

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студента Краснопера Ростислава Ігоровича

академічної групи 073-20-3

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування управлінських рішень щодо удосконалення імпортової діяльності (за матеріалами ТОВ «ВІДЕНСЬКА КАВА»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Казимиренко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Казимиренко О.В.			

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.
(підпис)
« 20 » травня 2024 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студенту Красноперу Р.І. академічної групи 073-20-3

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування управлінських рішень щодо удосконалення імпортової діяльності (за матеріалами ТОВ «ВІДЕНСЬКА КАВА»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 27 травня 2024 р. № 474-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні засади управління імпортовою діяльністю підприємства	20.05.2024 р. – 28.05.2024 р.
Аналітичний	Аналіз торговельно-посередницької та фінансово-господарської діяльності ТОВ «Віденська кава»	29.05.2024 р. – 10.06.2024 р.
Рекомендаційний	Обґрунтування управлінських рішень в сфері удосконалення імпортової діяльності ТОВ «Віденська кава»	11.06.2024 р.– 20.06.2024 р.

Завдання видано _____ Казимиренко О.В.
(підпис керівника)

Дата видачі « 20 » травня 2024 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 21 » червня 2024 року

Прийнято до виконання _____ Краснопер Р.І.
(підпис студента)

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні засади управління імпортною діяльністю підприємства	6
1.1 Сутність поняття «імпортна діяльність»	6
1.2 Позитивні аспекти та ефект від здійснення імпортною діяльністю	10
1.3 Етапи аналізу імпортною діяльністю підприємства	13
2 Аналіз торговельно-посередницької та фінансово-господарської діяльності ТОВ «Віденська кава»	19
2.1 Аналіз ринку функціонування підприємства	19
2.2 Аналіз законодавчої бази здійснення імпортних операцій	27
2.3 Аналіз факторів, що впливають на діяльність ТОВ «Віденська кава»	32
2.4 Аналіз господарсько-економічної діяльності ТОВ «Віденська кава» та його імпортною політики	38
3 Обґрунтування управлінських рішень в сфері удосконалення імпортною діяльності ТОВ «Віденська кава»	51
3.1 Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності	51
3.2 Заходи підвищення ефективності імпорту ТОВ «Віденська кава»	53
Висновки	58
Перелік джерел посилань	63

ВСТУП

Імпортна діяльність відіграє важливу роль в економіці країни, забезпечуючи доступ до широкого асортименту товарів і послуг, розширюючи вибір для споживачів, розвиваючи конкуренцію та стимулюючи економічне зростання. Вона сприяє обміну технологіями та знаннями, що веде до технічного прогресу, і дозволяє країні зосередитися на виробництві в тих сферах, де вона має конкурентні переваги, одночасно імпортуючи товари, які вигідні для неї. Тому аналіз імпоротної діяльності є надзвичайно важливим, оскільки він дозволяє оцінити економічне становище країни та її зовнішню торгівлю, забезпечити необхідний обсяг і структуру імпортованих товарів, визначити їх джерела походження та розподіл по галузях економіки.

Аналіз імпоротної діяльності допомагає оцінити залежність країни від зовнішніх ринків, конкурентоспроможність власного виробництва та впливає на формування зовнішньоекономічної політики та торговельних стратегій. Знання про імпортні тенденції є необхідними для прийняття обґрунтованих рішень у сфері економіки, інвестицій та регулювання міжнародних відносин. Особливу увагу в дослідженні приділено визначенню етапів аналізу імпоротної діяльності, їх упорядкуванню та розробці авторського підходу до аналізу імпоротної діяльності.

Метою роботи є теоретичне обґрунтування управлінських рішень у сфері удосконалення імпоротної діяльності.

Для досягнення даної мети необхідно:

- розглянути сутність поняття «імпортна діяльність»;
- детально дослідити позитивні аспекти та ефект від здійснення імпоротної діяльності;
- виявити етапи аналізу імпоротної діяльності підприємства;
- здійснити аналіз ринку функціонування підприємства;

- провести аналіз законодавчої бази здійснення імпорتنих операцій;
- провести аналіз факторів, що впливають на діяльність ТОВ «Віденська кава»;
- здійснити аналіз господарсько-економічної діяльності ТОВ «Віденська кава» та його імпорتنю політики;
- обґрунтувати шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності;
- сформулювати заходи підвищення ефективності імпорту ТОВ «Віденська кава».

Об'єктом розроблення є процес обґрунтування управлінських рішень у сфері удосконалення імпортною діяльності.

Предметом розроблення є теоретичні, методичні та практичні підходи до обґрунтування управлінських рішень у сфері удосконалення імпортною діяльності ТОВ «Віденська кава».

В процесі виконання кваліфікаційної роботи було використано такі методи: стратегічний аналіз, проведення горизонтального та вертикального аналізу балансу та фінансовою звітності підприємства, аналіз фінансових коефіцієнтів, табличний метод прогнозування грошових потоків.

Практична значущість одержаних результатів полягає у реалізації управлінських рішень щодо встановлення ціни контракту в грн., а платежу в дол. США; встановлення ціни контракту зі знижкою 5%; економії на транспортних витратах через зміну умови СІР на ЕХW; зміни умов платежу та врахування і оцінювання ризиків ЗЕД. Запропоновані заходи вирішують проблему підвищення ефективності імпортною діяльності та забезпечують підприємству збільшити прибуток з одного контракту на 8364 дол. США, а в грн. на 334140 грн., що є дуже привабливим для ТОВ «Віденська кава»

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність поняття «імпортна діяльність»

Імпортна діяльність є процесом ввезення на територію України товарів, робіт, послуг і капіталів від держави-контрагента як для власного споживання, так і для перепродажу. Це поняття є ширшим, ніж просто імпорт, і включає в себе весь процес імпорту [8]. Термін «зовнішньоекономічна діяльність», а відповідно і «імпортна діяльність», з'явився з початком здійснення зовнішньоекономічних реформ у 1987 р., які передбачали децентралізацію зовнішньої торгівлі та перехід від міжурядових зв'язків до зовнішньоекономічної діяльності на рівні підприємств. У сучасній Україні зовнішньоекономічна діяльність є складовою частиною господарської діяльності підприємства, що сприяє зростанню економіки та розвитку інтеграційних процесів на мікрорівні [24].

Імпортна діяльність реалізується на рівні підприємства, яке має право самостійно обирати іноземного партнера, визначати види, обсяги та терміни постачання товарів, підписувати експортно-імпортні угоди, а також встановлювати ціну та вартість контракту. Це є частиною виробничо-комерційної діяльності як з внутрішніми, так і з зарубіжними партнерами. Таким чином, імпортна діяльність включає організаційно-економічні, виробничо-господарські та комерційні функції [8].

На рисунку 1.1 наведено обов'язкові умови імпортної діяльності. Розвиток імпортної діяльності є важливим напрямом розвитку підприємств, що найбільш яскраво відображає їх конкурентоспроможність.

На рисунку 1.2 показано міжнародні фактори конкурентоспроможності підприємства, які впливають на імпортну діяльність [24].

УМОВИ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ		
Забезпечення просування товару від продавця до покупця	Своєчасне надання зовнішньоторговельних послуг: експедиторських, транспортних, банківських, страхових	Здійснення платіжно-розрахункових операцій, а також надання комерційної та валютно-фінансової інформації про кон'юнктуру зовнішніх товарних і грошових ринків

Рисунок 1.1 – Умови для здійснення імпортних операцій



Рисунок 1.2 – Фактори впливу на імпортну діяльність

Імпорт товарів має регулюватися національним законодавством, митними тарифами, політико-правовими обмеженнями, системою ліцензування та іншими нетарифними заходами зовнішньоекономічного регулювання. На рисунку 1.3 показано правила ввезення товарів на митну територію України. Як і в більшості країн Східної Європи, Україна встановила досить суворі обмеження на ввезення товарів з-за кордону [16].

На рисунку 1.4 наведено основні причини цих обмежень.

Однією з проблем імпортової діяльності є необхідність забезпечення фінансування для оплати імпортованих товарів. Україна, маючи пасивний платіжний баланс, змушена звертатися до зарубіжних країн за позиками та

фінансовою допомогою, а також стимулювати приплив іноземного капіталу для покриття платіжних зобов'язань. Ще одним варіантом залучення коштів є продаж елементів національного багатства нерезидентам, що може становити загрозу для економічного та політичного суверенітету країни [16].

ВВЕЗЕННЯ ІМПОРТНИХ ТОВАРІВ НА МИТНУ ТЕРИТОРІЮ УКРАЇНИ		
Перевірка митним органом документів, які мають засвідчувати підстави й умови ввезення товарів на митну територію України	Контроль сплати податків і зборів, якими, згідно із законами України, обкладаються товари під час ввезення на митну територію	Дотримання вимог відповідно до закону щодо заходів нетарифного регулювання та інших обмежень

Рисунок 1.3 – Правила ввезення товарів на митну територію України



Рисунок 1.4 – Основні причини жорстких обмежень на ввезення товарів з-за кордону

Додатковою проблемою імпорту є захоплення внутрішнього ринку

іноземними виробниками. У боротьбі за ринок збуту та зменшення конкуренції вони часто застосовують різні стратегії, такі як демпінг, для витіснення вітчизняних виробників. Це негативно впливає на економічну безпеку країни [16].

Втім, варто визнати необхідність ввезення деяких іноземних товарів. Йдеться про виправданій імпорт – це товари, які не можуть вироблятися на власній території та без яких економіка країни не може функціонувати нормально. У випадку нашої країни, це дефіцитні енергоносії, певні види сировини, високотехнологічне обладнання, нові технології тощо. Для інших країн це можуть бути продукти харчування, лікарські препарати тощо. Очевидно, що експорт та імпорт тісно взаємопов'язані. Обмеження ввезення товарів з інших країн може призвести до реторсій – заходів у відповідь проти вітчизняного експорту [31].

За наявності в країні матеріальних і людських ресурсів, негативні наслідки імпорту можна подолати шляхом імпортозаміщення. Виробництво імпортозамінних товарів може бути виправданим завдяки відносно дешевій робочій силі та економії на транспортних витратах. Проте на початковому етапі розвитку нових підприємств потрібна державна підтримка. Ця стратегія досить розповсюджена серед країн, що розвиваються. Недоліком антиімпортного виробництва є обмеження зовнішньоекономічної діяльності країни та можливості використання переваг міжнародного поділу праці. Україна може використати цю стратегію. Наприклад, вигідним може бути нарощування виробництва сільськогосподарської техніки [29].

Для країн з більш сильною економікою підходить експортоорієнтована стратегія. Вона полягає в одночасному обмеженні ввезення іноземних товарів і збільшенні обсягів експорту. Ця стратегія, винайдена ще меркантилістами, передбачає продавати іноземцям більше, ніж купувати у них. У такому випадку імпорт є необхідною передумовою для збільшення експорту. Ці дві стратегії можна розглядати як послідовні етапи економічного розвитку країни. За умов слабого економічного розвитку доцільнішим є розвиток

імпортозаміщення. Коли економіка зміцніє, вона зможе виробляти конкурентоспроможні товари та експортувати їх в інші держави, що добре демонструє приклад Китаю, економіку якого можна вважати зразком економічного зростання [19]. Актуальним є питання оптимізації імпортової діяльності, що передбачає обсяги імпорту товарів, які б забезпечили не тільки високі макроекономічні показники, а й досягнення рівноваги у відносинах з іншими країнами.

1.2 Позитивні аспекти та ефект від здійснення імпортової діяльності

Імпортову діяльність слід розглядати як не лише негативне явище чи своєрідну плату за можливість користування зовнішніми ринками, але й як самостійне джерело фінансових надходжень у країну та інших макроекономічних ефектів. Позитивні аспекти імпортової діяльності наведені на рисунку 1.5.

ПОЗИТИВНІ АСПЕКТИ ВІД ЗДІЙСНЕННЯ ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ				
1. Поповнення дохідної частини Державного бюджету країни	2. Можливість отримання відсутніх у країні ресурсів і продуктів	3. Завезення товарів, дешевших за ті, що можуть вироблятися вітчизняними виробниками	4. Стимулювання експорту	5. Посилення конкуренції на вітчизняних ринках

Рисунок 1.5 – Основні позитивні аспекти імпортової діяльності

По-перше, одним з очевидних ефектів від здійснення імпортової діяльності є поповнення дохідної частини державного бюджету. Ввізне мито завжди виконувало фіскальну функцію та було важливим джерелом надходжень до державної скарбниці. З початку ХХ століття мито була додана ще й регульовальна функція, яка полягає в оптимізації імпорту – формуванні його оптимального обсягу та структури. Це, а також вимоги ЄС, спричинили лібералізацію імпортного режиму у світі та в Україні. Митні податки та збори можна розглядати як прямі фінансові ін'єкції в економіку, які,

використані повністю чи частково на інвестиції та соціальні трансферти, безпосередньо впливають на зростання ВВП. Ефекти від них є значно більшими, зважаючи на діючі в економіці мультиплікативні механізми [2].

По-друге, не менш важливою є можливість за допомогою здійснення імпортової діяльності отримувати відсутні у країні ресурси та продукти, особливо критичний імпорт – товари, без яких країна не може обійтися без істотних втрат в економічному розвитку та суспільному добробуті. Щодо ресурсів, їх можна розділити на сировину та машини, устаткування [16].

Імпорт товарів для України переважно стосується паливно-енергетичних ресурсів, що обумовлено недостатньою ефективністю споживання енергії у країні. Крім того, через відсталість у деяких ключових галузях науки, техніки та промислового розвитку, імпортуються продукти нафтопереробної та хімічної промисловості, металургії, машинобудування, а також товари легкої та харчової промисловості. Внесок імпортованих ресурсів у економічний розвиток країни визначається за допомогою виробничої функції, яка розглядає виробництво як процес перетворення ресурсів у продукти [15].

Народногосподарські виробничі функції дозволяють визначити частку ВВП, створену за участю імпортованих ресурсів. Дефіцит ресурсів може бути компенсований залученням інших ресурсів, які інакше не могли б бути використані або використані менш ефективно. При можливості заміни відсутнього ресурсу на імпорт можна визначити як різницю між затратами на видобуток наявного ресурсу та витратами на імпорт [29].

Серед імпортованих товарів слід відзначити машини та технічне обладнання, які не виробляються в країні. Вони сприяють не лише створенню власної продукції та залученню додаткових ресурсів, але й сприяють науково-технічному прогресу. Придбана техніка, як правило, має передові науково-технічні досягнення та вищу продуктивність. Технологічний імпорт може мати значний вплив на Україну, особливо в контексті потреби оновлення основних фондів [16].

Слід відзначити, що кілька країн успішно скористалися можливостями та ефектами імпортової діяльності для досягнення значних економічних результатів. Японія, Південна Корея та Тайвань є прикладами країн, чий економічний зріст був стимульований імпортом нових, ефективних машин та обладнання. Обов'язково згадати, що цей досвід може бути корисним і для України [16].

По-третє, щодо іншого виграшу країни від участі у міжнародному поділі праці. Цей принцип застосовується не лише для окремих домогосподарств, а й для країни в цілому. У цьому контексті імпортна діяльність може розглядатися як форма непрямого виробництва. Вона ефективна через менші затрати праці та інших ресурсів, що веде до підвищення загальної продуктивності виробництва [22].

По-четверте, Додатковим позитивним наслідком імпортової діяльності є її стимулюючий вплив на експорт. Існує відомий принцип взаємозв'язку між імпортом та експортом, оснований на потребі балансування міжнародних товарних операцій. Імпорт забезпечує доступ до сировини та комплектуючих, необхідних для виготовлення товарів для експорту. Цей надлишок ресурсів сприяє зростанню експорту та створенню сприятливих умов для митного ввезення. Отже, імпорт виступає як позитивний фактор для розвитку експорту.

По-п'яте, імпорт товарів стимулює та посилює конкуренцію на вітчизняних ринках. Конкуренцію можна трактувати як одне із важливих і незамінних суспільних благ. Воно перебуває під постійною загрозою з боку успішних та егоїстично налаштованих підприємців, які з корисливих мотивів прагнуть монополізувати внутрішній ринок. Поява на ньому іноземних виробників перешкоджає цьому, примножує змагальність, стимулює до нововведень [28]. Дієвість імпортової діяльності можна розглянути і через призму її впливу на окремі елементи економічної системи. За такого підходу виявляються чотири основні види ефектів від здійснення імпортової діяльності (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 – Види ефектів від здійснення імпоротної діяльності

1. Дохід, отриманий країною безпосередньо у грошовій формі, а також у вигляді економії ресурсів	2. Досягнуте завдяки імпорту зростання ВВП	3. Підвищення ефективності функціонування національної економіки	4. Розширення споживання за рахунок завезених у країну продуктів
У першому випадку йдеться про окремі надходження коштів до державної скарбниці від оподаткування митом та іншими податками імпортованих товарів. У другому – країна отримує вигоду у вигляді різниці між вартістю виготовленої, або ж такої, що може виготовлятися вітчизняними виробниками, продукції, і дешевшою імпортованою продукцією. Це дає змогу країні задовольнити свої потреби в певних товарах з меншими фінансовими затратами	Відбувається шляхом надходження в країну дефіцитних ресурсів, залучення з їх допомогою інших чинників виробництва, кращого використання вітчизняного ресурсного потенціалу та зростання обсягів і поліпшення структури експорту	Забезпечується завезенням у країну високотехнологічних машин та устаткування, а також за допомогою інтенсифікації конкуренції	Унаслідок цього на внутрішньому ринку не лише з'являються екзотичні товари, а й розширюється асортимент традиційних

1.3 Етапи аналізу імпоротної діяльності підприємства

Аналіз імпоротної діяльності є важливим етапом для розуміння та ефективного управління економічними та торговельними процесами в країні. Цей аналіз відіграє ключову роль для різних зацікавлених сторін, включаючи урядові органи, бізнес-середовище та наукову спільноту. По-перше, він допомагає визначити структуру та обсяг імпорту, що є критичним для забезпечення торговельного балансу країни. Це дозволяє оцінити економічну стійкість та конкурентоспроможність країни в глобальному контексті. Другий аспект аналізу – вивчення впливу імпорту на внутрішнє виробництво та ринки споживчих товарів. Це допомагає визначити, які галузі потребують підтримки, або які можуть бути оптимізовані для підвищення конкурентоспроможності. Аналіз імпоротної діяльності також важливий для бізнес-середовища, оскільки надає цінну інформацію про глобальні ринкові тенденції, попит на різні товари та можливості для розробки нових бізнес-

стратегій [17].

Аналіз імпортової діяльності України є ключовим для розуміння економічного становища країни в глобальному контексті. Вивчення обсягів та структури імпорту дозволяє економічним аналітикам і урядовим органам оцінити споживчу активність внутрішнього ринку та конкурентоспроможність вітчизняних товарів. Крім того, дослідження джерел імпорту та його динаміки важливе для прогнозування і планування торговельної політики, а також для розробки стратегій стимулювання внутрішнього виробництва і підтримки національних виробників [17].

Розуміння динаміки імпорту важливе для визначення можливих ризиків і вразливостей економіки України, а також для управління економічною стабільністю і забезпечення раціонального використання ресурсів країни. Загалом, аналіз імпортової діяльності є ключовим інструментом для прийняття обґрунтованих рішень на різних рівнях - від урядового регулювання до стратегій бізнесу і наукових досліджень. Він дозволяє визначити ринки, приймати правильні стратегічні рішення та оптимізувати торговельні операції [13].

Для аналізу імпортової діяльності на макроекономічному рівні ми пропонуємо виділити такі етапи (таблиця 1.2).

Збір та систематизація даних для аналізу імпортової діяльності передбачають отримання статистичної інформації з офіційних джерел про обсяги імпорту. Ця інформація має включати дані про кількість і вартість товарів, що ввозяться з різних країн-постачальників, розподілених за категоріями товарів. Дані аналізуються за певний період у порівнянні з попередніми роками. Систематизація цих даних включає їх структурування та класифікацію для подальшого аналізу тенденцій у змінах обсягів імпорту, виявлення закономірностей або типових поведінкових тенденцій в імпортних операціях [10].

Вивчення структури імпортованих товарів забезпечує детальний аналіз категорій товарів на основі статистичних даних про структуру імпорту. Це

включає аналіз розподілу імпортованих товарів за групами з визначенням основних імпортних товарів, які складають значну частину імпорту країни.

Таблиця 1.2 – Етапи аналізування імпортової діяльності

Назва етапу	Зміст етапу
Збір та систематизація даних	- збір статистичних даних з офіційних джерел про обсяги імпорту за країнами-постачальниками, категоріями товарів протягом певного проміжку часу; - систематизація даних за різні роки для аналізування тенденцій у змінах обсягів імпорту
Вивчення структури товарів, що імпортуються	- аналізування структури імпортованих товарів за групами товарів згідно статистичних даних щодо структури імпорту з метою визначення товарів які є основними імпортними продуктами; - вивчення динаміки змін у структурі імпорту та її впливу на національну економіку
Визначення перспективних секторів	- аналізування ринків, які показують стійкий ріст в імпорті та можливості розвитку внутрішнього виробництва в цих секторах; - вивчення конкурентних переваг національних товарів у порівнянні з імпортованими аналогами
Оцінювання впливу на макроекономічні показники	- вивчення впливу імпорту на баланс торгівлі та загальний стан зовнішньої торгівлі України; - аналізування впливу імпорту на валютний курс та інші економічні показники
Аналізування митних тарифів та бар'єрів	- дослідження митних ставок на імпортні товари та їх впливу на обсяг імпорту; - вивчення існуючих торгових бар'єрів та їх впливу на міжнародну торгівлю
Створення прогнозів та рекомендацій	- розробка прогнозів щодо змін в імпорті відповідно до світових економічних та політичних подій;- надання рекомендацій уряду та підприємствам щодо оптимізації імпортних операцій та розвитку внутрішнього виробництва
Аналізування міжнародних угод	- вивчення угоди про вільну торгівлю та інші міжнародні договори, які впливають на імпортні операції;- аналізування можливостей зменшення та оптимізації митних витрат через участь у таких угодах
Моніторинг та оцінювання	- постійний моніторинг імпортних показників, оскільки в ринкових умовах вони швидко змінюються; - оцінювання результатів реалізованих стратегій та коригування застосовуваних підходів для досягнення бажаних економічних

Дослідження динаміки змін у структурі імпорту дозволяє виявити тенденції та зміни у виборі товарів для імпорту. Аналіз впливу цих змін на національну економіку допомагає формувати стратегії розвитку внутрішнього виробництва, експорту та імпорту, а також управляти торговельною політикою країни. Врахування цих факторів сприяє

ефективному плануванню економічних стратегій та прийняттю управлінських рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності [3].

Визначення перспективних секторів в імпортній діяльності здійснюється через аналіз ринків, які демонструють постійне зростання імпорту. Це дозволяє виявити сектори з великим потенціалом для розвитку внутрішнього виробництва. Аналіз даних допомагає зрозуміти, які товари та послуги користуються стійким попитом на внутрішньому ринку, і розробити стратегії для їх виробництва національними компаніями. Порівнюючи якість, ціни та інші характеристики вітчизняних товарів з імпортованими аналогами, можна виявити конкурентні переваги українських продуктів. Це може включати розробку високоякісних продуктів, вдосконалення технологічних процесів або створення інноваційних рішень, які забезпечать перевагу над імпортними товарами. Такий аналіз слугуватиме основою для розробки стратегії розвитку та підвищення конкурентоспроможності внутрішнього виробництва [17].

Оцінка впливу імпорту на макроекономічні показники включає аналіз його впливу на економічний стан країни. Це охоплює вивчення впливу імпорту на торговий баланс та загальний стан зовнішньої торгівлі України. Аналізуючи структуру імпорту та його динаміку, можна зрозуміти, як імпорт впливає на торговий баланс країни, а також які товари та послуги відіграють ключову роль у зовнішній торгівлі. Розуміння впливу змін обсягів імпорту на валютний курс може допомогти в управлінні валютним ринком та формуванні ефективної валютної політики. Порівняння цих змін з іншими макроекономічними показниками, такими як інфляція та економічне зростання, дозволяє визначити загальний вплив імпорту на економіку країни та розробити стратегії підтримки стабільності та зростання [17].

Аналіз митних тарифів і бар'єрів спрямований на вивчення впливу митних тарифів на обсяг імпорту та пояснення, як вони можуть вплинути на ефективність і конкурентоспроможність імпортних операцій. Крім того, вивчення існуючих торгових бар'єрів дозволяє зрозуміти, які обмеження

існують на ринку для імпортованих товарів, і як ці бар'єри можуть вплинути на обсяг та структуру зовнішньої торгівлі. При плануванні імпортованих операцій та розвитку торгівлі з іншими країнами необхідно враховувати ці фактори та розуміти можливі ризики, які можуть виникнути внаслідок їхньої дії [5].

Створення прогнозів та рекомендацій в імпортованій діяльності передбачає розробку прогнозів щодо можливих змін в імпорті, які можуть виникнути внаслідок світових економічних та політичних подій. Це включає аналіз глобальних економічних тенденцій, торговельних угод, політичних рішень та конфліктів, які можуть вплинути на обсяги та структуру імпорту. Рекомендації уряду включають визначення оптимальних логістичних маршрутів, вибір вигідних контрактних умов з постачальниками, а також розробку стратегій зменшення ризиків, пов'язаних зі змінами валютних курсів чи торговельного законодавства. Крім того, рекомендації повинні охоплювати заходи з розвитку внутрішнього виробництва для зменшення залежності від імпорту, стимулювання виробництва аналогів імпортованих товарів, підтримку інновацій та досліджень, а також розвиток партнерства із зарубіжними компаніями для спільних проектів у сфері виробництва. Усі ці заходи спрямовані на забезпечення стабільності та конкурентоспроможності економіки країни в умовах глобальних змін у торговельних відносинах [25].

На етапі аналізу міжнародних угод досліджується умови таких угод та визначаються можливості для підприємств зменшити митні витрати та оптимізувати торговельні операції через участь у таких угодах. Розуміння та врахування умов міжнародних торговельних угод є важливим для планування та розвитку імпортованої діяльності, а також для максимізації ефективності митних процедур та витрат [11].

Моніторинг та оцінка передбачає систематичний аналіз та оцінювання всіх аспектів імпортованого процесу, щоб вчасно реагувати на зміни в економічному середовищі та підтримувати оптимальну ефективність імпортованих операцій [11].

Застосування визначених етапів дозволить ефективно здійснити

комплексний аналіз імпортової діяльності України та розробити стратегії її подальшого розвитку. Аналіз імпортової діяльності необхідний для розуміння торговельних потреб та можливостей країни на світовому рівні, що є ключовим для розвитку економіки та забезпечення стійкого економічного зростання [26].

Підбиваючи підсумки до першого теоретичного розділу, відмітимо, що імпортна діяльність, як одна з форм зовнішньоекономічної діяльності, відіграє істотну роль у розвитку економіки країни та визначає її входження в міжнародну економічну інтеграцію. У результаті дослідження було виділено основні позитивні аспекти імпортової діяльності. Серед них найсуттєвішими є: Забезпечується завезенням у країну високотехнологічних машин та устаткування, а також за допомогою інтенсифікації конкуренції 4. Розширення споживання за рахунок завезених у країну продуктів. Унаслідок цього на внутрішньому ринку не лише з'являються екзотичні товари, а й розширюється асортимент традиційних.

Стан зовнішньоекономічних відносин є ключовим фактором розвитку економіки країни, оскільки зовнішньоекономічний сектор виступає основним джерелом доходів для більшості держав і вказує на основні проблеми, що впливають на економічний розвиток. Аналіз стану імпортової діяльності є важливим інструментом управління міжнародними економічними відносинами країни та дозволяє приймати важливі рішення. На основі проведених досліджень ми визначили вісім етапів для аналізу імпортової діяльності на національному рівні: збір та систематизація даних, вивчення структури імпортованих товарів, визначення перспективних секторів, оцінка впливу на макроекономічні показники, аналіз митних тарифів та бар'єрів, створення прогнозів та рекомендацій, аналіз тарифів та угод, моніторинг та оцінка. На нашу думку, розробка та впровадження ефективних методичних рекомендацій з аналізу імпортової діяльності є кроком до підвищення ефективності зовнішньоекономічного управління та стимулювання економічного зростання країни в умовах глобалізації.

2 АНАЛІЗ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ТА ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІДЕНСЬКА КАВА»

2.1 Аналіз ринку функціонування підприємства

Постачання кави на світовий ринок здійснюють близько 80 країн імпортерів. Від батьківщини кави багато в чому залежать зовнішній вигляд зерен, а головне, смак. І навіть якщо взяти одну країну постачальника кави, то зовнішній вигляд і смак відрізняються, залежно від району вирощування і його висоти над рівнем моря. Найбільші постачальники кави – це країни Африки, Азії, Латинської Америки (рисунок 2.1).

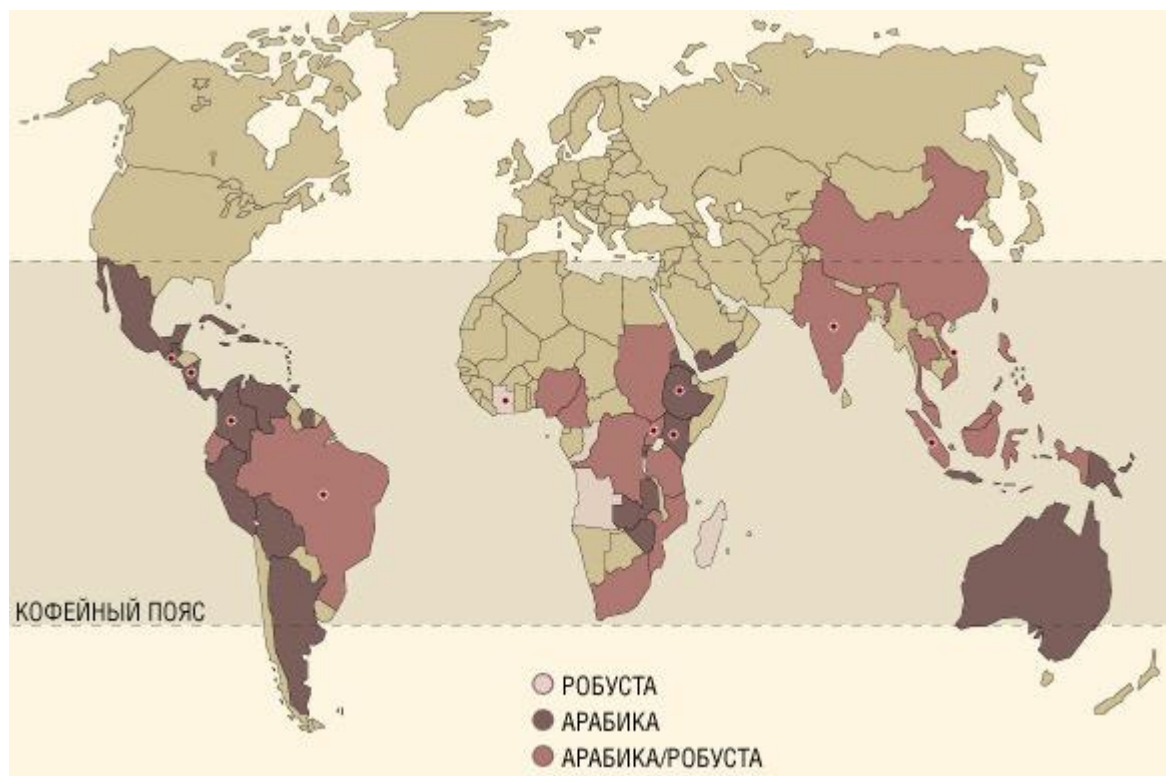


Рисунок 2.1 – Кавовий пояс

Батьківщиною кави вважається Ефіопія, де росте переважно Арабіка вищих сортів, що має солодкуватий смак. В Ефіопії врожай збирають навіть з диких кавових дерев. Арабіка з Кенії має в своєму смаку виразну кислинку. В

Уганді і Кот-д-Івуарі вирощують в основному Робусту. Одним з найбільших світових постачальників кави є Бразилія. У цій країні виробляють високоякісну Арабіку, відрізняється насиченим і м'яким смаком. Колумбійській кава росте на високогірних плантаціях, тому його смак і аромат дуже чітко виражені. Смак Арабіки з Коста-Ріки – ніжний і збалансований. В Індонезії і південних районах Індії вирощують переважно Робусту, що відрізняється своєю міцністю.

Огляд (моніторинг) ринку кави за період 2015–2023 рр. проводиться щомісяця для визначення основних тенденцій, динаміки та ємності ринку. Маркетингове дослідження ринку кави дозволяє виявити канали (дистриб'юторська мережа) просування товару на ринку, стан конкурентного середовища, домінуючих фінансово-економічних показників і основних споживчих переваг на користь існуючих торгових марок (брендів), а також відобразити асортимент товару, представленого в даному сегменті ринку.

Тенденції розвитку ринку натуральної кави.

У 1 кварталі 2024 р. по відношенню до 4 кварталу 2023 р. імпорт натуральної кави на територію України скоротився на 24%. У той же час у порівнянні з 1 кварталом 2023 р. спостерігається приріст імпорту даного виду продукції, темп якого склав 9%. Експорт натуральної кави в 1 кварталі 2024 р. по відношенню до 4 кварталу 2023 р. скоротився на 8%. У той же час у порівнянні з аналогічним періодом 2023 р. спостерігається істотний приріст експорту даного виду продукції, темп якого досяг 61%. Обсяг виробництва натуральної кави в 1 кварталі 2024 р. по відношенню до 4 кварталу 2023 р. скоротився на 32%. Темп скорочення цього показника в порівнянні з 1 кварталом 2023 р. склав 8%.

Продовжуючи аналізувати ринок кави, розглянемо матеріал підготовлений з використанням даних держкомстату, ІАА «Союз-Інформ» та ділової преси України [7].

Каву вирощують для продажу майже в 60 країнах. У п'яти країнах – Бразилії, Колумбії, В'єтнамі, Індонезії та Індії – виробляють близько 70%

усього світового обсягу кави. Почесне місце історичної прабатьківщини кави займає Ефіопія. Існує два основних сорти кави – арабіка і робуста. У світовому виробництві частка арабіки становить близько 75%.

Категорія кави є однією з найбільш стабільних на ринку товарів повсякденного попиту. Лояльність до бренда тут дуже висока, і споживачі відмовляться від звичної марки і перейдуть на більш дешеву тільки в крайньому випадку. Як показали дослідження, в період кризи частка споживачів, які перейшли на іншу марку, була незначною.

Ринок кави характеризується слабкою сезонністю: спостерігається щорічне тимчасове зниження продажів в літні місяці – на 2–4% у натуральному вираженні – з відновленням у вересні. Як і для всіх ринків гарячих напоїв, найвищий сезон для ринку кави припадає на зимовий період.

Найбільшим експортером кави є Бразилія. У 2023 р. ця країна підтвердила свій лідерський статус, забезпечивши поставками 32% світового ринку. Так за даними національної Ради експортерів кави, бразильцям належить 46% світового ринку цінного сорту кави арабіка. Близько 18% поставок ароматних зерен на світовий ринок в минулому році забезпечив В'єтнам, на третьому місці Колумбія, на яку припало 8% світового кавового експорту. У цьому році Бразилія розраховує продати на зовнішніх ринках близько 30 млн. мішків кави, забезпечивши виручку в розмірі 4,6-4,8 дол. США. Тим часом, дефіцит кави на світових ринках протягом наступного року продовжить рости на тлі скорочення виробництва, викликаного низькою врожайністю в ключових країнах-експортерах через несприятливі погодні умови протягом останніх місяців. Згідно з прогнозом оприлюдненим Міжнародною організацією кави (International Coffee Organization) в ході 15-ої конференції Asia International Coffee Conference, обсяг поставок кави на світові ринки протягом підзвітних 12 місяців (1 жовтня 2022 р. – 30 вересня 2023 р.) складе від 123 до 125 млн. мішків (1 мішок – 60 кг). У той же час рівень світового споживання за цей період оцінюється в 132 млн. мішків. Головною причиною падіння поставок кави виконавчий директор МОК

назвав мінливі погодні умови. Так проливні дощі в трьох з чотирьох країн-експортерів – Бразилії, В'єтнамі та Колумбії – призвели до неврожаю.

В Україні 85% споживаної кави – розчинна, 15% – натуральна. Фахівці, до речі, іноді уникають слова «натуральна» (адже виходить, що розчинна – ненатуральна) і оперують терміном *speciality* – «елітна кава». У свою чергу вона поділяється на мелену (80% усього споживання) і кава в зернах (20%). Вважається, що кавові переваги свідчать про рівень розвитку країни. Так, в африканських країнах, де вирощують продукт, рівень споживання кави *instant* (розчинної) доходить до 99%. Втім, розчинну каву винайшли не тільки для здешевлення продукту, а й для зручності.

Як і в усьому світі, в Україні існують два основних сегменти споживання кави. Перший, близько 70% ринку – ритейл, тобто продажі напою в магазинах для подальшого домашнього вжитку. Тут лівова частка продукту припадає на розчинну каву, на 80% представлену найбільшими транснаціональними корпораціями.

Другий головний сегмент ринку кави, 25–30%, фахівці називають *HoReCa* (*hotel, restaurant, cafe*). Тобто це кава, який клієнт споживає не на власній кухні, а в публічних місцях. Тут лівову частку становить кави *speciality*. Ще є так зване «офісне споживання», 2–3% ринку, а також спеціальні кавові автомати, продаж в яких – менше одного відсотка.

Що стосується споживання кави по регіонах України, то на заході країни, що тяжіє до європейської культури, каву п'ють більше, ніж на сході, що зазнає сильний вплив чайної традиції, є цілком слушною.

У період з 2019 р. по 2023 р. обсяг виробництва натуральної кави в Україні зріс практично вдвічі. Так якщо в 2019 р. було вироблено 1037 т цього виду продукції, то в 2023 р. обсяг виробництва досяг 1834 т (рисунок 2.2) [7].

Найбільшим виробником натуральної кави в Україні за підсумками I півріччя 2023 р. є СП ТОВ «Галка лтд», на частку якого припало 52% загального обсягу виробленої натуральної кави на території нашої країни.

Другим за величиною виробництва цього виду продукції є ТОВ «Віденська кава», 41% (рисунок 2.2). Таким чином, м. Львів можна назвати центром виробництва натуральної кави в Україні.

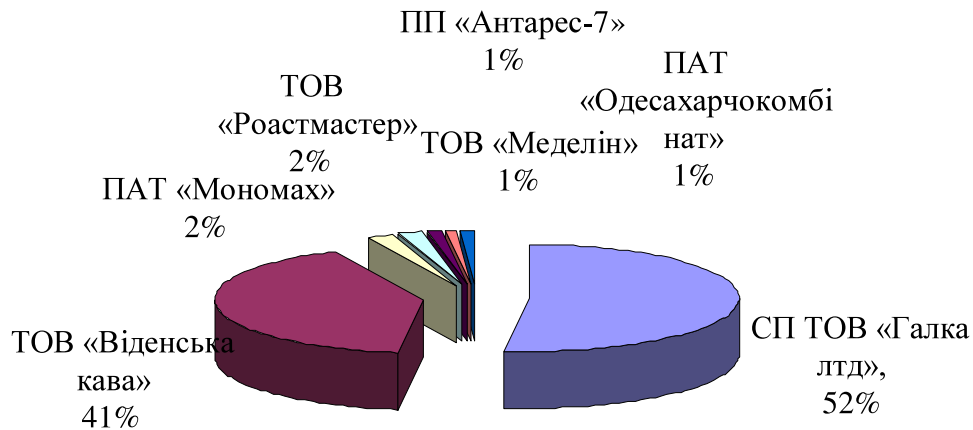


Рисунок 2.2 – Структура виробництва натуральної кави в Україні в розрізі основних виробників у 2023 р.

Імпорт натуральної кави на територію України у 2019 р. склав 15,7 тис. т. У 2020–2021 рр. цей показник скоротився по відношенню до 2019 р. на 5%. У 2022 р. порівняно з 2021 р. спостерігається істотний приріст імпорту натуральної кави, темп якого склав 20%. Що ж стосується 2023 р., тут ми знову спостерігаємо незначне зниження цього показника по відношенню до попереднього року.

Основна частка імпорту натуральної кави на територію України належить Німеччині. За I півріччя 2023 р. імпорт продукту з цієї країни склав 17% загального обсягу ввезеної натуральної кави. Значну питому вагу в обсязі імпорту належить також Румунії, Польщі та Італії. Частка імпорту продукції з Фінляндії, Болгарії та Португалії склала від 5% до 10%. На решту країн-імпортерів припадає менш ніж 5% обсягу імпорту натуральної кави на територію України. Серед них необхідно виділити Швейцарію, Індію, Австрію, Бразилію та Португалію (рисунок 2.3).

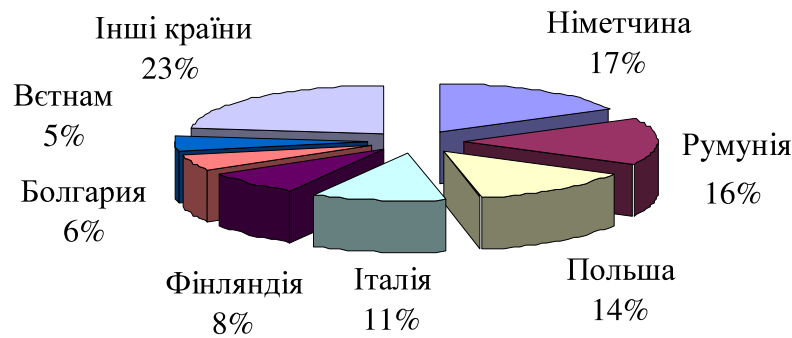


Рисунок 2.3 – Структура імпорту натуральної кави до України у 2023 р.

У 2019 р. Україна експортувала незначний, порівняно з наступними роками обсяг натуральної кави в інші країни (всього 59 тн). У 2020 р. цей показник збільшився практично в 3 рази. Протягом 2021–2022 рр. спостерігається приріст експорту продукту в межах 30–40%. У 2023 р. по відношенню до попереднього року Україна скоротила обсяг експорту натуральної кави на 12%.

Так, Україна експортує натуральну каву у декілька країн. Основним імпортером української кави є Казахстан. Від 5% до 15% у загальному обсязі експорту натуральної кави з Україною перепадає на Молдову і Грузію. Сукупна частка інших країн не перевищує 5% (рисунок 2.4).

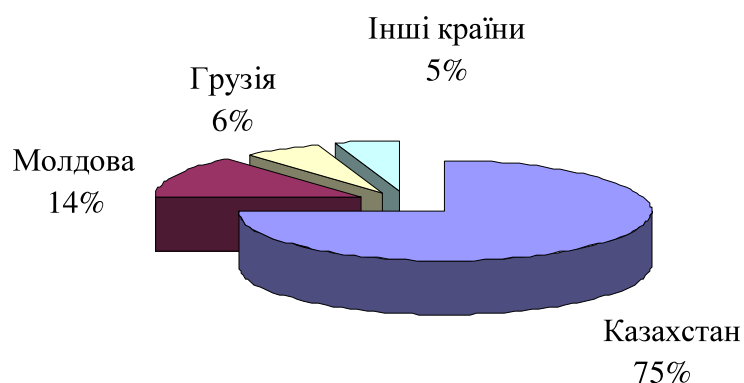


Рисунок 2.4 – Структура експорту натуральної кави за межі України у 2023 р.

За I півріччя 2023 р. обсяг виробництва натуральної кави на території України склав 1159 т, що на 37% перевищує значення цього показника за аналогічний період 2022 р. За іншими показниками, які характеризують ринок натуральної кави Україні, також спостерігається помітне зростання в порівнянні з I півріччям 2022 р. Так темп приросту імпорту склав 10%, а експорту – досяг 21% (рисунок 2.5).

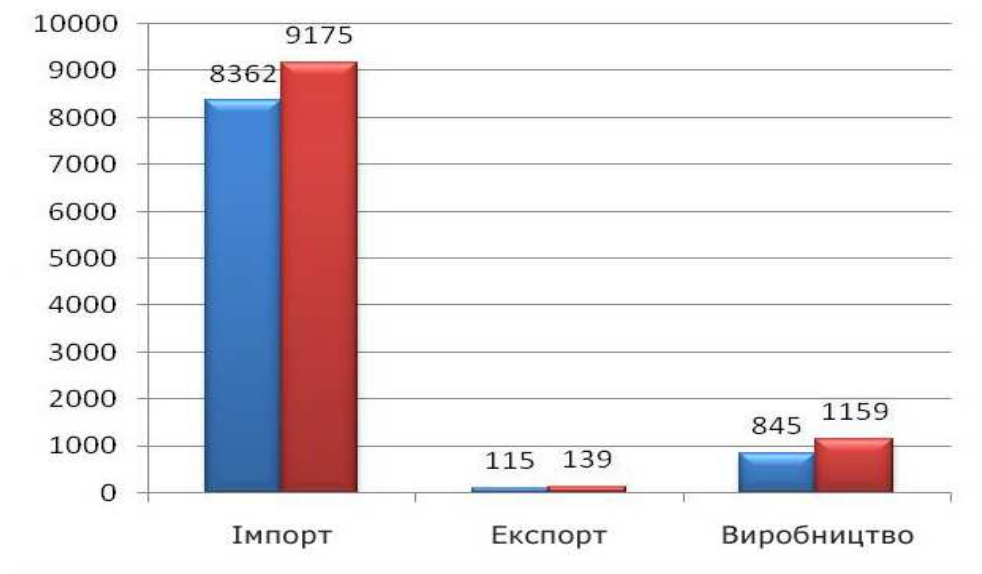


Рисунок 2.5 – Динаміка імпорту, експорту й виробництва натуральної кави в I півріччі 2023 р. відносно I півріччя 2022 р., т.

Дослідивши особливості ринку кави, зупинимося на споживанні. У більшості країн світу споживання кави вже практично стабілізувалося, а в деяких навіть пішло на спад. В Україні ж воно росте і досить стрімко – на 12–15% щорічно або до 6 тис. т загальною сумою 150–250 млн. дол. США. Близько третини обсягів кави у нас реалізується через кав'ярні та бари.

Згідно офіційної статистики, в 2019 р. обсяг споживання натуральної кави на території України склав 16,7 тис. т. У 2020 р. цей показник дещо знизився, після чого до 2023 р. включно має місце щорічний приріст обсягу споживання продукту. У 2023 р. цей показник склав 20,2 тис. т.

Географія смаків є такою: схід і південь країни все ще віддають

перевагу розчинному варіанту (тенденція, характерна для територій, де сильні чайні традиції), а захід і центр поступово відмовляються від нього на користь натурального.

Основними операторами ринку кави в Україні лишаються такі компанії: по-перше, ТОВ «Nestle-Україна» (ТМ Nestle). Корпорація «Nestle» є однією з найбільших у сфері виробництва продуктів харчування і володіє понад 500 фабриками та підприємствами в 86 країнах. В Україні «Nestle» реалізує продукцію під торговими марками «Nescafe», «Nesquik», «Coffee-mate»; по-друге, Дослідивши особливості ринку кави, зупинимося на споживанні. У більшості країн світу споживання кави вже практично стабілізувалося, а в деяких навіть пішло на спад. В Україні **ПрАТ «Крафт Фудз Україна»** – підприємство, що входить до групи компаній «Крафт Фудз Інк». Група є однією з найбільших в світі з виготовлення продуктів харчування і напоїв. На українському ринку Дослідивши особливості ринку кави, зупинимося на споживанні. У більшості країн світу споживання кави вже практично стабілізувалося, а в деяких навіть пішло на спад. В Україні ПрАТ «Крафт Фудз Україна» має чотири заводи різних напрямів, продукція компанії представлена такими торговими марками як «Jacobs», «Maxwell House», «Carte Noire»; по-третє, СП «Галка»: британсько-українське спільне підприємство, на якому здійснюється повний цикл виробництва розчинної кави; за рік на підприємстві було виготовлено і поставлено на ринок більше 2300 тонн продукції. Тобто, близько 500 тонн натуральної меленої кави, 1800 тонн – розчинної кави та кавових напоїв; в четвертих, Tchibo GmbH: підприємство входить до складу Tchibo Holding AG і займає п'яте місце серед найбільших компаній-виробників кави. З появою Tchibo в кавовому бізнесі почалося формування сегменту дорогих сортів кави. На українському ринку компанія Tchibo працює з 1996 р. і представлена підприємством «Tchibo-Ukraine»;

Крім того, смажену, зернову та мелену каву в Україні виробляють близько 10 підприємств, такі як: «Панорама», ТОВ «Юнікаф», СП «ТОВ

«Віденська кава», ТОВ «Р.Е.Й.В.», «Країна кави», «Roastmaster» та інші.

За прогнозами до кінця 2024 р. очікується продовження процесу переміщення попиту в бік більш дешевих сортів кави, що викликано скороченням реальних доходів населення України.

За прогнозами провідних світових аналітиків ціни на кавові зерна зростуть у середньому на 10–12%. Причому стабілізації світового ринку кави в доступному для огляду майбутньому чекати не доводиться – всьому виною глобальне потепління. Дослідження, що проводяться Міжнародною асоціацією кави (ICO), дозволяють зробити висновок про зміну клімату в країнах, що є основними експортерами кавових зерен. За останню чверть століття середня температура в цих країнах піднялася на півградуса Цельсія, що в п'ять разів перевищує аналогічний показник за попередні 25 років. Більш прохолодні гірські ділянки, придатні для вирощування кави, стрімко ростуть в ціні, що в підсумку позначиться на вартості кінцевого продукту.

Ще одним приводом для занепокоєння кавоманів може стати зниження рівня виробництва кави в Латинській Америці в перші три місяці нинішнього року. Основна причина – неврожай у Колумбії та Бразилії, посуха в Мексиці. Азіатські експортери також не можуть похвалитися визначними показниками: статистика невблаганно свідчить про зниження виробництва кави в цьому регіоні. Незважаючи на легкий спад біржових котирувань на основні сорти кави, зараз дуже велика ймовірність того, що арабіка (найбільш популярний сорт високоякісної кави) стане фаворитом сировинного ринку в 2024 р.

2.2 Аналіз законодавчої бази здійснення імпорتنих операцій

Процес змін, що спостерігається в даний час в Україні, проникнув в усі сфери економічного життя. У цих умовах експортно-імпортні операції стають однією з основ товарного обігу в Україні і джерелом валютних надходжень організацій – резидентів. У зв'язку з великою увагою, що

приділяється сьогодні зовнішньоторговельним операціям з боку суб'єктів економічної діяльності, виникає потреба в аналізі особливостей процесу міжнародної торгівлі і факторів, що впливають на її кінцевий результат для кожної зі сторін, та правовому регулюванні експортно-імпортних операцій.

Основою регулювання діяльності підприємств України на зовнішніх ринках є Закон «Про зовнішньоекономічну діяльність» [8], який дає визначення основним термінам, застосовуваним у практиці зовнішньоекономічної діяльності; закріплює основні принципи і правила здійснення зовнішньоекономічної діяльності; визначає коло суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, їх права та обов'язки; дає перелік можливих видів зовнішньоекономічної діяльності; законодавчо закріплює регулювання зовнішньоекономічної діяльності; регулює економічні відносини України з іншими державами та міжнародними міжурядовими організаціями; захищає права та інтереси держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; зумовлює відповідальність України як держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності при порушенні ними Законів України чи обов'язків, пов'язаних з виконанням контракту, а також визначає застосовувані до них санкції [20].

Правове регулювання експортно-імпортних операцій суб'єктів господарювання здійснюється державою шляхом використання певних заходів, які залежно від характеру та різновиду застосованих прийомів, відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», можуть бути поділені на:

- тарифні (засновані на використанні митного тарифу);
- нетарифні (регулювання адміністративного характеру, які не пов'язані з використанням митного тарифу (квоти, ліцензії, субсидії, антидемпінгові заходи, торгові договори тощо)).

Застосування тарифних заходів ґрунтується на нормативних положеннях вже згаданих нормативно-правових актів, що регулюють порядок здійснення зовнішньоекономічної діяльності, а також Закону

України від 01.01.2022 р. «Про Митний тариф України» [21] та Гармонізованої системи опису та кодування товарів, введеної Брюссельською конвенцією в 1983 р., яка являє собою номенклатуру, котра включає товарні позиції і субпозиції та цифрові коди, що до них належать, згруповані за певними ознаками за групами та розділами.

Щодо заходів нетарифного регулювання в наш час існує не менше п'ятдесяти форм та методів нетарифних обмежень.

Регулювання експортно-імпортних операцій спеціальними нормативно-правовими актами пов'язані із впливом цих операцій на економіку держави і повинно бути спрямоване на забезпечення активного зовнішньоекономічного балансу України. Для обмеження або заохочення експорту або імпорту окремих груп товарів, захисту вітчизняних товаровиробників в Україні запроваджено режим ліцензування, передбачений ст.16 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», а також механізми захисту національного товаровиробника від субсидованого та демпінгового імпорту. Так, Верховною Радою України 22.12.98 р. були прийняті закони «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту», «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну».

Ліцензування і квотування експорту та імпорту запроваджуються Україною самостійно в особі її державних органів у випадках, передбачених ч. 5 та ч. 6 ст. 16 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», у тому числі в разі значного порушення рівноваги за певними товарами на внутрішньому ринку України, особливо за сільськогосподарською продукцією, продуктами рибальства, продукцією харчової промисловості та промисловими товарами народного споживання першої потреби.

По кожному виду товару встановлюється лише один вид ліцензії. Ліцензії видаються центральним органом виконавчої влади з питань економічної політики на підставі заявок суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності [20].

Важливим елементом експортно-імпортних операцій є самостійне встановлення суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності ціни на товар. Однак у закріплених законодавством випадках регулювання ціноутворення при експортно-імпортних операціях в Україні здійснюється шляхом встановлення нормативно-правовими актами індикативних, фіксованих або граничних рівнів цін за зовнішньоторговельними угодами.

В умовах сучасної економіки ринок сам по собі не може забезпечити повної економічної стабільності, активну роль в її стабілізації зобов'язана відігравати держава. Це має відбуватись шляхом формування відповідної державної економічної політики з ефективним використанням економічних, правових та адміністративних важелів. Оскільки базовими елементами механізму координації системи господарства є ринок і держава, важливого значення набуває проблема їхнього раціонального співвідношення, яке не є сталим і залежить від багатьох умов: рівня економічного розвитку, специфіки виробництва, менталітету нації.

Отже, головні складові елементи системи зовнішньоекономічної експортно-імпортової стратегії України – це стабільна законодавча база, удосконалений митно-тарифного механізм, створення потужного експортного сектора, національна конвертована валюта, залучення іноземних інвестицій на основі створення спільного підприємництва, лібералізацію імпорту, проведення зарубіжної підприємницької діяльності, розбудову розгалуженої системи зовнішньоекономічного менеджменту, гнучку податкову, цінову, депозитну, кредитну, фінансову і валютну політику; поступову інтеграцію економіки в європейські і світові господарські об'єднання та організації; кадрове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

Чинним законодавством України чітко регламентовані питання укладання, оформлення, реєстрації зовнішньоекономічних договорів, крім Закону про ЗЕД під час укладання таких договорів слід керуватися цілим рядом нормативних документів. Це:

- Цивільний кодекс України від 16.01.2003р. №435-IV;
- Господарський кодекс України від 16.01.2003р. №436-IV;
- Декрет КМУ від 19.02.1993р. №15-93 «Про систему валютного регулювання і валютного контролю»;
- Закон України від 23.09.1994р. №185/ 94-ВР «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»;
- Закон України від 15.09.1995р. №327/95-ВР «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах»;
- Закон України від 23.12.1998р. №351-XIV «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності».

Для відображення руху товарів при здійсненні експортно-імпортних операцій використовуються такі документи:

- 1) технічна документація – технічні паспорти машин і обладнання, формуляри і опис виробів, інструкції з монтажу, налагоджування, управління і ремонту;
- 2) товарно-супровідна документація – сертифікат про якість товару;
- 3) транспортна, експедиторська і страхова документація – залізнична накладна та її копія, страховий поліс або сертифікат;
- 4) складська документація – документ іноземного комерційного складу, що містить розписку про прийняття товару на зберігання і заставне свідоцтво;
- 5) митна документація – вантажна митна декларація, сертифікат про походження товару, довідки про сплату мита, акцизів і зборів, податку на додану вартість;
- 6) документи по нестачах і псуванню товару – комерційний акт про нестачі, аварійний сертифікат;
- 7) розрахункова документація – рахунок-фактура, розрахункова специфікація, перевідний вексель (тратта);
- 8) банківська документація – заява про переказ валюти, інкасові

доручення, доручення про відкриття акредитиву, чек, доручення на розподіл експортної виручки; виписки операцій по розрахунковому і валютному рахунках;

9) контракт і копія контракту (мовою оригіналу та в перекладі), нотаріально засвідчена;

10) ліцензія на експорт (якщо товар підлягає ліцензуванню);

11) претензійно-арбітражна документація – претензійний лист, позовна заява, постанова суду про задоволення або відхилення позову.

Порядок відносин між замовником та виконавцем регулюється укладеним договором (контрактом).

Проаналізувавши законодавчу базу здійснення імпорتنих операцій, розглянемо вплив зовнішніх факторів на діяльності об'єкта досліджування – ТОВ «Віденська кава».

2.3 Аналіз факторів, що впливають на діяльність ТОВ «Віденська кава»

PEST-аналіз – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (Political), економічних (Economic), соціальних (Social) і технологічних (Technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на бізнес компанії. PEST-аналіз – корисний інструмент розуміння ринку, позиції компанії, потенціалу і напрям бізнесу. PEST-аналіз допомагає керівнику компанії або аналітику побачити картину зовнішнього оточення компанії, виділити найбільш важливі впливають фактори.

Політичний аспект – це, насамперед, питання про регулювання діяльності приватної комерційної організації з боку держави. Аналіз економічного аспекту дозволяє зрозуміти, як формуються і розподіляються основні економічні ресурси на рівні держави. Соціальний аспект більшою мірою пов'язаний з формуванням споживчих переваг населення, цим визначається можливий попит на продукт компанії у стратегічній перспективі. Значення технологічного аспекту також дуже важливо, так як

перед будь-якою організацією стоїть загроза втрати свого продукту через витіснення його технологічно досконалим.

PEST/STEP-аналіз цілком можна розглядати як варіант системного аналізу, так як фактори, які відносяться до перерахованих чотирьом аспектам, зазвичай тісно взаємопов'язані і характеризують різні ієрархічні рівні суспільства як системи. Для простоти і зручності аналізу всі фактори прийнято спільно розглядати у вигляді таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – PEST-аналіз діяльності ТОВ «Віденська кава»

Політика	Оцінка
Зміни законодавства	+
Посилення державного галузевого регулювання	–
Політична стабільність	–
Зміна політичного курсу країни	–
Введення державою законів та статутів що ускладнюють діяльність малого та середнього бізнесу	+
Недосконалість законодавчої бази	+
Економіка	Оцінка
Зміна курсів валют	–
Збільшення податків	–
Ріст темпів інфляції	–
Підвищення рівня попиту	+
Розвиток ринкової інфраструктури	+
Соціум	Оцінка
Скорочення чисельності населення в Україні	–
Лояльність покупців	+
Нові пропозиції на ринку	–
Технологія	Оцінка
Контроль якості	+
Нові товари	+

Мале підприємство сьогодні належить до найважливіших напрямів економічного розвитку. Проте разом з багатим полем можливостей, малий бізнес має і величезну кількість труднощів і «пасток», які, як правило, зустрічаються на самих ранніх стадіях його розвитку.

SWOT-аналіз, представлений у таблиці 2.2, дозволяє по-новому поглянути на поточну ситуацію підприємства і перспективи, що відкриваються перед ним.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз діяльності ТОВ «Віденська кава»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Значний внутрішній потенціал розвитку. 2. Кадровий потенціал. 3. Товар конкурентоспроможний і користується попитом споживачів завдяки якості. 4. Великий асортимент продукції.	1. Недосконалий маркетинг. 2. Низька логістика. 3. Висока ціна. 4. Стандартні методи просування продукції на різних ринках. 5. Не проводяться маркетингові дослідження з вивчення нових каналів збуту.
Можливості	Погрози
1. Збільшення обсягів поставок. 2. Розширення асортименту. 3. Проведення маркетингових досліджень з вивчення нових каналів збуту. 4. Скорочення чисельності безробітних.	1. Недосконалість нормативно-правової бази. 2. Зміна податкового законодавства. 3. Високий рівень інфляції. 4. Нестабільність цін постачальників. 5. Можливість переходу споживачів до конкурентів. 6. Падіння попиту через зниження доходів населення.

П'ять конкурентних сил Портера – досить стара і відома модель визначення привабливості поточної галузі для компанії. З її допомогою можна визначити потенційні небезпеки і проблеми, з якими доведеться зіткнутися компанії. Крім того, модель Портера (рисунок 2.6) може допомогти знайти конкурентну перевагу, що дозволить компанії зайняти вигіднішу позицію.

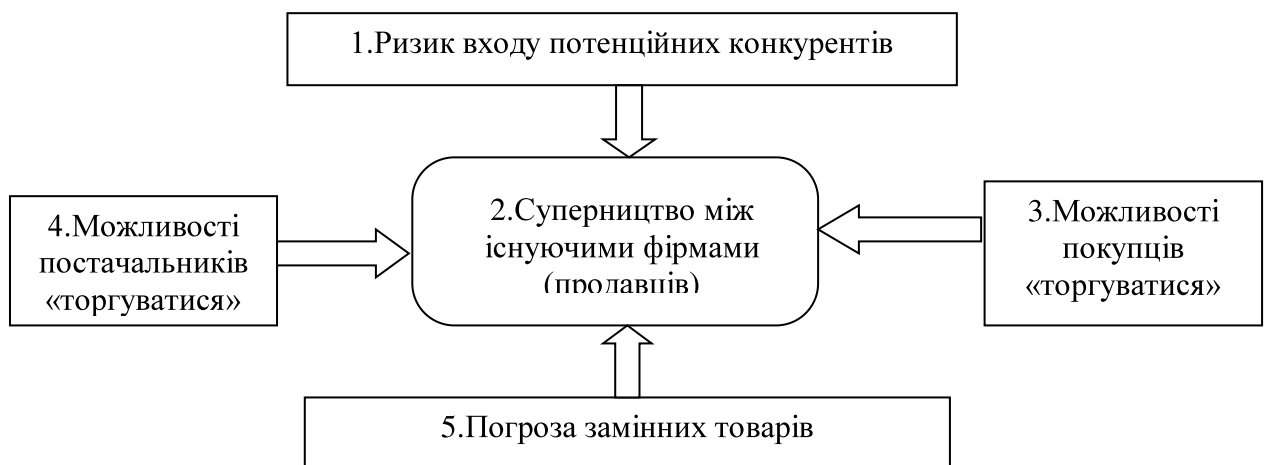


Рисунок 26 – Модель конкурентних переваг за Портером

По-перше, ризик входу потенційних конкурентів:

- лояльність покупців до торгової марки «Julius Meinl»;
- перевага за витратами – в контракті надається розстрочка;
- опір, що здійснюється існуючими фірмами – основні дистриб'ютори, що існують на ринку натуральної кави, чинитимуть сильний опір конкурентам, що з'являються, що виявиться як в ціновій, так і неціновій формі. Це створить великі труднощі для підприємств – новачків

По друге, суперництво між існуючими фірмами (продавців):

- конкуренція між підприємствами-продавцями натуральної кави досить сильна;

- умови попиту – попит зростає, тому розширюється ринок;

По третє, можливості покупців «торгуватися»:

- влада покупців на наше підприємство – велика, але тільки дистриб'юторів, які беруть велику кількість продукції.

В четверте, можливості постачальників «торгуватися»:

- вплив постачальника – великий, тому що змінювати постачальника наше підприємство не має права (за контрактом).

В п'яте, погроза замінних товарів:

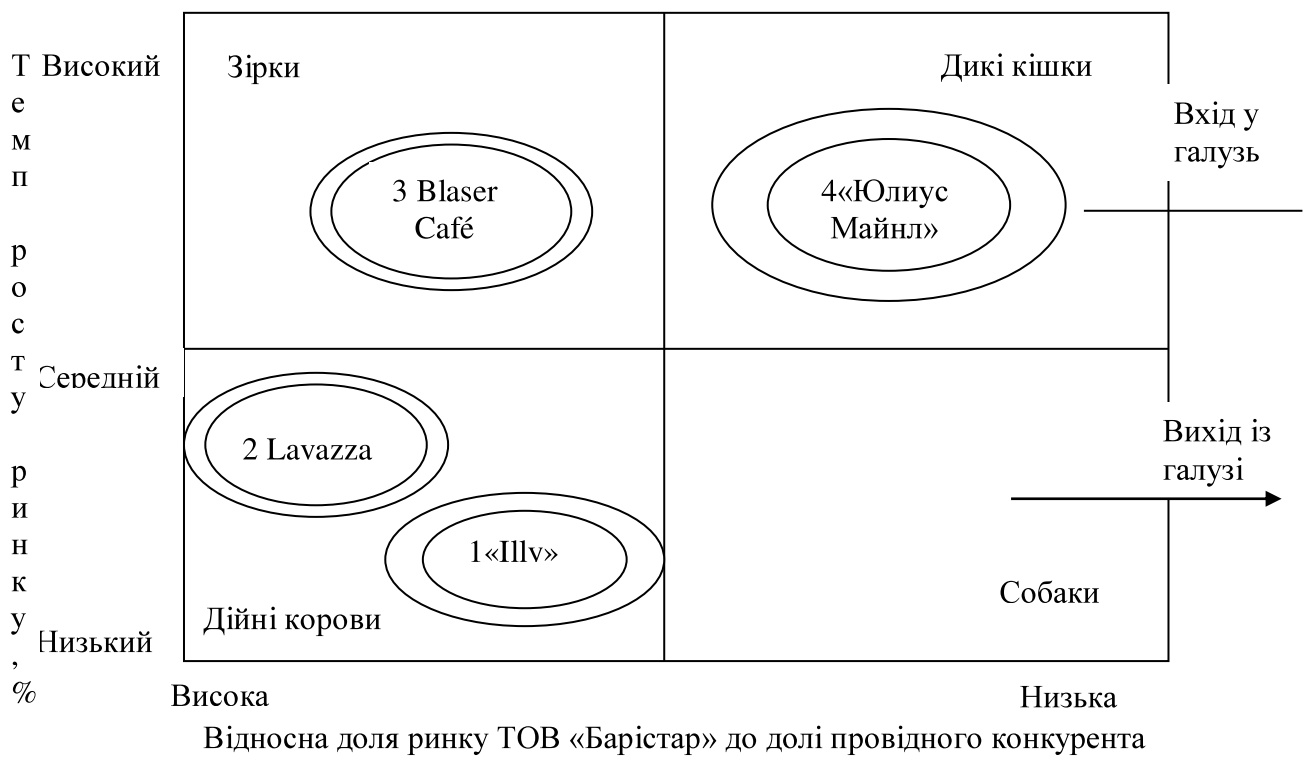
- має місце пряма заміна – товари ТОВ «Віденська кава», можна замінити іншими (наприклад, кава «Julius Meinl» Експерт Еспрессо Спеціаль – кава Еспрессо Спеціаль «Blaser Café»).

Матриця БКГ. Поява моделі або матриці БКГ стало логічним завершенням однієї дослідницької роботи, проведеної в свій час фахівцями Бостонської консультативної групи (Boston Consulting Group) в галузі стратегічного планування. В основі матриці БКГ лежить модель життєвого циклу товару, відповідно до якої товар у своєму розвитку проходить чотири стадії: вихід на ринок (товар-«проблема»), зростання (товар-«зірка»), зрілість (товар-«дійна корова») і спад (товар-«собака»).

Для оцінки конкурентоспроможності окремих видів бізнесу в матриці БКГ використовуються два критерії: темп зростання галузевого ринку;

відносна частка ринку. Темп зростання ринку визначається як середньозважене значення темпів росту різних сегментів ринку, в яких діє підприємство, або приймається рівним темпу зростання валового національного продукту. Темпи росту галузі 10% і більше розглядаються як високі. Відносна частка ринку визначається діленням частки ринку аналізованого бізнесу на частку ринку найбільшого конкурента (рисунок 2.7).

Розподіл основних конкурентів на ринку кави України наведено на рисунку 2.8.



Примітка: 1 – Кава «Ілв»; 2 – Кава Lavazza (Лаватца); 3 – Blaser Café; 4 – «Юлиус Майнл»

Рисунок 2.7 – Матриця БКГ для продукції, яку пропонують підприємства, що діють на ринку кави України

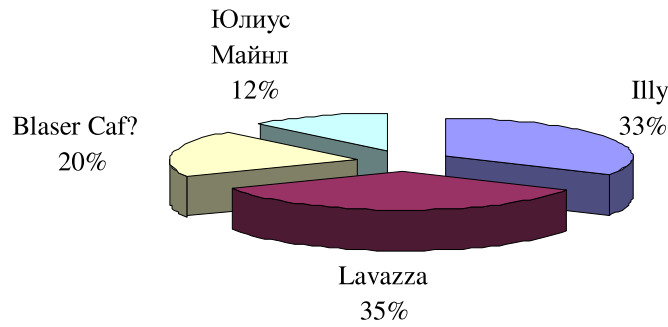


Рисунок 2.8 – Питома вага продукції, яку пропонують підприємства, що діють на ринку кави України у 2023 р.

У таблиці 2.3 описано стратегію подальших дій для підприємств, що діють на ринку кави.

Таблиця 2.3 – Стратегія подальших дій для підприємств

Сегмент	Підприємство-конкурент	Характеристика	Рекомендована стратегія
Дикі кішки	4 – «Юлиус Майнл»	Проблематичне підприємство. Невелика частка ринку, сильна конкуренція	Стратегія підсилювання. Інтенсифікація маркетингових зусиль на просування, пошук нових каналів збуту. Усі заходи щодо підвищення конкурентоспроможності.
Зірки	3 – Blaser Café	Підприємство лідер на ринку, прибуток якої швидко зростає.	Стратегія втримування. Активізація реклами, зниження цін, широке розповсюдження, модифікування.
Дійні корови	1 – Кава «Шлу» 2 – Кава Lavazza (Лавазца)	Підприємство у стадії зрілості. Не потребує інвестицій, приносить великий прибуток	Стратегія підтримування. Реклама-нагадування, цінкові знижки, підтримування каналів розподілу, стимулювання збуту
Собаки	-	Нежиттєздатні підприємства, які не приносять прибутку	Стратегія скорочування (елімінування). Мінімізація витрат.

Проаналізувавши вплив зовнішнього середовища на діяльність ТОВ «Віденська кава», розглянемо його господарсько-економічне діяльність.

2.4 Аналіз господарсько-економічної діяльності ТОВ «Віденська кава» та його імпоротної політики

ТОВ «Віденська кава» було зареєстровано 28.09.1999 р. у м. Львів, за адресою: вул. Шевченко, про що в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб зроблено запис реєстрації та видано свідоцтво про державну реєстрацію (код ЄДРПОУ 14344944). Підприємство є приватною власністю. За видом організаційно-правової форми власності це товариство з обмеженою відповідальністю, створене на зборах учасників. Кількість засновників – два, з пайовою участю 50 на 50%. При створенні вищевказаного юридичної особи не використовувалися ні позикові кошти, ні гроші іноземних інвесторів.

Підприємство здійснює імпорт в Україну зеленої (необжареної) кави в зернах практично з усіх країн світу, що вирощуєть каву (Колумбія, Гватемала, Бразилія, Мексика, Куба, Кенія, Танзанія, Ефіопія, Уганда, Індію, Індонезія, В'єтнам і інші країни - усього біля 30 країн). Крім поточного складського запасу зеленої кави, який можна отримати безпосередньо, мається можливість замовляти каву в зернах будь-яких найменувань практично з будь-яких країн світу і навіть з конкретних плантацій [18].

Основними цілями ТОВ «Віденська кава» є збільшення частки ринку, обсягу продажів і, як наслідок, збільшення обороту капіталу і прибутку, а також створення нових бізнес-напрямків для подальшої, успішної роботи компанії.

Для подальшого успішного розвитку компанії необхідне комплексне дослідження ринків, аналіз внутрішнього і зовнішнього маркетингового середовища.

У ТОВ «Віденська кава» використовується лінійно-функціональна структура, яка передбачає розподіл основних функціональних обов'язків між основними функціональними підрозділами підприємства. У ТОВ «Віденська кава» можна відокремити такі відділи: виробничий, складський, відділ ЗЕД, маркетингу, бухгалтерія, технічний відділ, автотранспортна служба. Усі

керівники цих структурних підрозділів підлегли генеральному директору, між ними існує рівнозначний зв'язок, що і пояснює лінійно-функціональну структуру. Організаційна структура управління ТОВ «Віденська кава» наведена на рисунку 2.9.



Рисунок 2.9 – Організаційна структура управління ТОВ «Віденська кава»

Ефективність імпорتنих операцій має вагомий вплив на загальну ефективність діяльності ТОВ «Віденська кава». Оскільки підприємство займається імпортом сировини, то прибуток від реалізації продукції, що виготовляється із імпортованої та власної сировини, буде одночасно і балансовим прибутком від операційної діяльності.

Визначимо наявність на підприємстві активів та власного капіталу за даними фінансової звітності підприємства [27], що наведено у таблиці 2.4.

Позитивним моментом діяльності ТОВ «Віденська кава» є збільшення вартості необоротних активів у 2023 р. (до 93577,5 тис. грн.) та збільшення оборотних активів (до 24261 тис. грн.), тобто підприємство збільшило забезпеченість необоротними активами, що пов'язано з підвищенням обсягів виробництва продукції, а відповідно і оборотних активів. Власний капітал

підприємства також підвищився, тобто ТОВ «Віденська кава» у 2023 р. мав кращу забезпеченість власними коштами.

Таблиця 2.4 – Агрегований баланс ТОВ «Віденська кава» за 2021–2023 рр., тис. грн.

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Необоротні активи	62949	56941	49135	-7806	-13,71
Оборотні активи	102734	141350	157390	16040	11,35
Баланс	165683	198291	206525	8234	4,15
Власний капітал	56232	57561	64564	7003	12,17
Довгострокові зобов'язання	25056	37516	4018	-33498	-89,29
Поточні зобов'язання	84395	103214	137943	34729	33,65
Баланс	165683	198291	206525	8234	4,15

Структура джерел майна наведено на рисунку 2.10.

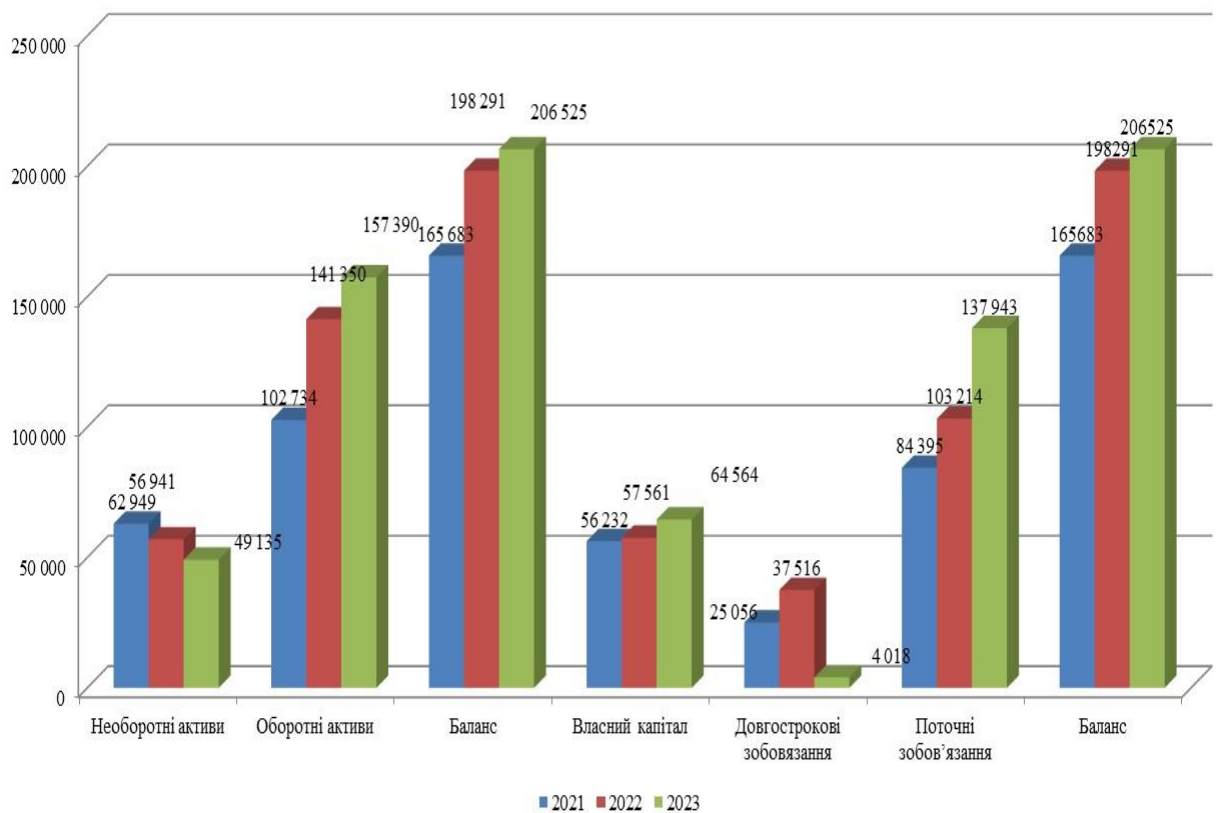


Рисунок 2.14 – Структура майна та джерел формування майна ТОВ «Віденська кава» у 2021–2023 рр. тис. грн.

Первісний аналіз агрегованого балансу показує, що вартість необоротних активів зменшилася на -7806 тис. грн., або на -13,71%, що пояснюється плановим списанням амортизаційних відрахувань. При цьому оборотні кошти зросли на 16040 тис. грн., або на 11,35%. Загальне зростання балансу склало 8234 тис. грн., або 4,15%. Що стосується пасиву, розмір власного капіталу збільшився на 7003 тис. грн., або 12,17%. Вартість довгострокового капіталу постійно зменшується і у 2023 р. склала 4018 тис. грн., що менше значення 2022 р. на 33729 тис. грн., або на -89,29%. При цьому поточні зобов'язання зросли на 34729 тис. грн., або на 4,15%.

Інтегральний показник ефекту і ефективності діяльності ТОВ «Віденська кава» залежить від факторів ціни, витрат обігу або комерційних витрат, оподаткування. Тому для визначення впливу ефективності імпорتنих угод на загальну рентабельність підприємства необхідно включити у модель рентабельності декілька факторів і виконати факторний аналіз.

Для визначення впливу факторів необхідно порівняння ефективності імпорту ТОВ «Віденська кава» у 2022–2023 рр. (таблиця 2.5).

Таблиця 2.5 – Ефективність імпорту ТОВ «Віденська кава» у 2022–2023 рр.

Показники	2022 рік	2023 рік	(+,-)	Темп приросту, %
1. Виручка від імпорتنих операцій, тис. грн.	172513	234752	62239	36,08
2. Витрати по імпорту, тис. грн.	157134	211837	54703	34,81
3. Ефект від імпорتنих операцій, тис. грн. (р. 1-р.2)	15379	22915	7536	49,00
4. Ефективність імпорتنих операцій (р.1 / р.2), %	109,79	110,82	1,03	

Відтак, частка виручки від імпорту у 2022 р. складає 46%, а у 2023 р. – 52%, тобто темп приросту виручки склав 36,08%. При цьому витрати від імпорту також зросли на 4,81%. Бачмо, що ефект збільшився на 7536 тис. грн., або на 49%, а ефективність – на 1,03%. Динаміка імпорту ТОВ «Віденська кава» у 2022-2023 рр. представлена на рисунку 2.15.

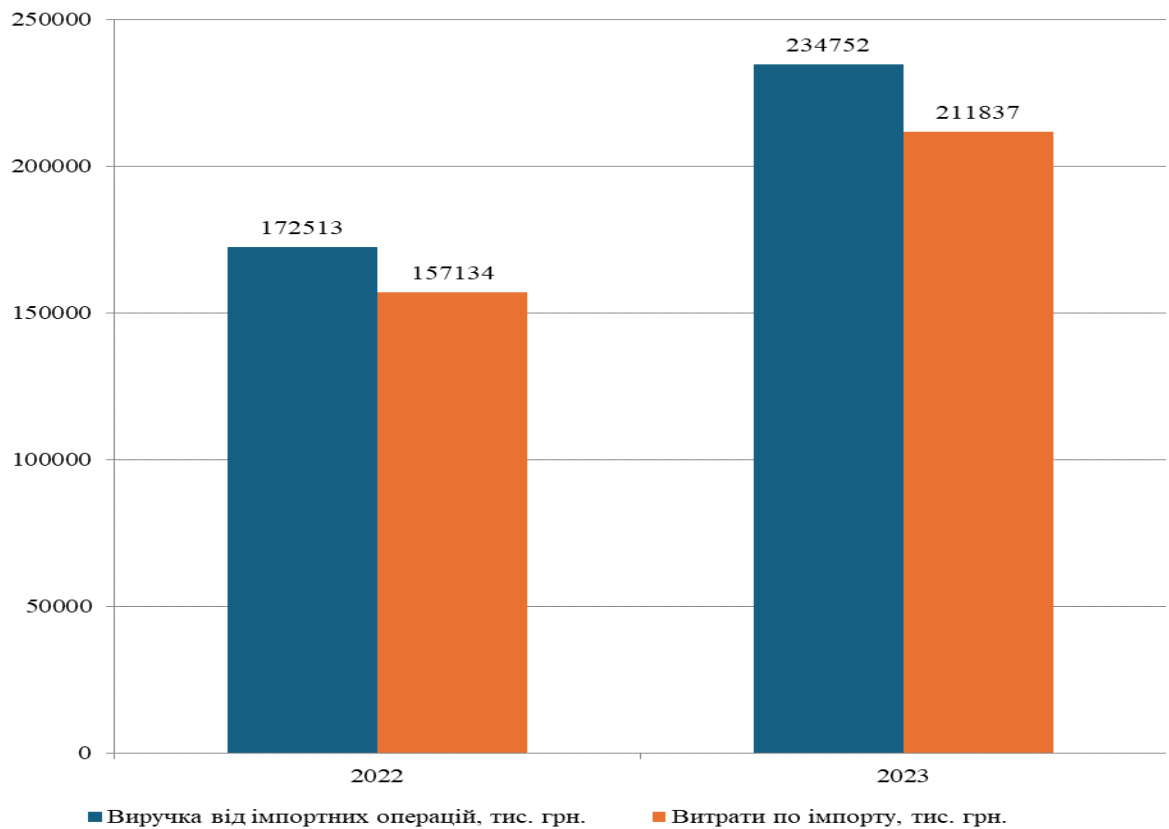


Рисунок 2.15 – Динаміка імпорту ТОВ «Віденська кава» у 2022-2023 рр.

Відповідно до даних таблиці 2.5, протягом 2022–2023 рр. ефективність імпортних операцій ТОВ «Віденська кава» помітно зросла, як і загальна рентабельність за досліджуваній період.

У відповідності із обсягами виробництва та реалізації продукції визначаємо вплив трудових, виробничих та матеріальних факторів на кінцеві результати діяльності підприємства у 2022-2023 рр. Результати розрахунків наведені в таблиці 2.6.

Аналізуючи розрахунки економічних показників підприємства, зробимо такі висновки: по-перше, зростання виручки від реалізації склало 76418 тис. грн., або на 20,38% при скороченні чисельності на 1 особу. Це позитивно вплинуло на зростання продуктивності праці на 845,52 тис. грн. / особу, або на 21,4%. При скороченні вартості основних фондів на -13,71% спостерігається збільшення фондівіддачі на 2,6 грн. / грн., або на 39,50%. Значне зростання оборотних коштів на 37,59% вплинуло на зменшення

коефіцієнта оборотності оборотних коштів на -0,46 обороту або -12,51%. Незначне зростання витрат на 1 грн. продукції – 1,97% свідчить про незначне погіршення управління витратами. Позитивним є значне зростання чистого прибутку з величини 81 тис. грн. у 2022 р. до 4633 тис. грн. у 2023 р. Це позитивно відбилося на всіх показниках прибутковості: так, рентабельність підприємства зросла на 2,38%, продукції – 1,15%, продаж – на 1%.

Таблиця 2.6 – Аналіз економічних показників ТОВ «Віденська кава» у 2022–2023 рр.

Показники	Роки		Відхилення	
	2022	2023	Абсолютне	Темп приросту, %
1. Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	375028	451446	76418	20,38
2. Середньооблікова чисельність, чол.	96	95	-1	-1,04
3. Продуктивність праці на одного працівника, тис. грн.	3906,54	4752,06	845,52	21,64
4. Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	56941	49135	-7 806	-13,71
5. Фондовіддача на 1 грн. вартості основних виробничих фондів, грн.	6,59	9,19	2,60	39,50
6. Оборотні кошти, тис. грн.	102734	141350	38 616	37,59
7. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, разів	3,65	3,19	-0,46	-12,51
8. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	320585	393527	72942	22,75
9. Витрати на 1 грн. реалізованої продукції, грн.	0,85	0,87	0,02	1,97
10. Чистий прибуток, тис. грн.	81	4633	4552	5619,75
11. Рентабельність підприємства, %	0,05	2,43	2,38	-
12. Рентабельність продукції, %	0,03	1,18	1,15	-
13. Рентабельність продаж, %	0,02	1,03	1,00	-

Для визначення економічної безпеки підприємства визначимо напрямки використання чистого прибутку підприємства у 2022–2023 рр. (таблиця 2.7).

Варто зауважити, що у 2023 р. ТОВ «Віденська кава» отримало фінансового результату до оподаткування у 2023 р. на 5589 тис. грн. більше,

ніж у 2022 р. У 2022 р. підприємство не платило податок на прибуток, але вже у 2023 р. ця виплата склала 18,29%.

Таблиця 2.7 – Використання прибутку ТОВ «Віденська кава» за 2022–2023 рр.

Показники	2022 рік		2023 рік		Відхилення	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	абсолютне	відносне
Фінансовий результат до оподаткування	81	100	5670	100	5589	6900
Податок на прибуток	0	0	1037	18,29	1037	-
Чистий прибуток	81	100	4633	100	4552	5620
Відрахування в резервний фонд	3,08	3,8	194,59	4,2	191,51	6221,83
з нього використано на:						
- виробничий розвиток	0,65	0,8	50,96	1,1	50,32	7764,66
- соціальний розвиток	0,57	0,7	32,43	0,7	31,86	5619,75
- заохочування персоналу	1,22	1,5	74,13	1,6	72,91	6001,07
- інші цілі	0,65	0,8	37,06	0,8	36,42	5619,75

Загалом у 2023 р. з чистого прибутку було здійснено відрахування в резервний фонд – 194,59 тис. грн., 4,2%, а з нього було використано за такими напрямками:

- на виробничий розвиток 50,96 тис. грн., або 1,1%;
- на соціальний розвиток 32,43 тис. грн., або 0,7%;
- на заохочування 74,13 тис. грн., або 1,6%;
- на інші цілі – 37,06 тис. грн., або 0,8%.

Відтак, економічні показники діяльності підприємства значно покращилися, що позитивно характеризує діяльність ТОВ «Віденська кава».

На рисунку 2.16 наведена структура розподілу резервного фонду у 2022–2023 рр.

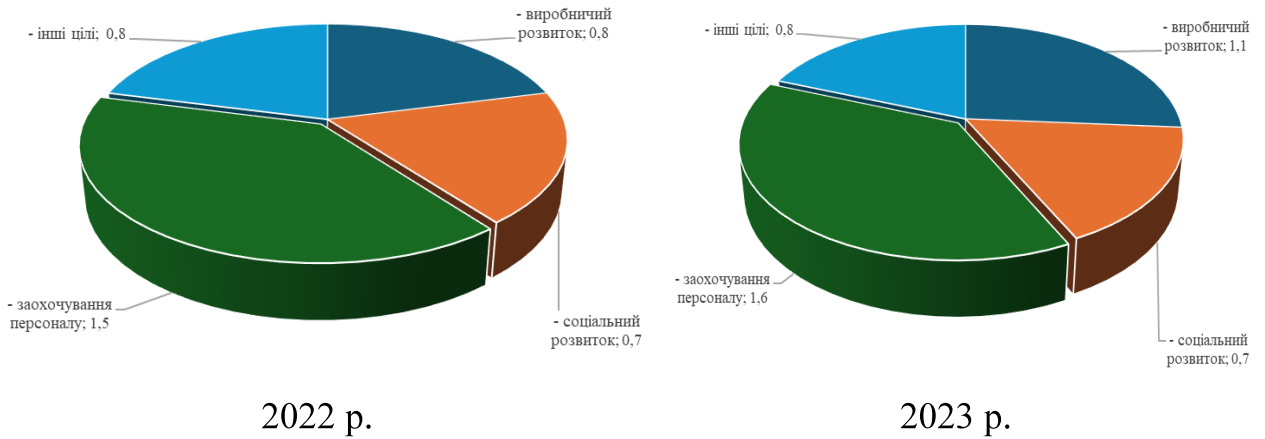


Рисунок 2.16 – Структура розподілу резервного фонду ТОВ «Віденська кава» у 2022–2023 рр.

2.4 Аналіз фінансових показників діяльності ТОВ «Віденська кава»

В таблиці 2.8 наведені коефіцієнти фінансової стійкості підприємства.

Таблиця 2.9 – Коефіцієнти фінансової стійкості ТОВ «Віденська кава» у 2022–2023 рр.

Показник	2022 рік	2023 рік	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності)	0,75	0,73	-0,02	97,33
Коефіцієнт мобільності оборотних активів	0,5	0,43	-0,07	86,00
Коефіцієнт маневрування власного капіталу	0,25	0,1	-0,15	40,00
Коефіцієнт фінансової стійкості	3,0	2,67	-0,33	89,00
Коефіцієнт іммобілізації коштів	0,27	0,7	0,43	259,26

За коефіцієнтом автономії можна зробити висновок, що у 2023 р. за рахунок власних та прирівняних до них коштів було сформовано 73% активів підприємства, у 2022 р. цей показник був на 2% менше.

Коефіцієнт фінансової стійкості показує, яка сума активів припадає на 1 грн. власних коштів. Тобто у 2022 році на кожні 3,0 грн. вкладені в активи, припадає 2 грн. власних коштів, а у 2023 р. – лише 1,67 грн. власних коштів.

У 2023 році фінансова стійкість ТОВ «Віденська кава» зазнала змін у

бiк зменшення, що підвищує ризики підприємства до зменшення економічної безпеки. Показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «Віденська кава» наведено в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10 – Показники ліквідності ТОВ «Віденська кава» у 2022-2023 рр.

Показник	2022 рік	2023 рік	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,08	0,09	0,01	112,50
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,47	0,29	-0,18	61,70
Коефіцієнт загальної платоспроможності	1,3	1,0	-0,3	76,92

Коефіцієнт загальної ліквідності має нормативне значення 1,0 у 2023 р., що свідчить про те, що підприємство зможе покрити свої зобов'язання за рахунок поточних активів (як швидколіквідних, так і повільноліквідних).

Коефіцієнт швидкої ліквідності вказує на те, що у 2023 р. підприємство з 1 грн. поточних зобов'язань 29 коп. зможе погасити за рахунок грошових коштів та дебіторської заборгованості, в той час як у 2022 р. ця величина складала 47 коп.

Позитивним є збільшення коефіцієнту абсолютної ліквідності, що вказує яку частку зобов'язань підприємство зможе покрити за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів.

Із проведеного розрахунку показників ліквідності можна зробити висновок, що ТОВ «Віденська кава» не є абсолютно ліквідним та платоспроможним, оскільки показники ліквідності мають значення, нижче встановленої норми. Тобто економічна безпека підприємства є досить низькою.

Ринок кави характеризується значною насиченістю та високим рівнем конкуренції між постачальниками. В майбутньому відбудуться значні зрушення щодо обсягів купівлі продукції, що підвищить прибутки як підприємств-виробників, так і постачальників, тому ТОВ «Віденська кава»

має всі передумови налагодження успішних партнерських стосунків із зарубіжними виробниками та постачальниками сировини для галузі, що дасть змогу підвищити прибутковість діяльності підприємства.

При цьому виділення у складі центрів відповідальності працівників, відповідальних за ефективність зовнішньоекономічних операцій ТОВ «Віденська кава» та поповнення штату висококваліфікованих спеціалістів, дасть можливість ефективно управляти кожним фінансово-господарським процесом підприємства, своєчасно виявляти відхилення і вчасно вживати заходів щодо запобігання негативним явищам, спричиненим як внутрішніми, так і зовнішніми факторами.

Підбиваючи підсумки до другого розділу відмітимо, що на цей час постачання кави на світовий ринок здійснюють близько 80 країн імпортерів. Маркетингове дослідження ринку кави дозволило виявити, що каву вирощують для продажу майже в 60 країнах. Існує два основних сорти кави – арабіка і робуста. Ринок кави характеризується слабкою сезонністю: спостерігається щорічне тимчасове зниження продажів в літні місяці – на 2-4% у натуральному вираженні – з відновленням у вересні. Як і для всіх ринків гарячих напоїв, найвищий сезон для ринку кави припадає на зимовий період.

Найбільшим експортером кави є Бразилія. В Україні 85% споживаної кави – розчинна, 15% – натуральна, яка поділяється на мелену (80% усього споживання) і кава в зернах (20%). В Україні існують два основних сегменти споживання кави: перший, близько 70% ринку – ритейл, тобто продажі напою в магазинах для подальшого домашнього вжитку; другий головний сегмент ринку кави, 25-30%, HoReCa (hotel, restaurant, cafe).

Що стосується споживання кави по регіонах України, то на заході країни, що тяжіє до європейської культури, каву п'ють більше, ніж на сході. У період з 2019 р. по 2023 р. обсяг виробництва натуральної кави в Україні зріс практично вдвічі. Найбільшим виробником натуральної кави в Україні за підсумками є СП ТОВ «Галка лтд» (52% загального обсягу); другим – ТОВ

«Віденська кава» (41%). Основна частка імпорту натуральної кави на територію України належить Німеччині.

Україна експортує натуральну каву у декілька країн. Основним імпортером української кави є Казахстан. Від 5% до 15% у загальному обсязі експорту натуральної кави з Україною перепадає на Молдову і Грузію.

Основними операторами ринку кави в Україні є ТОВ «Nestle-Україна» (ТМ Nestle), ПрАТ «Крафт Фудз Україна», ТОВ «Юнікаф», СП «ТОВ «Віденська кава», ТОВ «Р.Е.Й.В.», «Країна кави», «Roastmaster» та інші.

При здійсненні імпортової діяльності особлива увага приділяється законодавчій базі, що регулює діяльність підприємств України на зовнішніх ринках: Закони «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту», «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну». При цьому порядок відносин між замовником та виконавцем регулюється укладеним договором (контрактом).

Аналізі факторів впливу зовнішнього середовища передбачав проведення PEST-аналізу, який виявив значний негативний вплив політичних і економічних чинників, покращення дії соціальних та незначний вплив технологічних факторів. SWOT-аналіз, у свою чергу, виявив значний внутрішній та кадровий потенціал розвитку, високу конкурентоспроможність продукції; серед слабких сторін – недосконалий маркетинг, низьку логістику, високу ціну та відсутність маркетингової політики. Аналіз п'яти конкурентних сил Майкла Портера довів високу лояльність покупців до торгової марки «Julius Meinl»; перевагу за витратами; конкуренцію між підприємствами-продавцями натуральної кави. Матриця БКГ довела, що «Юлиус Майнл»^{ТМ} потрапила до сегменту «диких кішок», Blaser – «зірок», Café «Illy»^{ТМ} та Lavazza (Лавазца)^{ТМ} – «дійних корів». Тобто формування стратегії імпорту – актуальне завдання, що стоїть перед ТОВ «Віденська кава», яке є монопольним представником «Юлиус Майнл»^{ТМ}.

ТОВ «Віденська кава» було зареєстровано 28.09.1999 р. у м. Львів, за адресою: вул. Шевченко, про що в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб зроблено запис реєстрації та видано свідоцтво про державну реєстрацію (код ЄДРПОУ 14344944). Позитивним моментом діяльності ТОВ «Віденська кава» є збільшення вартості необоротних активів у 2023 р. (до 93577,5 тис. грн.) та збільшення оборотних активів (до 24261 тис. грн.), тобто підприємство збільшило забезпеченість необоротними активами, що пов'язано з підвищенням обсягів виробництва продукції, а відповідно і оборотних активів. Власний капітал підприємства також підвищився, тобто ТОВ «Віденська кава» у 2023 р. мав кращу забезпеченість власними коштами.

Первісний аналіз агрегованого балансу показує, що вартість необоротних активів зменшилася на -7806 тис. грн., або на -13,71%, що пояснюється плановим списанням амортизаційних відрахувань. При цьому оборотні кошти зросли на 16040 тис. грн., або на 11,35%. Загальне зростання балансу склало 8234 тис. грн., або 4,15%. Що стосується пасиву, розмір власного капіталу збільшився на 7003 тис. грн., або 12,17%. Вартість довгострокового капіталу постійно зменшується і у 2023 р. склала 4018 тис. грн., що менше значення 2022 р. на 33729 тис. грн., або на -89,29%. При цьому поточні зобов'язання зросли на 34729 тис. грн., або на 4,15%.

Частка виручки від імпорту у 2022 р. складає 46%, а у 2023 р. – 52%, тобто темп приросту виручки склав 36,08%. При цьому витрати від імпорту також зросли на 4,81%. Бачмо, що ефект збільшився на 7536 тис. грн., або на 49,; а ефективність – на 1,03%.

Аналізуючи розрахунки економічних показників підприємства, зробимо такі висновки: по-перше, зростання виручки від реалізації склало 76418 тис. грн., або на 20,38% при скороченні чисельності на 1 особу. Це позитивно вплинуло на зростання продуктивності праці на 845,52 тис. грн. / особу, або на 21,4%. При скороченні вартості основних фондів на -13,71% спостерігається збільшення фондівіддачі на 2,6 грн. / грн., або на 39,50%.

Значне зростання оборотних коштів на 37,59% вплинуло на зменшення коефіцієнта оборотності оборотних коштів на -0,46 обороту або -12,51%. Незначне зростання витрат на 1 грн. продукції – 1,97% свідчить про незначне погіршення управління витратами. Позитивним є значне зростання чистого прибутку з величини 81 тис. грн. у 2022 р. до 4633 тис. грн. у 2023 р. Це позитивно відбилося на всіх показниках прибутковості: так, рентабельність підприємства зросла на 2,38%, продукції – 1,15%, продаж – на 1%.

Загалом у 2023 р. з чистого прибутку було здійснено відрахування в резервний фонд – 194,59 тис. грн., 4,2%, а з нього було використано за такими напрямками: на виробничий розвиток 50,96 тис. грн., або 1,1%; на соціальний розвиток 32,43 тис. грн., або 0,7%; на заохочування 74,13 тис. грн., або 1,6%; на інші цілі – 37,06 тис. грн., або 0,8%.

3 ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СФЕРІ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІДЕНСЬКА КАВА»

3.1 Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств є важливим фактором підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих компаній, так і в масштабах країни. Ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє: відновленню експортного потенціалу країни; підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках; формуванню раціональної структури експорту та імпорту; залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах, забезпеченню економічної безпеки України.

Для розвитку зовнішньоекономічної діяльності Україна має природні конкурентні переваги, такі як сприятливі кліматичні умови, вдале географічне розташування на перетині торговельних шляхів між Європою та Азією, родючі ґрунти, забезпеченість водними ресурсами, а також висококваліфіковані трудові ресурси. Незважаючи на високий експортний потенціал, Україна використовує його недостатньо ефективно.

На сьогодні спостерігається зменшення вартісних обсягів експорту, що свідчить про кризу виробництва. Основні експортно орієнтовані галузі залишаються надзвичайно енергоємними, що робить їх критично залежними від імпортованих енергоносіїв та обмежує можливості нарощування експорту за рахунок девальвації національної валюти [9].

До основних недоліків сучасного стану зовнішньоекономічної діяльності можна віднести:

- домінування експорту сировинної групи товарів (майже 70%);
- значна залежність від практично одного постачальника енергоносіїв,

таких як нафта та газ;

– імпорт необґрунтовано великої кількості споживчих товарів, незважаючи на складний економічний стан у країні.

Тому для розвитку зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств необхідно вдосконалювати організаційно-економічні механізми здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств наведено в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Напрямок вдосконалення	Характеристика
1. Управління ЗЕД на підприємстві	Моніторинг процесу прийняття рішень стосовно експортної та імпоротної діяльності, включаючи планування, визначення методів ведення діяльності, встановлення відповідальності різних відділів та координації їх діяльності в рамках здійснення ЗЕД підприємства
2. Управлінський облік і контроль	Структура даних по продукції, облік сировини, облік технологічної маршрутизації та виробничих об'єктів
3. Управління ресурсами	Моніторинг раціонального використання наявних ресурсів: капітальних, технічних, технологічних, трудових, маркетингових, інформаційних, безпосередньо задіяних в експортній діяльності підприємства
4. Оцінка споживчого попиту та управління запасами	Збір та аналіз даних щодо товарів конкурентів та смаків зарубіжних споживачів, адміністрування замовлень, моніторинг; визначення необхідного розміру запасів і комплектуючих, а також обсягів незавершеного виробництва
5. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	Моніторинг та оцінка ефективності ЗЕД за допомогою методів внутрішнього контролю, який включає: вивчення закордонного ринку збуту; підготовку виробництва продукції на експорт; виробництво та реалізацію продукції; післяпродажне обслуговування

Досвід зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств підтверджує необхідність врахування особливостей зовнішнього ринку. Це передусім врахування перспективної зміни попиту на продукцію та можливість зміни обсягу виробництва, коливання світових цін, зміна витрат на виробництво зі зміною обсягу випуску продукції. На нашу думку,

основним напрямом підвищення ефективності експортної діяльності для підприємств може стати визначення важелів впливу на споживчий попит. Із цією метою підприємствам варто проводити детальний аналіз споживчого попиту та уподобань споживачів для визначення ресурсів, необхідних для задоволення споживчого попиту, а також спрямувати інвестиції в різноманітні механізми управлінського обліку та контролю, які мають безпосередній вплив на задоволення споживчого попиту.

3.2 Заходи підвищення ефективності імпорту ТОВ «Віденська кава»

Перейдемо до розгляду можливості покращення умов контракту для підприємства ТОВ «Віденська кава» та отримання від цього додаткової суми прибутку.

Розглянемо більш детально контракт підприємства ТОВ «Віденська кава» з угорською фірмою «DakTuril».

Почнемо з ціни контракту 136000 дол. США. По-перше ціна визначена в доларах США, що є не вигідним фактом для українського покупця оскільки вартість кави перераховується підприємством у гривні. Тому коли ми оплачуємо товар виникає потреба закупівлі валюти по курсу продажу, який перевищує курс покупки, а отже підприємство втрачає при купівлі одного долара США в середньому 0,114 грн. за долар США [1]. Якщо б ціна була визначена в гривнях цих втрат не було б.

Оскільки практично неможливо встановити ціну в українській валюті та заплатити нею, можна поставити питання про встановлення ціни в українських гривнях, а оплату в доларах США. Це також буде вигідно українській стороні, тому що в останній час існує стійка тенденція до падіння курсу української валюти.

В таблиці 3.2 зробимо розрахунки якщо ТОВ «Віденська кава» підпише контракт в українській валюті по курсу 39,95 грн. за 1 долар США, при

цьому необхідно враховувати, що підприємство зможе придбати долар США по курсу 40,01 грн. за 1 долар США.

Таблиця 3.2 – Підвищення дохідності контракту ТОВ «Віденська кава»

Сума контракту, грн.	Курс долара США	Ціна контракту, долар США
5433200	39,95	136000
5433200	40,01	135796
Різниця, дол. США		204
Зміна вартості контракту, грн.		$204 * 39,95 = 8148$ грн.

Встановлення ціни в грн., а платежу в доларах, призведе до зміни вартості контракту на $204 * 39,95 = 8148$ грн.

В контракті була прийнята ціна, яку відразу запропонувала фірма «DakTuril». Але з метою зниження рівня цін закупівлі товарів необхідно намагатися використати всю систему цінових знижок у процесі «торговування», в першу чергу знижок на кількість або суму товарів. Як показує практика, зовнішньоекономічної торгівлі, пропонована ціна контракту завжди являється в деякій мірі завищеною, середнє зниження первісної ціни при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності складає від 5 до 10%. Саме тому, необхідно правильно проводити переговори, на чолі з висококваліфікованим менеджерами ЗЕД, що дало б змогу отримати партію за ціною, яка мінімум на 5% нижче. Розрахуємо додаткову суму прибутку при встановленні ціни, яка була б прийнята обома сторонами та не є максимальною.

Розрахуємо ціну зі знижкою 5%, вона складе:

$$Ц_{\text{зн}} = 136000 - 0,05 * 136000 = 129200 \text{ дол. США.}$$

Додатковий прибуток від встановлення ціни зі знижкою 5% при укладанні контракту буде дорівнювати:

$$\Delta П_{\text{ц}} = 136000 - 129200 = +6800 \text{ дол. США (або } 6800 * 39,95 = 271660 \text{ грн.)}$$

Товар поставляється в Україну на умовах СІР, при цьому всі витрати по прийманню та отриманню товару сплачує покупець. Умови СІР, за якими товар повинен бути доставлений в м. Львів та застрахований продавцем є

прийнятним для української сторони. А згідно з умовами поставки EXW всі витрати по доставці до місця призначення несе покупець, але це для ТОВ «Віденська кава» вигідно. Оскільки в даному випадку ми можемо уникнути додаткових витрат в іноземній валюті, а доставити товар самим, або по договору з перевізником, який не потребує оплати в іноземній валюті. Один із реальних способів зменшити ціну закупки товару – це запропонувати постачальнику інші базисні умови поставки, ніж ті на який здійснювалася поставка в минулому: умову СІР необхідно змінити на EXW.

За даними економістів ТОВ «Віденська кава», в структурі ціни СІР м. Львів витрати на транспортування і страхування від базової ціни разом з додатковим обладнанням складають 3,0% або $136000 * 0,03 = 4080$ дол. США.

Це значна величина, тому треба розглянути та обговорити з продавцем можливість зниження суми витрат на транспортування, що входять до ціни товару хоча б до 2%, що складе 2720 дол. США або по курсу 39,95 буде дорівнювати 108664 грн.

Економія в цьому випадку складе $4080 - 2720 = 1360$ дол. США

У таблицю 3.3 зведемо запропоновані напрями підвищення ефективності імпоротної діяльності та прогнозовану суму збільшення прибутку ТОВ «Віденська кава».

Таблиця 3.3 – Розрахунок ефекту від впровадження заходів удосконалення імпоротної діяльності ТОВ «Віденська кава», грн.

Напрямок удосконалення імпоротної діяльності	Прогнозована сума збільшення прибутку	
	дол. США	грн.
1) Встановлення ціни контракту в грн., а платежу в доларах США	204	8148
2) Встановлення ціни контракту зі знижкою 5%	6800	271660
3) Економія на транспортних витратах через зміну умови СІР на EXW	1360	54332
Всього	8364	334140

Аналізуючи розрахунки, що наведені у таблиці 3.3, ми бачимо, що удосконалення управління імпоротною діяльністю надає можливість

підприємству збільшити прибуток з одного контракту на 8364 дол. США, а в грн. на 334140 грн., що є дуже привабливим для ТОВ «Віденська кава».

Підбиваючи висновки до третього розділу, відмітимо, що в роботі запропоновано ряд заходів щодо підвищення ефективності імпортової діяльності ТОВ «Віденська кава». На даний час ринок кави в Україні є класичним, помітно диференційованим за ціновим параметром, він майже повністю насичений продукцією різних цінових груп, головні фірми-конкуренти поділяються на дві великі групи, попит на продукцію є досить нерівномірним протягом року і збільшується у зимовий період.

ТОВ «Віденська кава» здійснює свою діяльність шляхом укладання зовнішньоекономічних контрактів з трьома основними фірмами-виробниками («Іберійка», «DakTupil» і «DanishCrown») на однакових умовах із встановленням ціни в американських доларах США. Ефективність імпортової діяльності була оцінена на прикладі співпраці із угорською фірмою «DakTupil».

При підвищенні ефективності імпортової діяльності нами запропоновано декілька напрямів. По-перше, пропонуємо встановлення ціни контракту в грн., а платежу в доларах США, оскільки в останній час існує стійка тенденція до падіння курсу української валюти; при цьому відбудеться зміна вартості контракту на 204 дол. США або 8148 грн.

По-друге, встановлення ціни контракту зі знижкою 5%, що буде відповідати умовам довгострокового надійного співробітництва. Додатковий прибуток від встановлення ціни зі знижкою 5% при укладанні контракту буде дорівнювати 271660 грн.

По-третє, економія на транспортних витратах через зміну умови СІР на EXW. За даними економістів ТОВ «Віденська кава», в структурі ціни СІР м. Львів витрати на транспортування і страхування від базової ціни разом з додатковим обладнанням складають 3,0%, якщо витрати на транспортування, що входять до ціни товару, будуть дорівнювати 2%, підприємство отримає додатковий прибуток у сумі 54332 грн.

При виборі оптимальної партії закупівлі елітної кави підприємству необхідно враховувати знижки, які залежать від обсягу партії кави, а також додаткові витрати на отримання інформації відносно попиту і ринку збуту, що забезпечує кращий прогноз збуту на перспективу.

Відтак, цілі поставлені у кваліфікаційній роботі були досягненні.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі поставлено та вирішено актуальне завдання – обґрунтування управлінських рішень у сфері удосконалення імпортової діяльності ТОВ «Віденська кава», що дозволяє зробити наступні висновки.

Імпортна діяльність, як одна з форм зовнішньоекономічної діяльності, відіграє істотну роль у розвитку економіки країни та визначає її входження в міжнародну економічну інтеграцію. У результаті дослідження було виділено основні позитивні аспекти імпортової діяльності. Серед них найсуттєвішими є: Забезпечується завезенням у країну високотехнологічних машин та устаткування, а також за допомогою інтенсифікації конкуренції

Стан зовнішньоекономічних відносин є ключовим фактором розвитку економіки країни, оскільки зовнішньоекономічний сектор виступає основним джерелом доходів для більшості держав і вказує на основні проблеми, що впливають на економічний розвиток. Аналіз стану імпортової діяльності є важливим інструментом управління міжнародними економічними відносинами країни та дозволяє приймати важливі рішення. На основі проведених досліджень ми визначили вісім етапів для аналізу імпортової діяльності на національному рівні: збір та систематизація даних, вивчення структури імпортованих товарів, визначення перспективних секторів, оцінка впливу на макроекономічні показники, аналіз митних тарифів та бар'єрів, створення прогнозів та рекомендацій, аналіз тарифів та угод, моніторинг та оцінка. На нашу думку, розробка та впровадження ефективних методичних рекомендацій з аналізу імпортової діяльності є кроком до підвищення ефективності зовнішньоекономічного управління та стимулювання економічного зростання країни в умовах глобалізації.

На цей час постачання кави на світовий ринок здійснюють близько 80 країн імпортерів. Маркетингове дослідження ринку кави дозволило виявити, що каву вирощують для продажу майже в 60 країнах. Існує два основних

сорта кави – арабіка і робуста. Ринок кави характеризується слабкою сезонністю: спостерігається щорічне тимчасове зниження продажів в літні місяці – на 2-4% у натуральному вираженні – з відновленням у вересні. Як і для всіх ринків гарячих напоїв, найвищий сезон для ринку кави припадає на зимовий період.

Найбільшим експортером кави є Бразилія. В Україні 85% споживаної кави – розчинна, 15% – натуральна, яка поділяється на мелену (80% усього споживання) і кава в зернах (20%). В Україні існують два основних сегменти споживання кави: перший, близько 70% ринку – рітейл, тобто продажі напою в магазинах для подальшого домашнього вжитку; другий головний сегмент ринку кави, 25-30%, HoReCa (hotel, restaurant, cafe).

Що стосується споживання кави по регіонах України, то на заході країни, що тяжіє до європейської культури, каву п'ють більше, ніж на сході. У період з 2019 р. по 2023 р. обсяг виробництва натуральної кави в Україні зріс практично вдвічі. Найбільшим виробником натуральної кави в Україні за підсумками є СП ТОВ «Галка лтд» (52% загального обсягу); другим – ТОВ «Віденська кава» (41%). Основна частка імпорту натуральної кави на територію України належить Німеччині.

Україна експортує натуральну каву у декілька країн. Основним імпортером української кави є Казахстан. Від 5% до 15% у загальному обсязі експорту натуральної кави з Україною перепадає на Молдову і Грузію.

Основними операторами ринку кави в Україні є ТОВ «Nestle-Україна» (ТМ Nestle), ПрАТ «Крафт Фудз Україна», ТОВ «Юнікаф», СП «ТОВ «Віденська кава», ТОВ «Р.Е.Й.В.», «Країна кави», «Roastmaster» та інші.

При здійсненні імпортової діяльності особлива увага приділяється законодавчій базі, що регулює діяльність підприємств України на зовнішніх ринках: Закони «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту», «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну». При цьому

порядок відносин між замовником та виконавцем регулюється укладеним договором (контрактом).

Аналізі факторів впливу зовнішнього середовища передбачав проведення PEST-аналізу, який виявив значний негативний вплив політичних і економічних чинників, покращення дії соціальних та незначний вплив технологічних факторів. SWOT-аналіз, у свою чергу, виявив значний внутрішній та кадровий потенціал розвитку, високу конкурентоспроможність продукції; серед слабких сторін – недосконалий маркетинг, низьку логістику, високу ціну та відсутність маркетингової політики. Аналіз п'яти конкурентних сил Майкла Портера довів високу лояльність покупців до торгової марки «Julius Meinl»; перевагу за витратами; конкуренцію між підприємствами-продавцями натуральної кави. Матриця БКГ довела, що «Юлиус Майнл»™ потрапила до сегменту «диких кішок», Blaser – «зірок», Café «Іллу»™ та Lavazza (Лавазца)™ – «дійних корів». Тобто формування стратегії імпорту – актуальне завдання, що стоїть перед ТОВ «Віденська кава», яке є монопольним представником «Юлиус Майнл»™.

ТОВ «Віденська кава» було зареєстровано 28.09.1999 р. у м. Львів, за адресою: вул. Шевченко, про що в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб зроблено запис реєстрації та видано свідоцтво про державну реєстрацію (код ЄДРПОУ 14344944). Позитивним моментом діяльності ТОВ «Віденська кава» є збільшення вартості необоротних активів у 2023 р. (до 93577,5 тис. грн.) та збільшення оборотних активів (до 24261 тис. грн.), тобто підприємство збільшило забезпеченість необоротними активами, що пов'язано з підвищенням обсягів виробництва продукції, а відповідно і оборотних активів. Власний капітал підприємства також підвищився, тобто ТОВ «Віденська кава» у 2023 р. мав кращу забезпеченість власними коштами.

Первісний аналіз агрегованого балансу показує, що вартість необоротних активів зменшилася на -7806 тис. грн., або на -13,71%, що пояснюється плановим списанням амортизаційних відрахувань. При цьому

оборотні кошти зросли на 16040 тис. грн., або на 11,35%. Загальне зростання балансу склало 8234 тис. грн., або 4,15%. Що стосується пасиву, розмір власного капіталу збільшився на 7003 тис. грн., або 12,17%. Вартість довгострокового капіталу постійно зменшується і у 2023 р. склала 4018 тис. грн., що менше значення 2022 р. на 33729 тис. грн., або на -89,29%. При цьому поточні зобов'язання зросли на 34729 тис. грн., або на 4,15%.

Частка виручки від імпорту у 2022 р. складає 46%, а у 2023 р. – 52%, тобто темп приросту виручки склав 36,08%. При цьому витрати від імпорту також зросли на 4,81%. Бачмо, що ефект збільшився на 7536 тис. грн., або на 49%, а ефективність – на 1,03%.

Аналізуючи розрахунки економічних показників підприємства, зробимо такі висновки: по-перше, зростання виручки від реалізації склало 76418 тис. грн., або на 20,38% при скороченні чисельності на 1 особу. Це позитивно вплинуло на зростання продуктивності праці на 845,52 тис. грн. / особу, або на 21,4%. При скороченні вартості основних фондів на -13,71% спостерігається збільшення фондівіддачі на 2,6 грн. / грн., або на 39,50%. Значне зростання оборотних коштів на 37,59% вплинуло на зменшення коефіцієнта оборотності оборотних коштів на -0,46 обороту або -12,51%. Незначне зростання витрат на 1 грн. продукції – 1,97% свідчить про незначне погіршення управління витратами. Позитивним є значне зростання чистого прибутку з величини 81 тис. грн. у 2022 р. до 4633 тис. грн. у 2023 р. Це позитивно відбилося на всіх показниках прибутковості: так, рентабельність підприємства зросла на 2,38%, продукції – 1,15%, продаж – на 1%.

В кваліфікаційній роботі запропоновано ряд заходів щодо підвищення ефективності імпортової діяльності ТОВ «Віденська кава». На даний час ринок кави в Україні є класичним, помітно диференційованим за ціновим параметром, він майже повністю насичений продукцією різних цінових груп, головні фірми-конкуренти поділяються на дві великі групи, попит на продукцію є досить нерівномірним протягом року і збільшується у зимовий період.

ТОВ «Віденська кава» здійснює свою діяльність шляхом укладання зовнішньоекономічних контрактів з трьома основними фірмами-виробниками («Іберійка», «DakTupil» і «DanishCrown») на однакових умовах із встановленням ціни в американських доларах США. Ефективність імпортової діяльності була оцінена на прикладі співпраці із угорською фірмою «DakTupil».

При підвищенні ефективності імпортової діяльності нами запропоновано декілька напрямів. По-перше, пропонуємо встановлення ціни контракту в грн., а платежу в доларах США, оскільки в останній час існує стійка тенденція до падіння курсу української валюти; при цьому відбудеться зміна вартості контракту на 204 дол. США або 8148 грн.

По-друге, встановлення ціни контракту зі знижкою 5%, що буде відповідати умовам довгострокового надійного співробітництва. Додатковий прибуток від встановлення ціни зі знижкою 5% при укладанні контракту буде дорівнювати 271660 грн.

По-третє, економія на транспортних витратах через зміну умови СІР на EXW. За даними економістів ТОВ «Віденська кава», в структурі ціни СІР м. Львів витрати на транспортування і страхування від базової ціни разом з додатковим обладнанням складають 3,0%, якщо витрати на транспортування, що входять до ціни товару, будуть дорівнювати 2%, підприємство отримає додатковий прибуток у сумі 54332 грн.

При виборі оптимальної партії закупівлі елітної кави підприємству необхідно враховувати знижки, які залежать від обсягу партії кави, а також додаткові витрати на отримання інформації відносно попиту і ринку збуту, що забезпечує кращий прогноз збуту на перспективу.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Актуальні курси валют. URL: <http://www.katani.dp.ua/stat.php>
2. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник. 5-те вид., перероб. та допов. Ірпінь, 2019. 410 с.
3. Гребельник О.П. Методологічні аспекти аналізу участі України у сфері світогосподарських відносин. *Стратегія розвитку України*. 2019. No 2. С. 13– 21.
4. Гусенко О.С., Козлов О.А. Методи аналізу ефективності імпортової діяльності підприємств оптової та роздрібної торгівлі. *VII International Scientific and Practical Conference «Innovative trends in science, practice and education»*. 22–25 лютого 2022 року, Мюнхен, Німеччина. 2022. С. 127– 133. URL: <https://isg-konf.com/innovative-trends-in-science-practice-and-education/>.
5. Далик В.П., Дуляба Н.І. Зовнішня торгівля України : реалії та перспективи розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. No 7. Ч. 1. С. 110 –113.
6. Державна фіскальна служба України. URL: <https://dp.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/print-141220.html>
7. Дослідження ІАА «Союз-Інформ» ринку кави. URL: http://www.souz-inform.com.ua/index.php?language=ukr&menu=schedule/0901000000_kofe-naturalnyi.
8. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
9. Зосимова Ж.С. Проблеми та умови покращення Фінансова зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. Вип. 2 (10). С. 119–124.
10. Куценко О.І., Шкіря Д.М. Аналітична оцінка зовнішнього ринку

України. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. № 9. С. 42–49.

11. Ладиченко К.І. Індикатори вимірювання зовнішньоторговельної відкритості національної економіки. *Економічний простір*. 2015. № 95. С. 16–25.

12. Максимук А.О., Мрочко С.Я. Аналіз структури експортно-імпоротної діяльності України за 2022 р. у порівнянні до минулих періодів та шляхи її відновлення. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 5 (05). С. 37–43.

13. Милашко О.Г. Статистичне дослідження стану та розвитку зовнішньої торгівлі України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2021. № 1 (76). С. 191–202.

14. Митний кодекс України від 15.01.2003 р.

15. Мізюк С.Г., Коваленко Н.В. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, основні складові та джерела формування конкурентних переваг. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 2. С. 26–30. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/2_13_uk/6.pdf

16. Мозгова Г.В., Євтушенко В.А., Стовбуненко Д.Д. Теоретичні аспекти імпоротної діяльності підприємств України. *Бізнес-Інформ*. 2021. №12. С. 34–40. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-12-34-40>

17. Оліховський В.С. Етапи аналізування імпоротної діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. №58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-35>

18. Офіційний сайт ТОВ «Віденська кава», м. Львів. URL: <https://wkava.com.ua/>

19. Пархоменко В.В. Експортоорієнтована стратегія нових індустріальних країни: досвід для Українию. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю : матеріали VII Міжнародної науковопрактичної конференції (м. Київ, 17 березня 2020 р.)*. Київ : ДП

«Інформаційно-аналітичне агентство», 2020. С. 350–352.

20. Податковий кодекс України. ВРУ № 2755-VI від 02.12.2013 р.
URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

21. Про Митний тариф України-Закон України № 2371-III від 01.01.2016 // Відомості Верховної Ради України. 2001. №24.

22. Слизька А.В., Сидоренко Р.Р. Теоретична модель Адама Сміта, як спосіб подолання кризи в Україні. *Економіка и підприємництво*. 2019. № 43. С. 16–23. DOI: 10.33111/EE.2019.43.SlizkaA_SidorenkoR

23. Сторожчук В.М. Трансформація функцій митного тарифу в умовах лібералізації митно-тарифного регулювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 23. Ч. 1. С. 30–34. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_23/1/8.pdf

24. Талавіра Є. Сучасні тенденції регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3355>

25. Тохтамиш Т.О., Ягольницький О.А., Овчиннікова М.А. Аналіз зовнішньої торгівлі товарами та послугами України з країнами європейського союзу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 23. С. 44–50.

26. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنих операцій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 10. С. 120–123.

27. Фінансова звітність ТОВ «Віденська кава». URL: https://clarity-project.info/edr/14344944/finances?current_year=2023

28. Шевчук О.А., Шевчук О.В. Сучасні напрями формування конкуренції на внутрішньому ринку країни. *Парадигмальні зрушення в економічній теорії XXI ст. : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2–3 листопада 2017 р.)*. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2017. С. 352–355

29. Шейко Ю.О. Деякі аспекти розробки і реалізації політики імпортозаміщення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. Вип. 33. С. 63–66. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-33-11>

30. Шереметинська О.В., Варфоломєєва Ю.Р. Оцінка ефективності імпортних операцій підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 24. С. 97–100

31. Яблочников К.Г. Характеристика імпортних операцій підприємства та напрями їх удосконалення. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2016. Вип. 5. С. 57–60. URL: http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/5_2016/11.pdf