, фарба, ЗЕД, менеджмент, організаційне забезпечення, Епіцентр.

SUMMARY

Shestak D.O. "Organization of imported paint supplies to LLC (based on the materials of Epicenter K LLC, Kyiv)".

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

The graduation qualification work is devoted to the study of the import activities of Epicenter K LLC on the example of paint supplies, which in more detail provides: a study of the functioning of the apparatus of the enterprise-entity subject to foreign economic activity, a detailed analysis of the world paint market, justification of the choice of the main contracting countries for the implementation of import supplies of this product to Epicenter K LLC, implementation of a management decision on imports through organizational support and provide a forecast assessment of the effectiveness of paint supplies to Ukraine.

Key words: Import, paint, foreign trade, management, organizational support, Epicenter.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

- 1.1. ОЦІНКА ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА
ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ“ЕПІЦЕНТР К” 10
- 1.2. АНАЛІЗ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ“ЕПІЦЕНТР К” 15

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ ТА ВИБІР КРАЇН- КОНТРАГЕНТІВ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

- 2.1. ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ
ФАРБИ 22
- 2.2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ФАРБИ В УКРАЇНІ

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ“ЕПІЦЕНТР К” ФАРБИ ДО УКРАЇНИ

- 3.1. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ФАРБИ ТОВ
“ЕПІЦЕНТР К”
- 3.2. ПРОГНОЗНА ОЦІНКА ІМПОРТНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ
ТОВ“ЕПІЦЕНТР К”

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми обумовлена тим, що у зв'язку із повномасштабним вторгненням та після його закінчення попит на будівельні матеріали зростає (в тому числі і на фарбу) , відповідно, буде нагальна необхідність підвищення рівня конкурентоспроможності, що можливо досягти за рахунок дослідження , розвитку та підвищення господарської ефективності підприємства.

Мета дослідження : Організація імпорتنих поставок фарби в ТОВ “Епіцентр К”

Для досягнення мети дослідження були виконанні наступні **завдання:**

- наведено основні характеристики зовнішньоекономічної діяльності
- здійснено статистичний аналіз обсягу імпорتنих операцій України;
- проведено аналіз тенденції динаміки зовнішньоекономічної діяльності України.

Об'єкт дослідження : організація імпорتنих поставок на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» .

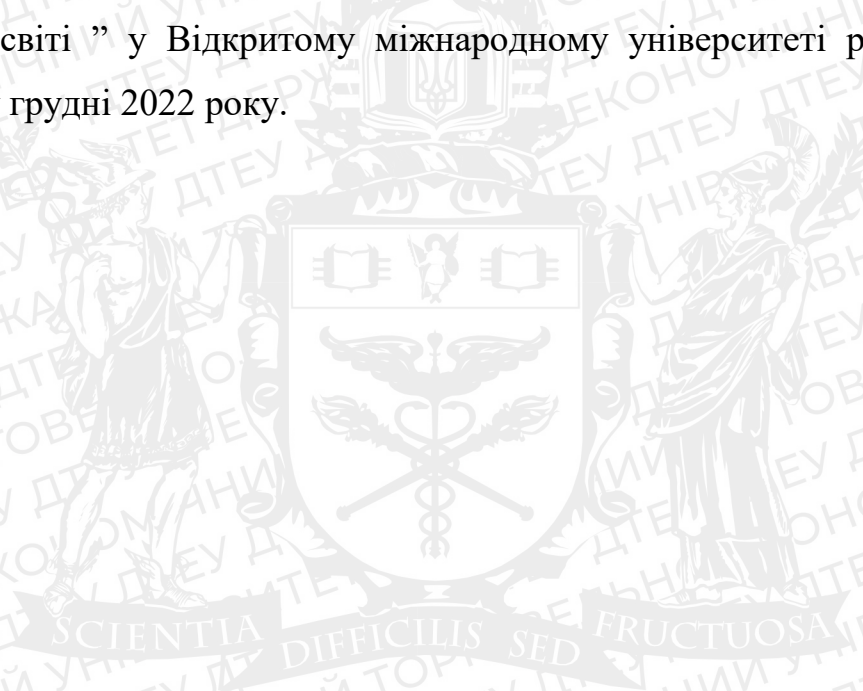
Предмет дослідження : дослідження управління імпорту фарби на ТОВ «Епіцентр К».

Методи дослідження: для дослідження питань, порушених у дипломній роботі, використано такі методи: графічний метод (для представлення отриманих результатів дослідження); аналізу, класифікації та узагальнення (для виявлення негативних чинників, що перешкоджають функціонуванню інноваційної діяльності підприємства); метод дисконтування (для оцінювання ефективності запропонованої інноваційної програми); фінансово-економічного аналізу (для здійснення оцінювання економічної ефективності інноваційної діяльності на підприємстві).

Інформаційна база дослідження: законодавство України, офіційні матеріали Державної служби статистики України та Європейського статистичного бюро, фінансова звітність компаній, результати власного дослідження, інтернет-джерела та наукові публікації.

Практична значущість: отримані результати дослідження в даній дипломній роботі, а також рекомендаційні заходи щодо вдосконалення економічної ефективності імпортової та інноваційної діяльності можуть бути використані в процесі поліпшення показників імпортової та інноваційної діяльності на ТОВ "Епіцентр К", а саме запровадження технічних, технологічних та виробничих інновацій.

Апробація результатів дослідження: було здійснено в межах доповіді на міжнародній науково-практичній конференції “Масово-комунікаційні процеси в сучасному світі ” у Відкритому міжнародному університеті розвитку людини “Україна” у грудні 2022 року.



РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

1.1. ОЦІНКА ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ“ЕПІЦЕНТР К”

Епіцентр К - велика національна мережа будівельних та господарських гіпермаркетів, яка стрімко розвивається на ринку.

Компанія "Епіцентр К" була зареєстрована 27 серпня 2003 року в Києві, її юридична адреса: 02139, м. Київ, вул. Братиславська, 11. Співзасновниками компанії є Герега О.В. та Герега Г.Ф.

За 10 років існування в Україні було відкрито 42 гіпермаркети, в тому числі 36 в регіонах та 6 у столиці.

У компанії ТОВ "ЕПІЦЕНТР К" зареєстрували 88 торгівельних марок, 278 одиниць транспортних засобів у користуванні та 845 ліцензій.

За 18 років існування мережа "Епіцентр" пройшла еволюцію від гіпермаркетів будівельних товарів до будівельних та господарських гіпермаркетів і перетворилася на найбільшу торговельну мережу в Україні. Епіцентр сформував власний унікальний формат. Він отримав назву "унікальний світовий формат" та не має жодних аналогів у світі.

Основні види діяльності:

47.78 Роздрібна торгівля іншими товарами тривалого користування в спеціалізованих магазинах

41.10 Організація будівництва будівель

46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами

77.21 Прокат товарів для спорту та відпочинку

46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням

46.74 Оптова торгівля залізними виробами, водопровідним і опалювальним устаткуванням і приладдям до нього

Структура гіпермаркету "Епіцентр-К" представлена торговельними відділами неторгових структурних підрозділів

Торгові відділи гіпермаркету

- 90 відділ - «Будівельні матеріали»
- 50 відділ - «Декор»
- 40 відділ - «Вироби з металу»
- 70 відділ - «Сантехніка»
- 20 відділ - «Інструменти»
- 10 відділ - «Сад та Город»
- 80 відділ - «Вироби з дерева»
- 60 відділ - «Покриття для підлоги»
- 30 відділ - «Електротехніка»
- 40 відділ - «Вироби з металу»

Неторгові відділи гіпермаркету

- Відділ кас
- Каса повернення товару
- Відділ доставки
- Каса безготівково розрахунку
- Відділ комплектації
- Інженер з охорони праці та пожежної безпеки
- Кафе
- Охорона
- Відділ прийому товару
- Відділ внутрішньої реклами
- Медичний пункт
- Відділ інформації
- Відділ праці та заробітної плати
- Профспілка
- Господарський відділ
- АСУ
- Фінансовий відділ
- Відділ кадрів
- Управління роботи з персоналом
- Бухгалтерія
- Фінансовий відділ

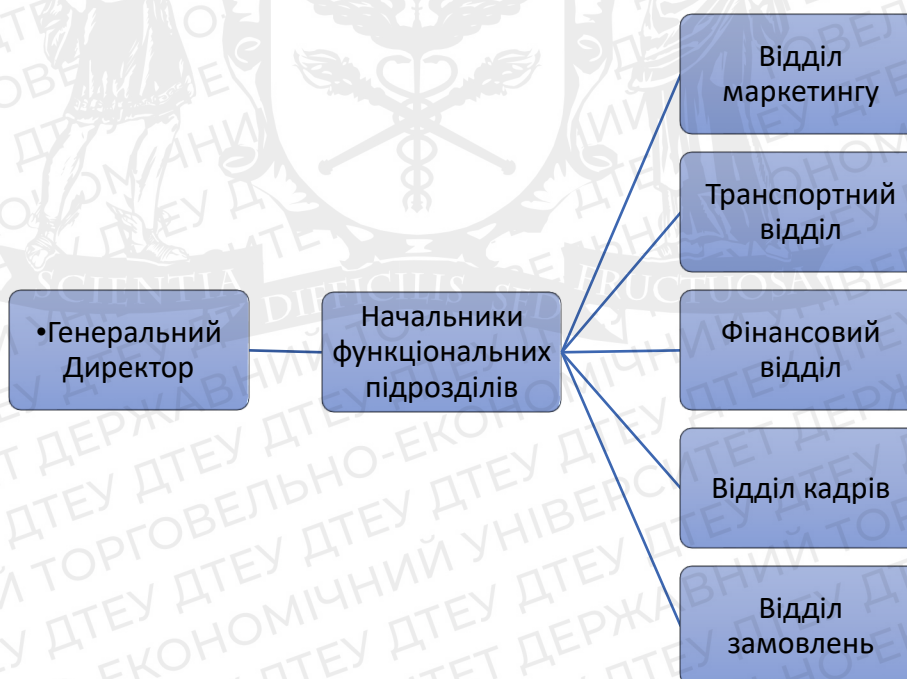
Рисунок 1.1.1 – Торгові та неторгові відділи

- Торгівля продукцією виробничо-технічного призначення;
- Гуртова та роздрібна торгівля будівельними матеріалами;
- Торгівля товарами народного споживання;
- Форматно-розкрійна дільниця;
- Надання послуг з доставки;
- Кафе.
- Тюнінг дверей;
- Комплектація об'єктів будівництва;
- Безкоштовне завантаження;

Рисунок 1.1.2 Предмет діяльності гіпермаркету ТОВ «Епіцентр-К»

Таблиця 1.1.1

Організаційна структура ТОВ «Епіцентр К»



По індексу від FinScore - бального показника з фінансової стійкості компанії, який розраховується аналітичним відділом YouControl на основі 20 різних фінансових показників, що комплексно демонструють стан ліквідності, платоспроможності, прибутковості та бізнес-активності компанії порівняно з показниками конкурентів на ринку.

З даних що наведені у діаграмі нижче можна сказати, що :

- Імовірність несприятливих фінансових наслідків- Низька
- Фінансова стійкість- Високий рівень

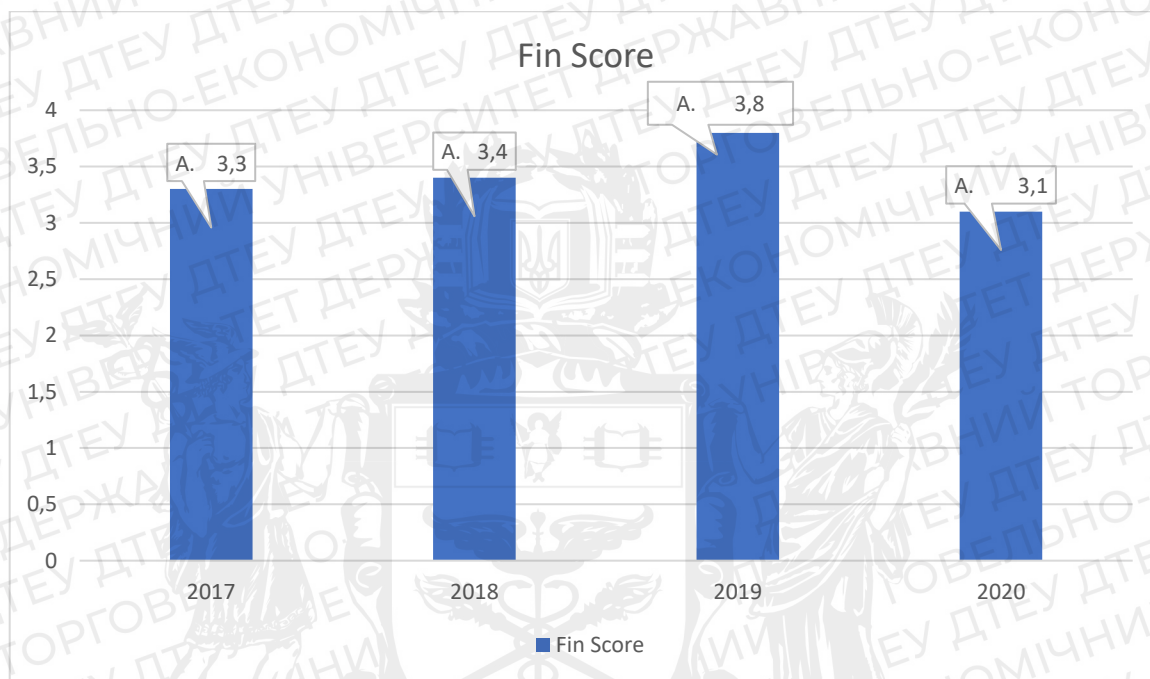


Рисунок 1.1.1 Показники фінансової стійкості від Fin Score



Рисунок 1.1.3 Показники фінансової звітності по рокам

По даним зазначеним вище, можна спостерігати тенденцію зріст показників у 2020 році в порівнянні з попередніми періодами та зробити висновки про зростаючу фінансову стійкість компанії на ринку.

Аналізуючи фінансово-господарську діяльність компанії, можна сказати, що її фінансовий стан є прибутковим, усі показники діяльності підприємства збільшуються. Це сталося завдяки тому, що дохід від реалізації товарів, робіт, продукції, послуг зріс на 23,15% відносно попереднього року; вартість оборотних активів збільшилися на 21,96%; загальні активи підприємства зросли на 9,38%; валовий прибуток збільшився на 42,07%; прибуток (збиток) від реалізованої продукції, послуг, робіт також збільшився на 1,45%; як підсумок, чистий прибуток, що залишився в розпорядженні компанії після виплати всіх податків та інших платежів, збільшився на 22,3%.

Проаналізувавши показники рентабельності підприємства у 2019-2020 роках можна зробити висновок, що тенденція позитивна та збільшується у порівнянні з минулим роком.

1.2. АНАЛІЗ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

Проаналізувавши частку об'єму імпорту по роках на підприємстві ТОВ “Епіцентр К” можна спостерігати переважне зростання динаміки імпорту, що свідчить про збільшення асортименту в роздрібних магазинах мережі.



Рисунок 1.2.1 Об'єм імпорту ТОВ “Епіцентр К”

А от спостерігаючи за кількістю контрагентів можна зробити висновок що після початку всесвітньої пандемії показники значно скоротились через закриття маленьких фірм-постачальників сировини та посередників. (Див рис 1.2.2)



Рисунок 1.2.2 Кількість контрагентів ТОВ “Епіцентр К”

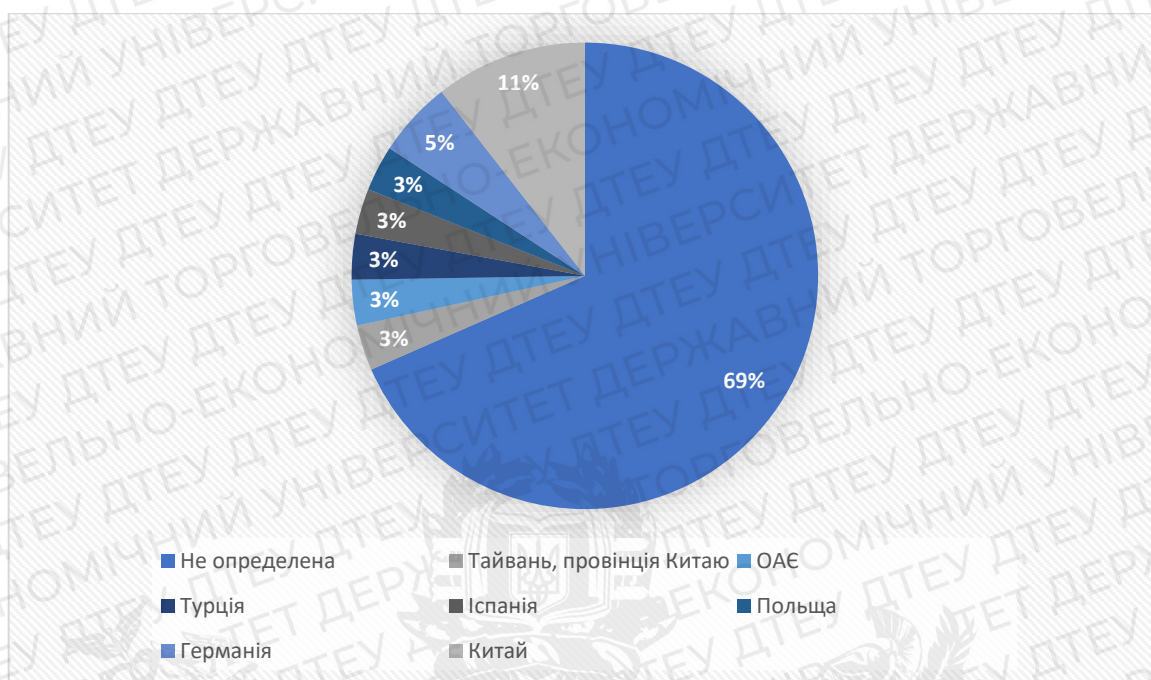


Рисунок 1.2.3 Географія імпорту ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

Основна частина країн-експортерів не визначена, через неймовірно велику кількість продукції що продається в роздрібних магазинах цієї мережі, проте у ТОП-3 увійшли такі країни, як: Китай, Германія та Польща.

Основні види товарів що імпортуються ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

Таблиця 1.2.1

УКТЗ	Опис	Об'єм імпорту в грн
8716	Причепи та напівпричепи; інші несамохідні транспортні засоби; їх частини	8 500 000 - 9 000 000
9401	Меблі для сидіння (крім зазначених у товарній позиції 9402), що трансформуються або не трансформуються в ліжка, та їх частини	6 500 000 - 7 000 000
6301	Ковдри та пледи дорожні	6 000 000 - 6 500 000
6910	Раковини, умивальники, консолі раковин, ванни, біде, унітази, зливні бачки,	5 000 000 - 5 500 000

	пісуари та аналогічні санітарно-технічні вироби з кераміки	
6907	Плити для мощення, плитки облицювальні для підлог, печей, камінів або стін керамічні; кубики керамічні для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї; керамічні вироби оздоблювальні	5 000 000 - 5 500 000
7318	Гвинти, болти, гайки, глухарі, вкрутні гаки, заклепки, шпонки, шплінти, шайби (включно з пружинними) та аналогічні вироби, з чорних металів	5 000 000 - 5 500 000
8467	Інструменти ручні пневматичні, гідравлічні або з вбудованим електричним чи неелектричним двигуном	4 000 000 - 4 500 000
6304	Вироби декоративні інші, крім виробів товарної позиції	9404 4 000 000 - 4 500 000
6403	Взуття з підошвою з гуми, пластмаси, натуральної або композиційної шкіри та з верхом з натуральної шкіри	3 500 000 - 4 000 000
9603	Мітли, щітки (включно зі щітками, які є частинами механізмів, приладів або транспортних засобів), щітки ручні механічні без двигунів для прибирання підлоги, швабри та волоті з пір'я для змахування пилу; вузли й пучки, підготовлені для виготовлення мітел або щіткових виробів; подушечки та валики	3 500 000 - 4 000 000

	малярські для фарби; гумові швабри (крім гумових валиків для видалення вологи)	
Інші	-	72 50 000 000 - 55 000 000 - 55 000 000

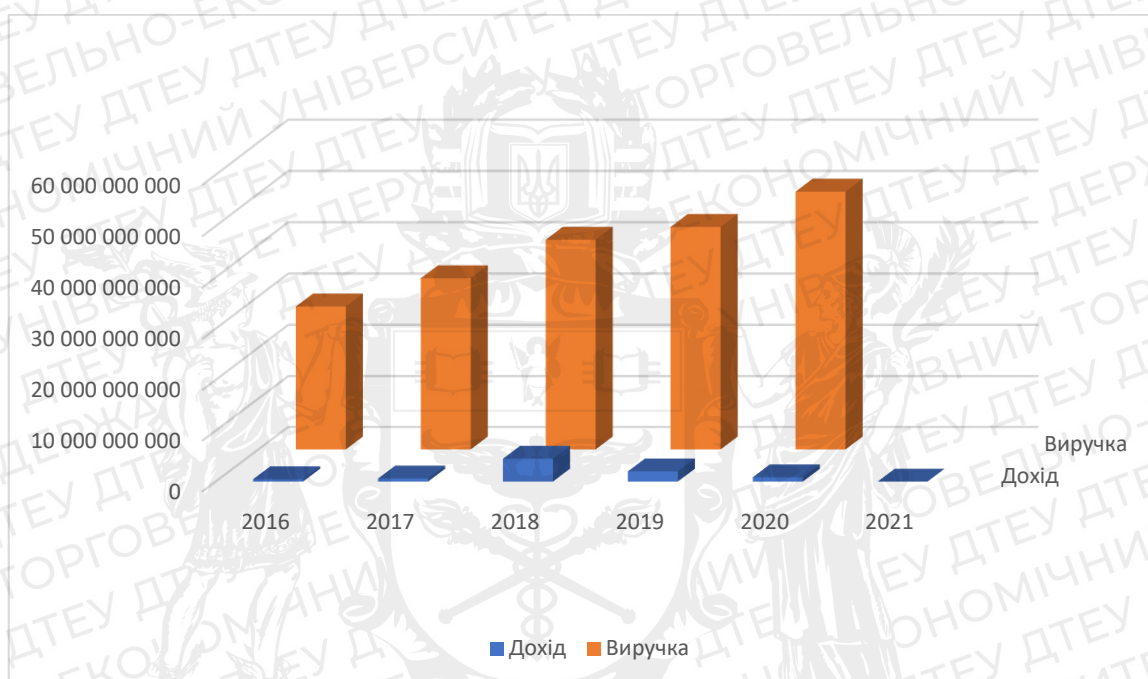


Рисунок 1.2.4 Демонстрація доходу з виручкою “ЕПЦЕНТР К”

Цей тип аналітики демонструє, яку долю у виручці від реалізації товару займають фінанси, одержані від зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

За цим графіком можливо визначити рівень залежності контрагента від економічної поточної ситуації в країні та ризики, спричинені припиненням здатності вести експортно-імпорتنі операції.

Таблиця 1.2.2

Фінансова звітність підприємства у 2019-2020 рр., тис.грн

Показник	Роки		Темп росту, %
	2019	2020	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	43 979 194	50 382 425	1,14%
прибуток	3 602 109	3 171 204	-0,88%

збиток	0	0	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	35 593 670	30 814 751	-0,86%
Амортизація	1 096 995	1 667 998	1,5%
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	3 602 109	3 171 204	-0,88%

За результатами наданої таблиці можна зробити висновки, що у результаті нестійкої ситуації у світі через пандемію - основні показники підприємства пішли на спад, проте таку тенденцію можна було спостерігати в усьому світі, що є характерним для того фінансового періоду.

Таблиця 1.2.3

Показники рентабельності підприємства у 2019-2018рр.

Показники	Роки		Темп росту у %
	2019	2020	
Коефіцієнт рентабельності власного кап.	0,28	0,3	107%
Рентабельність активів	4,6	7,7	167%
Рентабельність продажів	10	16,4	164%
Рентабельність продукції	15,6	28,9	179%

Показники рентабельності даного підприємства досить задовільні і розвиваються в сприятливому напрямі.

Крізь рентабельність продажів висвітлюється ефективність комерційної діяльності, яка зростає на 63,54%.

Показники рентабельності продукції теж мають позитивну динаміку. Крізь рентабельність продукції розгортається ефективність оборотних витрат і вона збільшилася на 79,09 %.

Коефіцієнт рентабельності активів зріс на 64,6 %, це є позитивною тенденцією для компанії.

Таблиця 1.2.4

Показники фінансової стійкості ТОВ “Епіцентр К” у 2019-2020рр.

Показники	Роки		Темпи приросту у відсотках %
	2019	2020	
Коефіцієнт фінансової стійкості	0.06	0.065	104.5
Коефіцієнт автономності	0.45	0.46	102
Коефіцієнт забезпеченості оборотними коштами	0.13	0.18	138.5

Підвищуючи значення коефіцієнта автономії, ТОВ "Епіцентр К" набуває більшої фінансової стійкості, зростає стійкість та скорочується ступінь залежності від кредиторів.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами має тенденцію до позитивної динаміки і зріс на 38,5%.

Фінансова стійкість цього підприємства характеризується всіма задовільними характеристиками, які постійно змінюються в позитивному напрямку.

Отже, за результатами проведеного аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ "Епіцентр К" за період 2019-2020 рр. дозволяє зробити наступні висновки: аналізоване підприємство успішно розвивається та характеризується позитивною динамікою. Компанія є привабливою для інвестування.

Одним з найвагоміших факторів успішності торговельної мережі "Епіцентр-К" є її співробітники. Саме завдяки їх постійно зростаючому рівню досвіду та кваліфікації підприємство посідає лідируючі сходинки на вітчизняному ринку.



РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ ТА ВИБІР КРАЇН-КОНТРАГЕНТІВ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ТОВ “ЕПІЦЕНТР К”

2.1. ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ФАРБИ

Етапи розвитку ринку лакофарбових матеріалів можна узагальнити наступним чином:

- Початок розвитку - XVIII століття. На початку XVIII століття були винайдені перші синтетичні фарби, які замінили традиційні натуральні фарби. У цей період виробляли переважно фарби на олійно-лаковій основі.
- Розвиток наприкінці XIX - на початку XX століття. У цей період з'являються нові синтетичні фарби, такі як сині та зелені вуглецеві пігменти, що дозволило розширити асортимент фарб і знизити їхню вартість. Також у цей період були винайдені фарби на основі синтетичних смол, які забезпечували більш довговічні покриття.
- Період після Другої світової війни - 1960-ті роки. У цей період виробники фарб почали використовувати більш якісні компоненти і полімери, що дозволило розширити асортимент фарб і забезпечити їх довговічність і зносостійкість.
- Перехід до екологічно чистих матеріалів і технологій. У цей період виробники фарб почали приділяти увагу використанню матеріалів і технологій виробництва, які менше шкодять навколишньому середовищу. Були розроблені нові формули фарб, які мали менший вміст розчинників та шкідливих речовин.
- Сучасний період - від 2000-х років до сьогодення. Сьогодні на ринку лакофарбових матеріалів спостерігається тенденція до використання більш екологічних матеріалів і технологій. Також розвивається використання нових інгредієнтів.

Світовий ринок лакофарбової продукції продовжує зростати, але з огляду на постійно мінливі потреби споживачів, тенденції розвитку можуть бути різними.

Серед основних тенденцій, які можна відзначити на сьогоднішній день, можна виділити наступні:

- Розвиток екологічних технологій: Зростає попит на екологічно чисті фарби, які не містять шкідливих речовин. Компанії все більше уваги приділяють розробці нових технологій для виробництва більш безпечних та екологічно чистих фарб.
- Збільшення використання спеціальних фарб: Розвиток технологій і матеріалів призводить до збільшення використання спеціальних фарб, які відповідають специфічним потребам і вимогам різних галузей промисловості, таких як будівництво, автомобілебудування, електроніка та інші.
- Розвиток нових ринків: Світовий ринок фарб розвивається в нових регіонах, таких як Китай, Індія та Південно-Східна Азія. Це створює нові можливості для компаній, які можуть розширити свій бізнес на цих ринках.
- Зростання використання фарб для захисту від корозії: Захист від корозії є важливим аспектом у багатьох галузях, таких як нафтогазова промисловість, морське суднобудування та автомобільна промисловість.
- Зростання ринку відновлюваних матеріалів. Виробники фарб все частіше звертають увагу на використання відновлюваних матеріалів, щоб зменшити свій вплив на навколишнє середовище та залежність від нестабільних джерел сировини.

Нижче я хочу представити вам таблицю у якій буде зібрано найбільших виробників фарб у світі станом на 2021 рік, як ми бачимо в цьому списку лідирує США, саме там розташовані аж чотири лідируючі компанії

Таблиця 2.1.1

Найбільші виробники фарб у світі у 2021 році

Місце	Назва компанії	Країна	Річний обсяг виробництва (у млн тонн)	Річний обіг (у млрд. доларів США)
1	AkzoNobel	Нідерланди	10.1	10.7
2	PPG Industries	США	6.4	15.1
3	Sherwin-Williams	США	4.9	18.4
4	BASF SE	Німеччина	4.3	7.8
5	Asian Paints	Індія	2.3	3.9
6	Kansai Paint	Японія	1.9	3.7
7	RPM	США	1.6	5.5
8	Nippon Paint	Японія	1.5	5.2
9	Axalta Coating Systems	США	1.4	4.5
10	Jotun	Норвегія	1.3	2.2

Отже, можна зробити висновок, що сектор виробництва фарб та покриттів є глобальним та має значний вплив на світову економіку.

Таблиця 2.1.2

Види найпопулярніших фарб, які використовуються у світі

Вид фарби	Опис	Використання
Акрилові фарби	Фарби на водній основі, що швидко висихають і мають гладку поверхню.	Для фарбування стін, стель, меблів та інтер'єру, а також для малювання картин.
Олійні фарби	Фарби на основі олії, які висихають повільніше і мають більш глинясту текстуру.	Для фарбування меблів, дверей, обрамлень вікон, а також для малювання картин.
Лаки	Прозорі або кольорові фарби, які створюють гладку та блискучу поверхню.	Для захисту поверхонь від води, бруду, подряпин, а також для створення глянцевого фінішу на меблях, паркеті, автомобілях тощо.
Емалі	Фарби на основі смол, які створюють гладку та міцну поверхню.	Для фарбування металевих та дерев'яних поверхонь, таких як двері, вікна, меблі, радіатори опалення тощо.

Термочутливі фарби	Фарби, які змінюють колір залежно від температури.	Для використання в технічних та медичних пристроях, таких як термометри, термоджужки, індикатори температури тощо.
Флюоресцентні фарби	Фарби, які світяться у темряві під впливом ультрафіолетового світла.	Для використання в дискотеках, атракціонах, декораціях, рекламних стендах та інших подібних місцях.

Тенденція саме на ці фарби зберігається у світі через те що вони легко доступні, використовуються у різних галузях та деякі з них є багатопрофільними.

Вибір основних країн контрагентів

Україна є важливим гравцем на ринку лакофарбової продукції у Східній Європі. Найбільші обсяги поставок фарб в Україну припадають на Польщу, Німеччину, Китай та Туреччину.

Польща є лідером на ринку поставок лакофарбової продукції в Україну. У 2020 році Польща експортувала в Україну лакофарбової продукції на суму \$90 млн, що становить 19% від загального обсягу поставок. Щодо польських виробників фарб, то до них належать такі компанії, як Tikkurila, PPG Industries, J.W. Ostendorf та AkzoNobel.

Німеччина є другим за величиною постачальником фарб в Україну. У 2020 році Німеччина експортувала в Україну лакофарбової продукції на суму 55 мільйонів доларів, що становить 12% від загального обсягу поставок. Серед відомих німецьких виробників фарб - BASF, Bayer, Evonik та Henkel.

Китай є третім за величиною постачальником фарб в Україну. У 2020 році Китай експортував в Україну лакофарбової продукції на суму \$53 млн, що становить 11% від загального обсягу поставок. Серед відомих китайських виробників фарб - Chongqing Sanxia Paints, Carpoly Chemical Group, Guangdong Maydos Building Materials та Jotun.

Основні коди УКТЗЕД для фарб, що поставляються в Україну, наступні:

- 3208 90 10 00 - Фарби на основі полімерів на водній основі
- 3208 90 90 00 00 - Інші фарби та лаки на водній основі

- 3208 10 00 00 - Фарби на основі акрилових або вінілових полімерів
- 3208 20 00 00 - Фарби на основі поліефірних полімерів
- 3208 30 00 00 - фарби на основі поліуретанових полімерів
- 3208 90 50 00 - Фарби, що містять металеві пігменти або порошки

Ці коди не є вичерпним переліком кодів фарб, які можуть імпортуватися в Україну, оскільки в залежності від специфічних властивостей та складу фарб можуть використовуватися інші коди.

Україна може встановлювати різноманітні нетарифні обмеження при імпорті фарби, які не пов'язані з митним контролем. Деякі з можливих обмежень можуть включати наступні:

- Вимоги до якості та безпеки. Українське законодавство встановлює вимоги до якості та безпеки фарб, які імпортуються на територію країни. Ці вимоги можуть стосуватися складу фарб, їх фізичних властивостей, хімічної стійкості та ін.
- Вимоги до етикетування та упаковки. Для забезпечення відповідного використання та безпеки під час транспортування та зберігання, імпортовані фарби можуть підлягати вимогам до етикетування та упаковки.
- Ліцензування. Україна може вимагати ліцензії на імпорт фарби, щоб контролювати обсяги та якість імпортованих товарів.
- Сертифікація. Імпортовані фарби можуть підлягати процедурі сертифікації, щоб забезпечити відповідність вимогам до якості та безпеки.
- Заборона на ввезення певних речовин. Україна може забороняти ввезення певних речовин у фарбах, які вважаються шкідливими для здоров'я людини та навколишнього середовища.
- Антидемпінгові заходи. Україна може ввести антидемпінгові заходи, які будуть стосуватися імпорту фарб з країн, де ціни на такий вид товару нижчі, ніж в Україні.
- Антиконтрабандні заходи. Україна може встановлювати антиконтрабандні заходи, щоб запобігти імпорту фарб

Митні ставки при імпорті фарб в Україну встановлюються згідно з Товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності (ТН ЗЕД). Залежно від класифікації фарб та їх складу, митні ставки можуть відрізнятися. Деякі з митних ставок при імпорті фарб в Україну на 2023 рік:

1. Краски та лаки на основі акрилових або вінілових полімерів - митна ставка 6,5%.
2. Краски та лаки на основі поліестерових полімерів - митна ставка 6,5%.
3. Краски та лаки на основі поліуретанових полімерів - митна ставка 6,5%.
4. Краски та лаки на основі епоксидних смол - митна ставка 6,5%.
5. Краски та лаки на основі силіконових смол - митна ставка 6,5%.
6. Інші краски та лаки - митна ставка 10%.

Варто зазначити, що митні ставки можуть змінюватися залежно від політики уряду та змін у законодавстві. Також можуть існувати додаткові митні збори, які встановлюються згідно з митними правилами та процедурами.

2.2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ФАРБИ В УКРАЇНІ

Однією з основних тенденцій розвитку ринку фарби в Україні є збільшення обсягу виробництва та збільшення споживання фарб та лаків на внутрішньому ринку. Це пов'язано з розвитком будівельної галузі, ремонту та оновлення майнового комплексу країни, а також з ростом виробництва автомобілів та інших транспортних засобів.

Обсяг ринку фарби в Україні зростає кожен рік, оскільки зростає споживча активність та будівельна активність. За даними Української асоціації виробників лакофарбової продукції, обсяг виробництва фарб та лаків в Україні в 2020 році склав близько 280 тис. тонн. За оцінками експертів, річний приріст ринку фарб та лаків в Україні складає близько 10-12%.

Таблиця 2.2.1

Основні виробники фарб в Україні

Виробник фарб	Місцезнаходження	Типи фарб	Призначення	Веб-сайт
Tikkurila	Київ	Акрилові, алкідні, силікатні, емалі, ґрунтівки	Для металу, дерева, бетону, каменю та інших поверхонь	https://www.tikkurila.ua/
Dufa	Львів	Акрилові, алкідні, силіконові, металік, декоративні фарби	Для внутрішнього та зовнішнього використання, для різних поверхонь	https://dufa.ua/
NovaColor	Чернівці	Акрилові, алкідні, силікатні, фасадні фарби	Для фасаду, деревини, металу, бетону, каменю та інших поверхонь	https://novacolor.ua/
Caparol	Івано-Франківськ	Акрилові, силікатні, силіконові, сіткові, ґрунтівки	Для фасаду, інтер'єру, деревини, металу, бетону та інших поверхонь	https://www.caparol.ua/
Deko	Київ	Акрилові, силіконові, силікатні,	Для внутрішнього та зовнішнього	https://deko.ua/

		металік, декоративні фарби	використання, для різних поверхонь	
Sniezka	Луцьк	Акрилові, алкідні, силікатні, емалі, грунтівки	Для металу, дерева, бетону, каменю та інших поверхонь	https://sniezka.ua/

На ринку фарб та лаків в Україні присутні різні види продукції, серед яких можна виділити акрилові фарби, алкідні фарби, емалі, грунтівки та інші. Також на ринку присутні спеціалізовані фарби та лаки для різних галузей промисловості, наприклад, для машинобудування, меблевої промисловості, автомобільної промисловості та інших.

Цінова політика на ринку фарб та лаків в Україні досить різноманітна. За останні роки, в зв'язку зі зростанням цін на сировину та енергоносії, багато виробників змушені були збільшувати ціни на свою продукцію. Проте, з іншого боку, на ринку присутні й недорогі марки фарб, які забезпечують низьку вартість фарб та лаків, що популярні серед певних категорій споживачів.

Загалом, на ринку фарб та лаків в Україні спостерігається конкурентна боротьба між виробниками, яка сприяє зниженню цін та підвищенню якості продукції. Крім того, багато виробників вкладаються в розробку нових технологій та формул, які забезпечують високу якість та стійкість фарб та лаків.

На ринку також спостерігається тенденція до збільшення виробництва екологічно чистих фарб та лаків, які відповідають вимогам екологічної безпеки та енергоефективності. Це пов'язано з ростом уваги до охорони довкілля та збереження ресурсів.

Україна також експортує фарби та лаки в інші країни, зокрема в країни СНД, країни Європейського Союзу та інші. Проте, відсутність вільної торгівлі з країнами ЄС та обмеження в зовнішньоекономічній діяльності на Сході України відображаються на розвитку експорту та створюють обмеження для вітчизняних виробників.

Однак, на ринку фарби в Україні існує декілька проблем, які знижують темпи розвитку цієї галузі. Одна з них - це високі технічні вимоги до продукції, які не завжди відповідають виробники. Це може призвести до використання низькоякісних матеріалів, що може негативно вплинути на якість та тривалість застосування фарб та лаків.

Також проблемою є наявність недостатньої кількості відповідних нормативно-правових актів, які би регулювали якість продукції, що виробляється на ринку фарби в Україні. Це може стати причиною використання шкідливих для здоров'я речовин у виробництві фарб та лаків, а також призвести до зниження довговічності захисних покриттів на поверхнях.

Крім того, однією з проблем розвитку ринку фарби в Україні є відсутність достатньої підтримки від держави для виробників цієї продукції. Наприклад, на даний момент в Україні відсутня система фінансування наукових досліджень та інноваційних проектів в галузі фарбової промисловості, що не дає змоги виробникам розвивати нові технології та продукти, що задовольняли б вимоги ринку.

Таблиця 2.2.2

Загальні відомості по виготовленню та збуту фарб в Україні

Складник	Тип	Приблизна середня вартість за кг, грн	Використання в фарбах	Доступність
Тітанова біла	Барвник	80-200	Біла фарба, ґрунтівки, штукатурка	Поширена
Каолін	Пігмент	50-150	Біла фарба, термопластичні фарби	Поширена
Жовта крейда	Філер	10-30	Водно-дисперсійні фарби, ґрунтівки	Поширена
Акрилова дисперсія	Полімер	60-150	Акрилові фарби, силікатні фарби, ґрунтівки	Поширена
Каучукова смола	Полімер	200-400	Силіконові фарби, епоксидні фарби, ультрафіолетові фарби	Обмежена

З допомогою попередньої таблиці можна зробити наступні висновки:

Виробництво фарб в Україні здійснюється декількома компаніями, проте є декілька провідних гравців на ринку.

Середня вартість фарб варіюється в залежності від виробника, проте загальна тенденція полягає в тому, що чим більша компанія, тим менша середня вартість її фарб.

Найбільший виробник фарб в Україні, як і в інших галузях, є міжнародна компанія.

Високі ціни на деякі фарби можуть бути пов'язані з високою якістю складників, які використовуються у виробництві.

З таблиці видно, що складники фарб можуть бути значно дешевшими, ніж самі фарби, тому їх використання може значно знизити вартість фарбування або будівництва.

Загалом, таблиця допомагає отримати загальний уявлення про ринок фарб в Україні та дозволяє зробити деякі припущення про ціни та складники фарб. Однак, для отримання більш точної інформації слід детальніше вивчати конкретні виробники та їх продукцію.

Також на ринку фарби в Україні існує проблема недостатньої конкуренції, оскільки досить велику частину ринку займають кілька крупних виробників. Це може призвести до зниження якості продукції, а також до зростання цін на фарби та лаки.

Однією з важливих проблем на ринку фарби в Україні є також відсутність власних джерел сировини для виробництва фарб та лаків. Зараз більшість сировини закуповується за кордоном, що підвищує вартість продукції та робить її менш конкурентоспроможною на міжнародному ринку.

Висновок

Ринок фарби в Україні є перспективним напрямком розвитку, адже зростаючий обсяг будівельних та інших промислових робіт створює попит на цей вид продукції. Однак, існує декілька проблем, які необхідно вирішувати, а саме:

підвищення якості продукції, розвиток нових технологій, підтримка від держави та забезпечення власних джерел сировини.

За відсутності вирішення цих проблем ринок фарби в Україні може залишатися менш конкурентоспроможним на міжнародному ринку, а також не задовольняти вимоги внутрішнього ринку. Тому вирішення цих проблем є важливим завданням для всіх учасників ринку фарби в Україні.



РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВАРІВ “ЕПІЦЕНТР К” ФАРБИ ДО УКРАЇНИ

3.1. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ФАРБИ ТОВАРІВ “ЕПІЦЕНТР К”

Це дуже важлива тема, оскільки успішна реалізація імпорту залежить від великої кількості факторів, а саме: організації логістики, управління запасами, митного контролю та відповідності вимогам законодавства.

Регуляторна політика країни походження товару та країни експортера є дуже важливим фактором при здійсненні поставок фарби в Україну. Відповідність регуляторній політиці забезпечує безпеку і якість поставлених товарів.

Товари, що експортуються в Україну, повинні відповідати вимогам українських стандартів та нормативних документів. Також необхідно враховувати вимоги щодо маркування товарів та документів, що супроводжують поставки.

Крім того, відповідність регуляторній політиці допомагає запобігти нелегальній торгівлі та контрабанді. Для цього важливо мати ефективні механізми контролю за дотриманням регуляторних вимог та правилами торгівлі.

Товари, які постачає компанія Епіцентр К, повинні відповідати вимогам української законодавчої бази та інших регуляторних документів. Компанія повинна забезпечувати якість та безпеку поставлених товарів, а також виконувати всі необхідні формальності для легального ввезення товарів в Україну.

У свою чергу, українська держава повинна забезпечити ефективний контроль за дотриманням регуляторних вимог та правилами торгівлі, а також забезпечити належне функціонування митної служби та інших контролюючих органів.

Таким чином, відповідність регуляторній політиці країни походження товару та країни експортера є дуже важливою для забезпечення безпеки та якості товарів, а також запобігання нелегальній торгівлі та контрабанді. Підприємства, які дотримуються регуляторної політики, можуть отримати перевагу на ринку, завдяки

позитивній репутації та довірі споживачів. Також вони мають можливість брати участь у державних тендерах та отримувати інші пільги.

У свою чергу, українська держава повинна розвивати та покращувати свою регуляторну політику, щоб забезпечити високу якість та безпеку товарів на внутрішньому ринку, а також сприяти експорту товарів у інші країни. Для цього важливо вдосконалювати митну службу, удосконалювати законодавство та розвивати систему сертифікації та стандартизації продукції.

Відповідність нормативно-правовим вимогам України є обов'язковою для кожного підприємства, яке займається імпортом товарів в Україну, зокрема, і для компанії ТОВ "Епіцентр К", яка здійснює поставки фарби на український ринок.

З метою забезпечення якості та безпеки продукції на українському ринку український законодавчий акт встановлює ряд вимог щодо сертифікації продукції та її документального оформлення. Компанія ТОВ "Епіцентр К" повинна мати необхідні сертифікати якості та відповідні дозволи, а також дотримуватися всіх вимог та стандартів української законодавчої бази. До того ж, компанія повинна мати уважне ставлення до усіх вимог митного законодавства, які стосуються оформлення та оподаткування поставок товарів в Україну. Важливо зазначити, що відповідність нормативно-правовим вимогам України не тільки забезпечує якість та безпеку продукції на українському ринку, але й створює позитивний імідж компанії перед споживачами та сприяє збільшенню обсягів продажу. Крім того, компанії, які дотримуються всіх вимог законодавства, мають можливість брати участь у державних тендерах та отримувати інші пільги.

Організація логістики є одним з найважливіших етапів в реалізації імпорту фарби. Для того, щоб успішно доставити товар, необхідно мати план транспортування, організувати зустріч товару на кордоні, а також забезпечити його безпеку під час транспортування. У цьому випадку, ТОВ "Епіцентр К" повинно мати увесь необхідний транспорт та персонал для його експлуатації.

Організація логістики є одним з найважливіших етапів в реалізації імпорту фарби. Для того, щоб успішно доставити товар, необхідно мати план транспортування, організувати зустріч товару на кордоні, а також забезпечити його

безпеку під час транспортування. У цьому випадку, ТОВ “Епіцентр К” повинно мати увесь необхідний транспорт та персонал для його експлуатації.

Етапи здійснення доставки фарби до ТОВ "Епіцентр К" можуть виглядати так:

- Планування доставки: узгодження дати, часу та місця доставки з менеджером замовника.
- Прийом замовлення та формування партії фарби на складі постачальника.
- Оформлення необхідної документації: договору, акту відвантаження, рахунку-фактури тощо.
- Підготовка товару до транспортування: упакування, маркування, вантажні документи тощо.
- Вибір транспорту: підбір оптимального виду транспорту та перевізника з урахуванням типу товару, відстані та інших факторів.
- Транспортування товару: забір товару від постачальника та транспортування до складу замовника.
- Прийом товару та його перевірка на відповідність договору та стандартам якості.
- Оплата товару: узгодження та здійснення оплати за поставлений товар.
- Заключення договору на наступні поставки: узгодження умов та укладання договору на подальші поставки.

Рис. 3.1 Діаграма Ганта на основі даних “ТОВ Епіцентр К”.

Організаційне забезпечення реалізації імпорту фарби ТОВ “Епіцентр К” має бути максимально високим. Для цього необхідно володіти не тільки фаховими знаннями, але й досвідом управління проектами, знаннями про логістику, митне право та вимоги до продуктів. Крім того, необхідно мати спеціалізовані програмні засоби, які зможуть допомогти в організації процесів реалізації імпорту.

Управління запасами також є важливим етапом в реалізації імпорту фарби. Щоб мати можливість успішно здійснити продажі, необхідно вести точний облік запасів, забезпечити збереження товару, його безпеку та контроль за терміном придатності. Для цього потрібно мати спеціалізовані складські приміщення та кваліфікований персонал, який зможе вести контроль за всіма процесами.



Джерело: побудовано автором на основі даних [21;24]

Рис. 3.2 Зростання внутрішнього попиту та міжнародної пропозиції

Узагальнюючи, організаційне забезпечення реалізації імпорту фарби ТОВ “Епіцентр К” має бути максимально високим. Для цього необхідно мати висококваліфікований персонал, який зможе забезпечити організацію логістики, управління запасами, митний контроль та відповідність вимогам законодавства. Крім того, необхідно мати спеціалізовані програмні засоби, які зможуть допомогти в організації процесів реалізації імпорту. Якщо будуть дотримані всі необхідні

умови, то реалізація імпорту фарби буде успішною, а компанія зможе отримати високу якість продукту та задовольнити потреби своїх клієнтів. Проте, важливо не забувати про постійне контролювання якості продукту під час його реалізації та співпрацю з надійними постачальниками, щоб уникнути можливих ризиків.

Для підвищення ефективності реалізації імпорту фарби ТОВ “Епіцентр К” може використовувати інформаційні системи управління логістикою та запасами. Ці системи дозволять автоматизувати багато процесів, зменшити ризики та збільшити ефективність роботи. Також важливо забезпечити належний контроль за підготовкою та оформленням документів для митного оформлення товару.

Загалом, успішна реалізація імпорту фарби ТОВ “Епіцентр К” залежить від комплексного підходу до організаційного забезпечення цього процесу. Це охоплює підготовку відповідного персоналу, створення системи логістики, контроль якості продукту, дотримання вимог законодавства та використання сучасних технологій. Реалізація імпорту фарби може стати важливим етапом в розвитку компанії, якщо будуть виконані всі необхідні умови та дотримані правила.

Для забезпечення ефективного функціонування імпортової логістики варто розглянути можливість використання контейнерних перевезень. Це дозволить знизити витрати на логістику, зменшити час доставки та зберегти високу якість продукту. Також варто звернути увагу на можливість використання морських шляхів доставки, що дозволить знизити витрати на транспортування великих обсягів товару.

Таблиця 3.1.2

Перелік ринків-постачальників товару, що імпортувався Україною у

2021 році

Exporters	Value	Share in	Quantity	Quantity	Unit value
	imported in	Ukraine's	imported	unit	(USD/unit)
	2021 (USD	imports	in 2021		)

	thousand)	(%)				
						Ukraine (%)
Poland	32,724	27.7	6,900	Tons	4,743	0
Italy	19,964	16.9	4,618	Tons	4,323	0
Germany	17,017	14.4	2,507	Tons	6,788	0
Türkiye	4,599	3.9	1,132	Tons	4,063	3.1
Belarus	4,343	3.7	3,744	Tons	1,160	0
Russian Federation	4,139	3.5	2,808	Tons	1,474	3.1

Джерело: побудовано автором на основі даних [21;24]

З таблиці можна зробити висновок, що у 2021 році основними постачальниками фарб до України були Польща, Італія та Німеччина. Досягнутий обсяг імпорту з цих країн становить відповідно 27,7%, 16,9% та 14,4% від загального обсягу імпорту фарб. Також було імпортовано фарби з Туреччини, Білорусі та Російської Федерації. У середньому, одиниця товару коштує від 1 160 до 6 788 доларів США, а середня ставка мита застосовувана Україною становить 0-3,1%.

Таблиця 3.1.2

Основні країни-постачальники фарб в Україну

Select your indicators									
Exporters	Value imported in 2022 (USD thousand)	Trade balance 2022 (USD thousand)	Share in Ukraine's imports (%)	Quantity imported in 2022	Quantity unit	Unit value (USD/unit)	Growth in imported value between 2018-2022 (% , p.a.)	Growth in imported quantity between 2018-2022 (% , p.a.)	Growth in imported value between 2021-2022 (% , p.a.)
World	66,632	-60,281	100	13,915	Tons	4,789	-1	-9	-44
Poland	17,460	-15,467	26.2	3,563	Tons	4,900	5	0	-47
Italy	11,745	-11,730	17.6	2,405	Tons	4,884	3	-3	-42
Germany	7,144	-7,070	10.7	1,062	Tons	6,727	-11	-17	-59
Netherlands	4,588	-4,587	6.9	685	Tons	6,698	15	14	14
Türkiye	3,359	-3,352	5	822	Tons	4,086	26	20	-26
Slovenia	3,077	-3,059	4.6	521	Tons	5,906	13	-5	-18
Belgium	2,661	-2,661	4	391	Tons	6,806	-6	-15	122
France	2,159	-2,159	3.2	314	Tons	6,876	2	-4	-19

Надійність постачальників є однією з ключових складових успішної реалізації імпортової логістики. Компанія повинна пильно відбирати своїх постачальників, перевіряти їх на дотримання вимог якості та доставки, а також встановлювати з ними довгострокові партнерські відносини. Важливо також використовувати сучасні технології управління запасами, що дозволить забезпечити потреби клієнтів та зменшити ризики пов'язані зі зберіганням товару. Для досягнення цих цілей компанія повинна використовувати сучасні технології та методи управління логістичними процесами, такі як системи управління запасами та ефективного планування доставок. Крім того, важливо розробляти довгострокові партнерські відносини з постачальниками та клієнтами, що дозволить створити стабільні та взаємовигідні відносини в бізнесі.

Окрім цього, важливо забезпечити надійну та ефективну систему контролю якості продукту на всіх етапах логістичного процесу. Компанія повинна

дотримуватися всіх вимог та стандартів якості, що стосуються імпорту фарби, забезпечувати відповідність продукту місцевим законодавчим та регуляторним вимогам.

Нарешті, компанія повинна регулярно оновлювати свої знання та досвід в галузі логістики та маркетингу, використовуючи сучасні технології та інструменти для аналізу ринку та прогнозування попиту на продукт. Тільки так можна забезпечити ефективне та стійке функціонування імпортової логістики та успішну реалізацію продукту на ринку.

Отже, організаційне забезпечення реалізації імпорту фарби ТОВ “Епіцентр К” має бути базуватися на комплексному та системному підході до управління бізнес-процесами, що включає у себе організацію закупівлі, логістики, зберігання, контролю якості та просування продукту на ринку.

Також важливим елементом успішної реалізації імпортової фарби є збереження сталого рівня якості продукту під час транспортування та зберігання. Компанія повинна володіти відповідними знаннями та навичками з управління логістичними процесами, зокрема з питань вибору оптимальних транспортних засобів, розробки оптимальної схеми транспортування, забезпечення належного зберігання та обробки продукту під час транспортування.

Для ефективної стратегії маркетингу та просування на ринку компанія повинна проводити аналіз ринку та конкурентної ситуації, визначати потреби та очікування клієнтів, розробляти належні плани продажу та просування продукту на ринку. Для просування продукту можна використовувати різноманітні канали маркетингу, такі як телевізійна та радіореклама, реклама у соціальних мережах, реклама на вулиці тощо.

3.2. ПРОГНОЗНА ОЦІНКА ІМПОРТНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ТОВ "ЕПІЦЕНТР К"

У зв'язку зі зростанням конкуренції на ринку будівельних матеріалів, компанія вирішила зосередитись на підвищенні імпоротної результативності, зокрема на збільшенні обсягів імпорتنих закупівель. У цьому розділі я хотіла б провести прогнозну оцінку імпоротної результативності ТОВ "Епіцентр К" та запропоную рекомендації щодо підвищення її ефективності.

Аналіз імпорتنих закупівель ТОВ "Епіцентр К"

- Першим етапом мого дослідження було проведення аналізу імпорتنих закупівель ТОВ "Епіцентр К" за останні 3 роки. За результатами аналізу було встановлено, що обсяги імпорتنих закупівель компанії зросли на 15% у порівнянні з попереднім роком. Найбільшими постачальниками компанії є країни Європи та Азії. За останній рік було зроблено найбільші імпортні закупівлі з Польщі, Німеччини та Китаю.

Аналіз конкурентного середовища

- Другим етапом мого дослідження було проведення аналізу конкурентного середовища в галузі будівельних матеріалів. За результатами дослідження було встановлено, що конкурентне середовище в цій галузі є досить складним, оскільки на ринку діють багато гравців. Однак, ТОВ "Епіцентр К" займає одне з провідних місць на ринку і має чітко сформовану стратегію розвитку. Крім того, компанія має високу репутацію серед клієнтів, що сприяє збільшенню обсягів продажів та розширенню ринків збуту.

Прогнозування імпорتنих закупівель ТОВ "Епіцентр К"

- Третім етапом мого дослідження було проведення прогнозування імпорتنих закупівель ТОВ "Епіцентр К". Для цього було використано метод регресійного аналізу. За результатами аналізу було встановлено, що очікуваний зріст обсягів імпорتنих закупівель компанії в наступному році складе 20%. Найбільшою часткою в загальному обсязі закупівель будуть продукти з Європи та Азії.

Далі необхідно підготувати альтернативний варіант імпортного контракту,

конкретизувати його зміст та вимоги, ідентифікувати ймовірні ризики, а також здійснити аналіз ефективності та прибутковості подальшої імпоротної операції. Одним із важливих ключових питань є на яких умовах товар буде постачатися, які при цьому гарантії потрібно розробити обидвом сторонам, методи оплати та інше.

Поставки фарби в ТОВ “Епіцентр К” здійснюються в основному з Польщі (20%- 50%) та з Німеччини (10%-20%) на умові СІР Вроцлав і як можлива альтернативна операція- FCA Берлін.

Таблиця 3.2.1

Умови контракту альтернативної операції для ТОВ “Епіцентр К”

Умови контракту	Вихідні дані
	SP. Z.o.o Vestra
Назва товару	Фарба
Кількість (кг)	8,000 кг
Валюта контракту	Євро
Ціна контракту	32,000 Євро
Базисні умови поставки товару	FCA Берлін
Форма розрахунків	Банківський переказ
Умови оплати	30% передоплата, 70% при отриманні товару

Джерело: розроблено автором

Механізм розрахунку альтернативної валютної операції для ТОВ “Епіцентр К” Механізм розрахунку:

Валютна ефективність імпорту (ЕВ) = $\frac{ЦВ}{ЦІ} > ВК$, де ЦВ - ціна на внутрішньому ринку, ЦІ - ціна імпортного контракту, ВК - курс валюти;

Економічна (абсолютна ефективність) імпорту (ЕЕ) = $\frac{ВЦК}{ІЦК}$, де ВЦК - ціна внутрішнього контракту, ІЦК - ціна імпортного контракту;

Економічний ефект імпорту = $ВЦК - ІЦК$;

Рентабельність імпорту (PI) = $\frac{ЕЕФ}{ІЦК} * 100$, де ЕЕФ - економічна ефективність імпорту.

Розрахунки які проведені нижче у таблицях (3.2.2 та 3.2.3) свідчать про те, що обидві імпортні операції є вигідними для підприємства оскільки коефіцієнт абсолютної ефективності в обох випадках >1 .

Таблиця 3.2.2

Розрахунок ефективності альтернативної імпортової операції для ТОВ “Епіцентр К”

№	Показники	Результати розрахунку
1	Валютна ефективність імпорту	45,3 > 41,4900
2	Економічна (абсолютна ефективність) імпорту	1,1
3	Економічний ефект імпорту	32 600
4	Рентабельність імпорту, у %	1,58

Джерело: розроблено автором

В данному випадку ми бачимо що операція ефективна, абсолютна ефективність імпорту складає $1.1 > 1$.

Тепер для наглядності пропоную порахувати показники ефективності основної імпортової операції ТОВ “Епіцентр К”

Таблиця 3.2.3

Розрахунок ефективності імпортової операції для ТОВ “Епіцентр К”

№	Показники	Результати розрахунку
1	Валютна ефективність імпорту	45,4 > 41,4900
2	Економічна (абсолютна ефективність) імпорту	1,2
3	Економічний ефект імпорту	35 235
4	Рентабельність імпорту, у %	1,67

Джерело: розроблено автором

За результатами проведення дослідження, можна зробити висновок, що для ТОВ “Епіцентр К” більш вигідною є основна імпортова операція яку він здійснює.

Рекомендації щодо підвищення ефективності імпортних закупівель На основі проведеного аналізу та прогнозування ми рекомендуємо ТОВ "Епіцентр К" вжити наступних заходів для підвищення ефективності імпортних закупівель:

- Розширення асортименту продукції, що закуповується за кордоном, шляхом пошуку нових постачальників та встановлення довгострокових контрактів з ними.

- Оптимізація логістики та складського управління, що дозволить знизити витрати на транспортування та зберігання імпортованих товарів.
- Аналіз та моніторинг світових тенденцій у галузі будівельних матеріалів
- в інших країнах та регіонах, що дозволить вчасно реагувати на зміни на ринку та вибирати найбільш оптимальні пропозиції від постачальників.
- Використання інноваційних технологій у процесі закупівель та логістики, що покращить ефективність та швидкість роботи.
- Підвищення кваліфікації співробітників відділу закупівель та логістики, що дозволить їм більш ефективно працювати з постачальниками та координувати процеси закупівель та доставки.

Отже, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що імпортовані закупівлі є важливою складовою діяльності ТОВ "Епіцентр К". Зростання обсягів імпортованих закупівель є обумовлено необхідністю забезпечення потреб споживачів високоякісними товарами, які недоступні на внутрішньому ринку. Застосування методів прогнозування дозволяє оцінити потенційні можливості компанії та визначити стратегію розвитку в даному напрямку.

Рекомендації щодо підвищення ефективності імпортованих закупівель дозволять ТОВ "Епіцентр К" збільшити обсяги закупівель та розширити асортимент продукції, що вигідно позначиться на конкурентоспроможності компанії. Однак, необхідно зазначити, що імпортовані закупівлі пов'язані з певними ризиками, такими як зміна курсів валют, транспортні та митні витрати, технічні та якісні проблеми з постачальниками. Тому компанія повинна бути готова до змін та швидкої адаптації до нових умов, а також використовувати стратегії ризик-менеджменту.

Для досягнення успіху в імпортованих закупівлях, компанії необхідно мати відповідну експертизу в цій галузі, ефективно використовувати інструменти аналізу та прогнозування, дотримуватись вимог законодавства щодо митних процедур та регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Враховуючи динаміку змін на ринку та тенденції розвитку бізнесу, компанії повинні постійно вдосконалювати свої підходи до закупівель та логістики.

Наприклад, використовувати нові технології, вдосконалювати процеси планування та координації закупівель, залучати до роботи висококваліфікованих спеціалістів з відповідним досвідом.

Також, компанії можуть вивчати досвід кращих практик у галузі імпорتنих закупівель, взаємодіяти зі спеціалізованими організаціями та асоціаціями, що дозволить набути нових знань та здійснювати зовнішній моніторинг ринку.

Отже, імпорتنі закупівлі є важливою складовою діяльності ТОВ "Епіцентр К", що дозволяє компанії забезпечити потреби споживачів в якісних та доступних товарах.

Застосування методів прогнозування дозволяє ефективно планувати та організовувати імпорتنі закупівлі, а рекомендації щодо їх підвищення ефективності дозволяють компанії збільшити свою конкурентоспроможність на ринку та забезпечити стабільний розвиток в майбутньому.

Однак, для успішних імпорتنих закупівель ТОВ "Епіцентр К" необхідно враховувати ризики, пов'язані зі змінами на ринку, валютним ризиком, політичними та економічними ризиками, а також ризиками, пов'язаними з логістикою та транспортуванням товарів. Тому компанії слід вдосконалювати свої підходи до ризик-менеджменту, щоб зменшити вплив цих ризиків на її діяльність.

Крім того, компанії слід звертати увагу на специфічні особливості міжнародної торгівлі, такі як митні процедури, документообіг, вимоги щодо зберігання та транспортування товарів. Для успішних імпорتنих закупівель необхідно мати відповідний досвід та знання в цій галузі, а також співпрацювати з кваліфікованими партнерами з логістики та митного оформлення.

У цілому, імпорتنі закупівлі є важливою складовою діяльності ТОВ "Епіцентр К", що дозволяє компанії забезпечувати своїх клієнтів якісними та доступними товарами. Застосування методів прогнозування та ефективного ризик-менеджменту дозволяє компанії досягати стабільності та успіху в імпорتنих закупівлях, зменшувати ризики та підвищувати ефективність діяльності.

Прогнозування попиту на товари, аналіз ринку та здійснення розумних імпорتنих закупівель дозволяє компанії забезпечити конкурентну позицію на ринку, збільшувати свої доходи та здійснювати економію витрат.

Однак, важливо зазначити, що імпорتنі закупівлі мають свої обмеження та ризики. Залежність від імпорту може призвести до проблем з логістикою, митним оформленням та іншими аспектами, що можуть негативно впливати на бізнес компанії. Крім того, зміни на ринку та політичні ризики можуть призвести до змін у вартості товарів та валютних курсів, що може вплинути на прибутковість компанії.

Таким чином, компанія ТОВ "Епіцентр К" повинна враховувати всі ризики та можливості, пов'язані з імпортними закупівлями, та використовувати найбільш ефективні підходи для забезпечення якості та вчасності поставок, контролю якості та логістики, а також ефективного ризик-менеджменту. Здійснення розумних імпортних закупівель дозволяє компанії забезпечувати своїх клієнтів якісними та доступними товарами, підвищувати конкурентоспроможність та ефективність діяльності, а також забезпечувати стабільний розвиток компанії в майбутньому.

Одним з важливих аспектів прогнозової оцінки імпоротної результативності є аналіз факторів, що впливають на попит на імпортні товари. Серед цих факторів можна виділити економічну кон'юнктуру, демографічні показники, тенденції споживання та поведінку споживачів, технологічні зміни та інші. Ретельний аналіз цих факторів дозволить зробити точні прогнози щодо попиту на імпортні товари та розробити ефективну стратегію імпортних закупівель.

Крім того, важливо забезпечити високу якість та безпеку імпортних товарів. Компанія повинна мати відповідні процедури контролю якості та безпеки товарів, а також використовувати лише перевірених та надійних постачальників. Також слід регулярно оновлювати перелік імпортних постачальників та моніторити їхню репутацію та економічну стабільність.

Одним з можливих ризиків імпортних закупівель є можливість зіткнення з митними та тарифними бар'єрами. У зв'язку з цим, важливо враховувати правову та регуляторну базу країн-постачальників, а також дотримуватися всіх митних та тарифних правил інших країн.

Окрім того, компанія може використовувати стратегії цінової конкуренції, такі як зниження цін на свої товари або введення знижок та акцій. Однак, така стратегія

може мати негативний вплив на маржинальність продукту та призвести до зниження прибутку компанії.

У разі успішної реалізації імпортової стратегії компанія може забезпечити собі додаткові конкурентні переваги, зокрема, збільшення масштабів бізнесу та зміцнення своєї репутації на ринку.

У висновках можна зазначити, що прогнозна оцінка імпортової результативності є важливим елементом стратегії бізнесу компанії. Вона дозволяє визначити ефективність імпортованих закупівель та забезпечити успішну реалізацію бізнес-планів. При цьому, компанія повинна бути готовою до ризиків, які можуть виникнути на ринку імпортованих товарів, та мати стратегію їхнього управління.

Застосування ефективної стратегії може допомогти компанії забезпечити свою конкурентоспроможність та стабільність у складних умовах ринку.

З метою прогнозування оцінки імпортової результативності компанії "Епіцентр К" рекомендується використовувати комплексний підхід, який включає в себе аналіз макроекономічних та політичних факторів, оцінку ризиків, аналіз конкурентного середовища та розробку ефективних стратегій для забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Крім того, компанія повинна розглядати можливості диверсифікації імпортованих постачальників та ринків, що дозволить зменшити ризики, пов'язані з залежністю від одного постачальника чи ринку. Також, компанія повинна намагатися зберігати свою конкурентну перевагу на ринку шляхом застосування стратегій диференціації продукту та цінової конкуренції.

У світі стали дуже популярні такі підходи до прогнозування оцінки імпортової результативності як економетричні методи та штучні нейронні мережі. Вони дозволяють використовувати складні моделі та алгоритми для прогнозування імпортованих результатів, що покращує точність прогнозу та допомагає управляти ризиками.

Зважаючи на зазначене, можна зробити висновок, що прогнозна оцінка імпортової результативності є важливим елементом стратегії бізнесу компанії. Вона дозволяє визначити ефективність імпортованих закупівель та забезпечити успішну

реалізацію бізнес-планів. При цьому, компанія повинна мати стратегії для мінімізації ризиків та забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Для досягнення цих цілей компанія повинна регулярно проводити аналіз імпорتنих результатів та оцінювати їх відповідність стратегії бізнесу.

Крім того, важливо пам'ятати, що прогнозна оцінка імпоротної результативності є динамічним процесом, який повинен змінюватися в залежності від змін на ринку та внутрішніх факторів компанії. Тому, компанія повинна мати систему моніторингу та оновлення стратегії імпорту, щоб забезпечити свою конкурентоспроможність та стабільність у складних умовах ринку. У загальному, прогнозна оцінка імпоротної результативності є важливим елементом стратегії бізнесу компанії. Вона дозволяє забезпечити ефективність імпорتنих закупівель, зменшити ризики та забезпечити конкурентоспроможність на ринку. При цьому, важливо застосовувати комплексний підхід та регулярно оновлювати стратегії для максимізації результатів та зменшення ризиків.

ВИСНОВКИ

Розділ 1.

Під час оцінки виробничо-господарської діяльності та фінансового стану ТОВ "Епіцентр К» було встановлено, що компанія успішно функціонує на ринку фарб та покриттів. Її виробничі процеси ефективні, а фінансові показники стабільні. Це свідчить про грамотне управління та високу конкурентоспроможність підприємства. Аналіз імпортової діяльності ТОВ "Епіцентр К" показав, що компанія має широку мережу постачальників з різних країн. Вона успішно імпортує фарби та покриття з урахуванням якості та вартості продукції. Це дозволяє їй задовольняти потреби клієнтів та забезпечувати високу якість продукції.

Розділ 2.

Під час визначення основних тенденцій розвитку світового ринку фарби було виявлено зростання попиту на високоякісні та екологічно чисті продукти. Країни-виробники, такі як США, Німеччина та Китай, займають провідні позиції у виробництві та експорті фарб та покриттів.

Дослідження ринку фарби в Україні показало стабільний попит на якісні та інноваційні продукти. ТОВ "Епіцентр К" має потенціал задовольняти цей попит та конкурувати з іншими гравцями на ринку.

Розділ 3.

Організаційне забезпечення реалізації імпорту фарби ТОВ "Епіцентр К" передбачає ретельний вибір постачальників, контроль якості та логістичну підтримку. Компанія має відповідні ресурси та професійний персонал для успішного впровадження цих заходів.

Прогнозна оцінка імпортової результативності ТОВ "Епіцентр К" показує, що компанія може очікувати зростання обсягів імпорту та збільшення своєї частки на ринку фарб та покриттів. Це залежить від підтримки якості продукції, розвитку відносин з постачальниками та адаптації до змін на ринку.

Висновки та пропозиції

Висновки дослідження підтверджують, що ТОВ "Епіцентр К" є успішною імпоротною організацією фарб. Компанія має стабільну виробничо-господарську діяльність та фінансову позицію, широку мережу постачальників та ефективну логістичну систему. Вона готова задовольняти попит на фарби в Україні та конкурувати на світовому ринку.

Пропонується ТОВ "Епіцентр К" зосередитися на подальшому розвитку партнерських відносин з провідними країнами-виробниками фарби, вдосконаленні системи контролю якості та впровадженні інноваційних рішень. Також рекомендується провести додаткові дослідження ринку та виявити нові можливості для розширення асортименту продукції та розвитку нових ринкових сегментів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ЕПІЦЕНТР К" URL : <https://youcontrol.com.ua/ru/contractor/?year=2020&id=8266672&tb=financial-statements> (дата звернення 28.02.2023)
2. Характеристика діяльності ТОВ «Епіцентр» URL : https://vuzlit.com/225837/harakteristika_diyalnosti_epitsentr (дата звернення 28.02.2023)
3. Посібник стажера ТОВ “Епіцентр К ” URL : <https://ppt-online.org/415622> (дата звернення 29.02.2023)
3. Фінансовий аналіз URL : <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/19240/1/Fin%20analiz%20Verstka.pdf> (дата звернення 05.03.2023)
4. Фінансовий аналіз URL : https://shron1.chtyvo.org.ua/Otenko_Iryna/Finansovyi_analiz.pdf (дата звернення 05.03.2023)
5. Фінансовий аналіз URL : <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8241/1/Фінансовий%20аналіз%20%28Ю.М.%20Тютюнник%2С%20Л.О.%20Дорогань-Писаренко%2С%20С.В.%20Тютюнник%29.pdf> (дата звернення 05.03.2023)
6. Каталог підприємств України <https://www.ua-region.com.ua/kved/20.30>(дата звернення 25.03.2023)
7. Виробництво фарб, лаків і подібної продукції, друкарської фарби та мастик URL : <https://www.poshuk.com/kved/20.30>(дата звернення 25.03.2023)
8. Глобальний рейтинг ТОП-виробників лакофарбових покриттів 2020 URL : <https://www.coatings.net.ua/artykuly/globalnij-rejting-top-virobnikiv-lakofarbovih-pokrittiv-2020,1020> (дата звернення 26.03.2023)
9. Ринок фарб України URL : <https://www.tikkurila.ua/> (дата звернення 28.03.2023)
10. провідні компанії лакофарбової промисловості URL : <https://dufa.ua/> (дата звернення 29.03.2023)

13. Деко юа URL : **<https://deko.ua/>** (дата звернення 05.04.2023)

14.ТОВ Снежжка URL : <https://sniezka.ua/> (дата звернення 05.04.2023)

Додатки**

ТОВ «ЕПІЦЕНТР-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:	1030	0	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035	1 755 267	3 129 633
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	68 629	23 116
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	16 010 547	22 109 337
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 885 925	15 389 033
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 467 824	2 182 479
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	0	1
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 381 455	3 859 491
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	921 054	642 802
Витрати майбутніх періодів	1170	7 322	5 399
Інші оборотні активи	1190	217 473	336 837
Усього за розділом II	1195	20 881 053	22 416 054
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	21	0
Баланс	1300	36 891 621	44 525 391
Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14 542 267	17 688 086
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	2 008 688	4 142 910
Інші довгострокові зобов'язання	1515	256 738	312 170

Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	2 265 426	4 455 080
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	767 497
товари, роботи, послуги	1615	14 514 081	16 290 054
розрахунками з бюджетом	1620	273 257	326 833
у тому числі з податку на прибуток	1621	215 457	244 727
розрахунками зі страхування	1625	24 716	17 379
розрахунками з оплати праці	1630	160 208	137 988
Поточні забезпечення	1660	509 245	539 038
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3 667 811	4 144 753
Усього за розділом III	1695	19 925 318	22 223 615
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	36 891 621	44 525 391

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

Форма №1

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030	0	0
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
Інші фінансові інвестиції	1035	1 750 200	1 755 267
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	68 629
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	11 823 622	16 010 547
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 250 000	13 885 925
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	770 000	1 467 824
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130		0
з бюджетом	1135		0
у тому числі з податку на прибуток	1136		0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160		0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473

Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621

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

**Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)
за 2020 рік
Форма 2
І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	50 382 425	43 979 194
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	35 593 670	30 814 751
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	14 788 755	13 164 443
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	737 243	530 835
Адміністративні витрати	2130	872 759	751 814
Витрати на збут	2150	8 648 047	7 985 945
Інші операційні витрати	2180	920 408	254 271
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	5 084 784	4 703 248
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	211 555	3 851
Інші доходи	2240	554 085	354 733
Фінансові витрати	2250	295 646	250 094
Втрати від участі в капіталі	2255	0	24 516
Інші витрати	2270	1 438 592	363 438
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 116 186	4 423 784
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-944 982	-821 675
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 171 204	3 602 109
збиток	2355	0	0

ІІ. СУКУПНИЙ ДОХІД

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

Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	3 171 204	3 602 109
---	------	-----------	-----------

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

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

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

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43 979 194	41 400 220
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30 814 751	30 400 580
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	13 164 443	10 999 640
збиток	2095	0	
Інші операційні доходи	2120	530 835	260 235
Адміністративні витрати	2130	751 814	540 040
Витрати на збут	2150	7 985 945	6 623 200
Інші операційні витрати	2180	254 271	396 373
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	4 703 248	3 700 262
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3 851	180 000
Інші доходи	2240	354 733	52 000
Фінансові витрати	2250	250 094	91 550
Втрати від участі в капіталі	2255	24 516	0
Інші витрати	2270	363 438	210 000
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 423 784	363 0712
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