

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
Завідуюча кафедрою
к.е.н., доцент Уханова І.О.



«²⁹» листопада 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

**НА ТЕМУ «УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ХАРЧОВИХ ТОВАРІВ
УКРАЇНСЬКИМИ ПІДРОЗДІЛАМИ ТНК ХАРЧОВОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ«ПУРАТОС УКРАЇНА»))»**

Виконавець:
студент ЦЗФН гр. 6 зф 13
Зінчук-Машевський
Сергій Вікторович

/ підпис /

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Уханова Інна Олегівна

/ підпис /

АНОТАЦІЯ

Зінчук-Машевський С.В., «Удосконалення імпорту харчових товарів українськими підрозділами ТНК харчової промисловості (на прикладі ТОВ«ПУРАТОС УКРАЇНА»)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024 р.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження виступає імпорт харчових товарів ТОВ «Пуратос Україна».

У роботі розглядаються поняття та особливості імпорту; узагальнено чинники, що впливають на імпорт харчових товарів; узагальнено методи та підходи до оцінки показників імпорту.

Проаналізовано показники фінансової діяльності та надано організаційно-економічну характеристику ТОВ «Пуратос Україна» як суб'єкта імпортової діяльності; здійснено аналіз чинників впливу на імпорт харчових продуктів ТОВ «Пуратос Україна»; проаналізовано стан та динаміку імпорту харчових продуктів ТОВ «Пуратос Україна».

Обґрунтовано перспективи удосконалення імпорту харчових товарів ТОВ «Пуратос Україна», зокрема сформовано заходи з удосконалення організації імпорту ТОВ «Пуратос Україна», визначено перспективи розвитку філій ТНК «Пуратос» у харчовій промисловості в Україні у післявоєнний період, запропоновано використання фінансових інструментів для удосконалення імпортової діяльності ТОВ «Пуратос Україна».

Ключові слова: зовнішня торгівля, ТНК, імпорт, структура імпорту, динаміка імпорту, харчова промисловість.

ANNOTATION

Zinchuk-Mashevskyi S. “Improvement of food imports by Ukrainian divisions of food industry multinational corporations (on the example of LLC “PURATOS UKRAINE”)”.

Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 292 “International Economic Relations” under the educational program “International Economic Relations”. – Odessa National Economic University. – Odesa, 2024.

The master's qualification work consists of three sections. The object of the study is the import of food products of LLC “Puratos Ukraine”.

The paper examines the concepts and features of imports; summarizes the factors affecting the import of food products; summarizes the methods and approaches to assessing import indicators.

The financial performance indicators are analyzed and the organizational and economic characteristics of LLC “Puratos Ukraine” as a subject of import activity are provided; an analysis of the factors influencing the import of food products of LLC “Puratos Ukraine” is carried out; analyzed the state and dynamics of food imports of Puratos Ukraine LLC.

The prospects for improving the import of food products of Puratos Ukraine LLC are substantiated, in particular, measures are formulated to improve the organization of imports of Puratos Ukraine LLC, the prospects for the development of branches of Puratos TNC in the food industry in Ukraine in the post-war period are determined, the use of financial instruments is proposed to improve the import activities of Puratos Ukraine LLC..

Keywords: foreign trade, TNC, import, import structure, import dynamics, food industry..

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМПОРТУ ХАРЧОВИХ ТОВАРІВ	8
1.1. Поняття та особливості імпорту	8
1.2. Чинники, що впливають на імпорт харчових товарів ...	15
1.3. Методи та підходи до оцінки показників імпорту	21
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІМПОРТУ ХАРЧОВИХ ТОВАРІВ УКРАЇНСЬКИМ ПІДРОЗДІЛОМ ТНК ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТОВ«ПУРАТОС УКРАЇНА»	28
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Пуратос Україна» як суб'єкта імпортової діяльності.....	28
2.2. Аналіз чинників впливу на імпорт харчових продуктів ТОВ «Пуратос Україна»	36
2.3. Аналіз стану та динаміки імпорту харчових продуктів ТОВ «Пуратос Україна»	42
Висновки до розділу 2.....	45
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ХАРЧОВИХ ТОВАРІВ ТОВ«ПУРАТОС УКРАЇНА»	47
3.1. Заходи з удосконалення організації імпорту ТОВ «Пуратос Україна».....	47
3.2. Використання фінансових інструментів для удосконалення імпортової діяльності ТОВ «Пуратос Україна».....	52
3.3. Перспективи розвитку філій ТНК «Пуратос» у харчовій промисловості в Україні у післявоєнний період	61
Висновки до розділу 3.....	66
ВИСНОВКИ.....	68
Список використаних джерел.....	72

ВСТУП

Актуальність дослідження. Глобалізація надає виробникам можливість нарощувати виробничі потужності, збільшувати обсяги продажів і розширювати ланцюжки поставок, включно із зарубіжними ринками. Сьогодні до найпопулярніших та високоприбуткових різновидів зовнішньоекономічної діяльності підприємств відносять імпорتنі операції, котрі разом із експортними займають найбільшу частку серед усіх зовнішньоекономічних операцій учасників ринкової економіки та допомагає підприємствам у вирішенні низки важливих питань, пов'язаних із конкурентоспроможністю на ринку.

Визначальним чинником успішної участі в сучасних конкурентних умовах є забезпечення високого рівня прибутковості імпоротної діяльності та ефективне управління імпортом, що дозволить відстояти провідні позиції на ринку, що актуально і для філій іноземних ТНК, до яких відносить ТОВ «Пуратос Україна». Актуальність теми підкреслюється тим, що харчова промисловість є однією із бюджетоутворюючих галузей в Україні. Умови існування вітчизняної промисловості, з одного боку, надають перспективи для її поширення та зростання, а з іншого – потребують значних зусиль для подолання негативних рис, притаманних країнам із ринковою економікою, що знаходиться на стадії формування.

Особливості розвитку зовнішньої торгівлі продуктами харчування розглядали такі вітчизняні науковці: Апопій В., Білик Ю., Бойко В., Власов В., Хубенко В., Галушко В., Кваша С., Калетнік Г., Кандива О., Кобута І., Мороз О., Лука О., Пітел М., Фешина О., Флейчук М., Шубравська О. та інші. Водночас посилення інтеграції з ЄС та посилення негативного впливу на економіку країни через військову агресію створюють нові обмеження та загрози для розвитку імпорту продовольчих товарів і потребують подальшого дослідження.

Метою роботи є дослідження імпорту харчових товарів українськими підрозділами ТНК харчової промисловості на прикладі ТОВ«ПУРАТОС УКРАЇНА» та визначення напрямів його удосконалення.

Поставлена мета обумовила формулювання **завдань кваліфікаційної роботи:**

- дослідити поняття та особливості імпорту;
- узагальнити чинники, що впливають на імпорт харчових товарів;
- узагальнити методи та підходи до оцінки показників імпорту;
- надати організаційно-економічну характеристика ТОВ «Пуратос Україна» як суб'єкта імпортової діяльності;
- здійснити аналіз чинників впливу на імпорт харчових продуктів ТОВ «Пуратос Україна»;
- проаналізувати стан та динаміку імпорту харчових продуктів ТОВ «Пуратос Україна»;
- обґрунтувати перспективи удосконалення імпорту харчових товарів ТОВ «Пуратос Україна».

Об'єктом дослідження виступає імпорт харчових товарів ТОВ «Пуратос Україна».

Предмет дослідження - науково-теоретичні положення та практичні рішення удосконалення імпорту харчових товарів ТОВ «Пуратос Україна».

У роботі знайшли застосування такі **методи дослідження** як аналіз і синтез, узагальнення – для дослідження теоретичних засад імпорту товарів; графічний метод, SWOT-аналіз, методи статистики для представлення даних стосовно структури та динаміки імпорту.

Інформаційна база кваліфікаційної роботи складається з праць українських і зарубіжних авторів з питань імпорту та зовнішньої торгівлі підприємств, офіційних даних та звітності ТОВ «Пуратос Україна».

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано тези:

Zinchuk-Mashevskyi S. THEORETICAL APPROACHES TO IMPROVING THE IMPORTS OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES. Збірка тез Всеукраїнської науково-практичної конференції «Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки», 18 жовтня 2024 р. Одеса, ОНЕУ (у друці).

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (38 найменування). Загальний обсяг роботи становить 75 сторінок. Основний зміст викладено на 70 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 23 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМПОРТУ ХАРЧОВИХ ТОВАРІВ

1.2. Поняття та особливості імпорту

З розвитком глобалізації та поглибленням міжнародних відносин дедалі більше уваги приділяється зовнішньоекономічним процесам. Поняття зовнішньоекономічної діяльності є складним та включає в себе досить велику кількість складових, вимагає здійснення трудомістких торгово-економічних операцій. Зовнішньоекономічна діяльність включає в себе набір операцій, які є засобом реалізації комерційної, господарської, управлінської та іншої діяльності у сфері світової економіки. Міжнародна торгівля є основою зовнішньоекономічної діяльності, тому найбільш вагомою складовою всіх операцій є зовнішньоторговельні операції. Їх основною та незмінною складовою є імпорتنі операції [1, с. 8-9].

У сучасних умовах інтеграції України у світове господарство різко посилюється значення імпоротної діяльності, здійснюваної підприємствами. Для одних підприємств імпорتنі операції вже стали звичним досвідом ведення їх господарського життя, для інших - є лише першою спробою освоєння зовнішнього ринку, але незалежно від ступеня розвитку імпортна діяльність підприємства покликана бути ефективною. Ефективність імпоротної діяльності є доказом обґрунтованості її розвитку, особливо в умовах самостійного здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємством. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств відіграє значну роль у розвитку насиченості споживчого ринку товарами належної якості, просуванню товарів вітчизняних виробників на зовнішні ринки. Об'єктивною основою такої діяльності вважається міжнародний поділ праці [2, с. 9].

Імпорт є важливим, оскільки він забезпечує потреби держави в тих видах продукції, які необхідні для його правильного функціонування, але з певних причин не можуть бути вироблені в нашій країні, є дефіцитними, дорогими або

мають низьку якість. Українські компанії, що займаються імпортними операціями, найчастіше віддають перевагу іноземним, а не внутрішнім товарам, виходячи з таких основних причин, як ціна, якість, недоступність певних матеріалів у своїй країні, прискорення і безперервність поставок, більш ефективне технічне обслуговування, сучасна технологія, досягнення визначених маркетингових цілей. Для споживачів імпорт пропонує широкий вибір, ширший асортимент якості та доступ до дешевших товарів та послуг. До того ж, оскільки імпорт дозволяє споживачу купувати більше товарів за менші гроші він заощаджує частину доходу роблячи його доступним для інших речей, таких як освіта, охорона здоров'я та заощадження. Імпорт також створює конкуренцію, змушуючи вітчизняних виробників покращувати вартість за рахунок підвищення якості та зменшення витрат [3, с. 17].

Тлумаченням термінів «імпорт» та «імпортна діяльність», що є тотожними, займалися багато дослідників. Також вони описані у законодавчих актах України.

Розглянемо декілька визначень імпорту у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Огляд визначень поняття «імпорт»

Автор	Визначення
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	Імпорт - купівля українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами [4].
Митний кодекс України	Імпорт (випуск для вільного обігу) - це митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, встановлених законами України на імпорт цих товарів, та виконання усіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України [5].
Шкурупій О. В.	Імпорт - процес, що передбачає купівлю продукції товарного та нетоварного характеру, виготовлену на території держави іноземного партнера для вжитку або подальшого продажу у територіальних межах країни-імпортера [6].
Савченко А. Г.	Імпорт - сукупність товарної продукції та продукції сервісного характеру, котрі країна-контрагент за попередньою домовленістю купує у країн, що виступають у ролі іноземних партнерів [7].

Навицький В. Є.	Імпорт - ввезення на територію країни товарної маси за відповідно оформленою купівельною операцією із іншої країни для продажу і споживання продукції на теренах країни-імпортера [8].
Решетняк К. Е.	Імпорт - ввезення на територію країни-імпортера продукції, що виготовлена або підлягає реалізації на території країни контрагента з метою її використання чи перепродажу [9].

Джерело: складено автором за [4;5;6, с. 248; 7, с. 120; 8, с. 948; 9, с. 31]

Провівши аналіз різних тлумачень поняття «імпортна діяльність» можна сформулювати комплексне визначення імпоротної діяльності як ланцюга взаємопов'язаних операцій, що передбачають придбання товарів чи послуг суб'єктом підприємницької діяльності певної країни (імпортером) у контрагента за кордоном (експортера) з обов'язковим переміщенням продукції через митні кордони з метою передачі прав володіння цією продукцією імпортеру.

Слід також відмітити, що термін «імпортна діяльність» відрізняється від терміну «імпортна операція», хоча деякі дослідники часто ототожнюють ці споріднені поняття.

Імпортна операція передбачає сукупність відносин, що виникають між суб'єктом однієї країни шляхом одноразової купівлі та переміщенням товарів, робіт, послуг, технологій та капіталів у резидента іншої країни для подальшого використання або реалізації з метою отримання прибутків та є основним складовим елементом імпоротної діяльності [10, с. 174].

Основною задачею імпорту є зниження витрат виробництва за рахунок придбання та використання більш дешевої імпортованої сировини і, як наслідок, збільшення прибутку і підвищення ефективності виробництва. Компанія, яка збирається розширити свої інтереси і вести зовнішньоекономічну діяльність завжди намагається продумати оптимальну схему та обрати той вид імпорту, в якому будуть враховуватися матеріальна вигода та економія робочого часу, тому доцільним буде розглянути основні види імпорту.

Існують різні методи класифікації імпоротної діяльності за різними ознаками. Основними формами імпорту більшість науковців визначають прямий та непрямий імпорт [10, с. 173]:

1. Прямий імпорт, що передбачає постачання товарів імпортеру, що здійснюється безпосередньо експортером.
2. Непрямий імпорт, що передбачає продаж і купівлю товарів між контрагентами за допомоги посередників.

Прямий та непрямий імпорт має ряд переваг та недоліків (Рис. 1, Рис 2).



Рис. 1.1. Переваги та недоліки прямого імпорту

Джерело: складено автором за [11, с. 140]

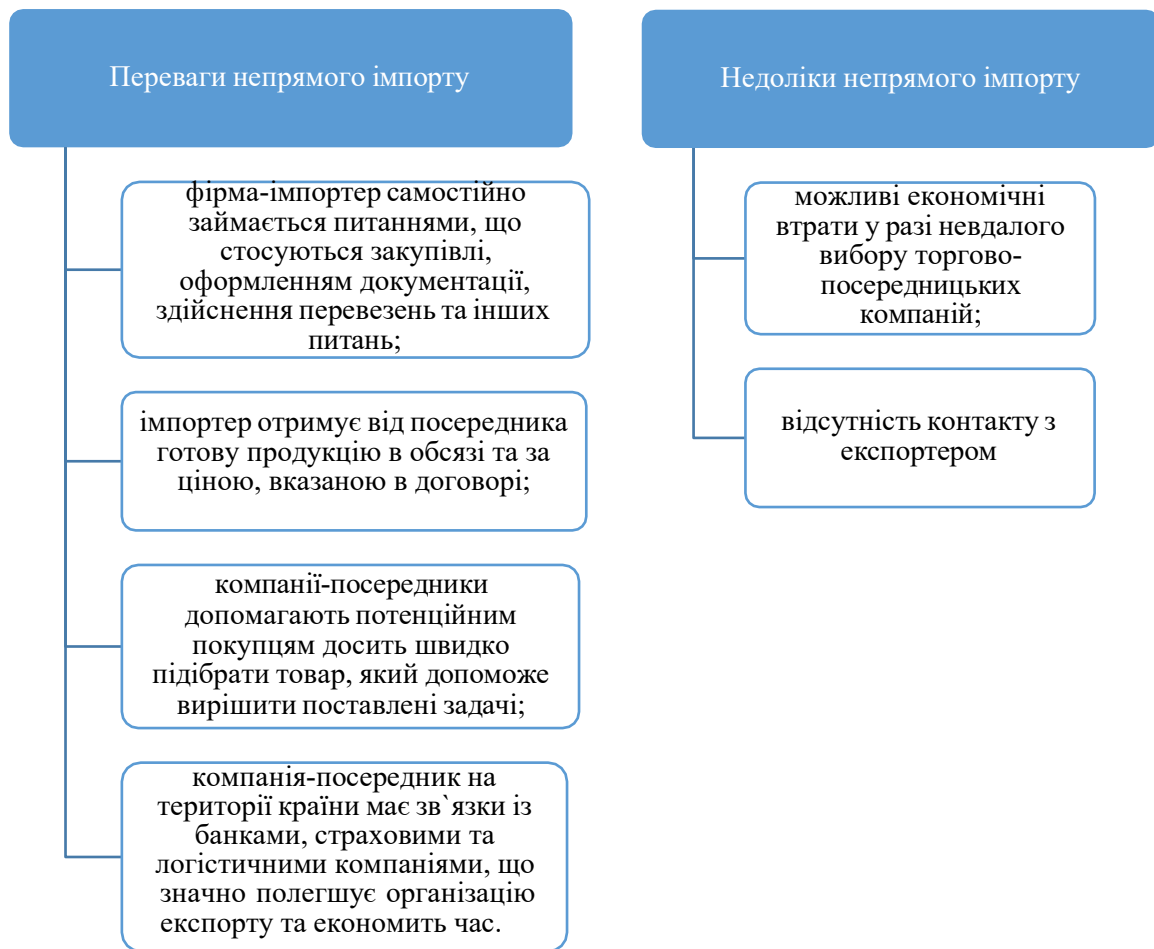


Рис. 1.2. Переваги та недоліки непрямого імпорту

Джерело: складено автором за [11, с. 140]

Обидві форми можуть ефективно застосовуватись залежно від конкретної ситуації на ринку, розмірів компанії та типу імпортованого товару.

Прямий метод імпорту часто застосовується у таких випадках:

- при імпорті промислової сировини на основі довгострокового контракту;
- при імпорті дорогого і великого обладнання;
- при імпорті стандартного обладнання через іноземні філії;
- при імпорті сільськогосподарської продукції у фермерів;
- при імпорті вузькоспеціалізованих товарів.

Непрямий метод імпорту в основному застосовується:

- при імпорті стандартного промислового обладнання;
- при імпорті товарів народного споживання;
- при імпорті дрібної продукції;
- на вибраних важкодоступних і незнайомих ринках;
- при просуванні нових продуктів;
- за відсутності власної дистриб'юторської мережі;
- за умови, що торгівля монополізується великими торговими та посередницькими фірмами.

Також окрім основних видів можна виділити інші класифікації імпортової діяльності підприємства за ознаками, які наведені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

Класифікації видів імпортової діяльності

Ознака	Види імпортової діяльності
За наявністю посередників	Прямий та непрямий
За типом продукції	Видимий та невидимий
За призначенням	Одноцільовий та багатоцільовий
За об'єктом	Імпорт товарів, послуг, робіт, капіталу, трудових ресурсів, інтелекту, інвестицій
За витратами на поставку	Безвитратний, частково витратний та повністю витратний
За наявності квот	Ліцензований та неліцензований
За регулярністю	Регулярний, сезонний та нерегулярний
За метою	Для кінцевого споживання, для переробки або для подальшого продажу

Джерело: [12, с. 192]

Проведене наукове дослідження дозволяє виділити основні класифікаційні ознаки та систематизувати основні види імпортової діяльності відповідно до даних табл. 1.3.

Систематизація основних видів імпоротної діяльності за
класифікаційними ознаками

Види імпоротної діяльності	Класифікаційні ознаки імпоротної діяльності
1. За кількістю посередників, що у процесі доставки товарів (послуг, капіталу) кінцевому споживачеві	- прямий імпорт – здійснюється шляхом передачі товарів, робіт чи послуг у безпосереднє користування споживачеві; - непрямий імпорт передбачає наявність однієї чи кількох посередників у процесі реалізації продукції;
2. За призначенням	- одноцільова імпортна діяльність допомагає досягти однієї конкретної мети, наприклад, продаж товарів, які не виробляються на території країни-імпортера; - багатоцільовий імпорт спрямований на забезпечення виконання кількох цілей: підвищення рентабельності та збільшення обсягів продажу, підвищення конкурентоспроможності підприємства та залучення нових покупців, розширення номенклатурної бази товарів тощо;
3. По об'єкту товару, що ввозиться	- товар; послуги; роботи; капітал; трудові ресурси; інвестиції;
4. За вартістю доставки	- безоплатно (умова доставки, що передбачає лише витрати продавця на доставку, таким чином витрати на доставку включені в початкову ціну продукції, а відповідальність за збереження цілісності товару при доставці перекладається повністю на партнера-продавця з-за кордону); - частково доставка поділяється між партнерами (умови, що передбачають витрати продавця та споживача продукції за умовами контракту); - повна вартість доставки за рахунок імпортера (витрати на доставку та відповідальність за продукцію перекладаються на імпортера);
5. За рентабельністю (пріоритетністю) імпоротної діяльності	- первинна (найбільша частина прибутку); - вторинна (незначний прибуток порівняно з іншою продукцією, що ввозиться чи виготовляється підприємством), на практиці здебільшого ця класифікація застосовується до підприємств, що імпортують більше одного найменування продукції;
6. За регулярністю	- нерегулярні (імпортні операції на підприємстві здійснюються через нерівні проміжки часу); - регулярні (характеризуються відносно стабільними часовими інтервалами між імпортними операціями);
7. За масштабом	- дрібні партії товарів (які не оподатковуються митами в силу їх загальної вартості та кількості: ввезення зразків товарів тощо); - великі партії товарів;
8. За асортиментом	- одне найменування товару; - широкий асортимент товарів;
9. За характером попиту на імпортований товар	- сезонний попит; - домашнє користування; - інше;

10. За кінцевою метою ввезення	- кінцеве використання країною-імпортером; - ввезення з метою перепродажу в інші країни; - ввезення з метою реімпорту (передбачається подальше повернення раніше імпортованих товарів у країну, що була раніше експортером продукції);
11. За розширеними характеристиками	- імпорт орієнтований на якісні характеристики товару; - імпорт залежно від кількості продажів;
12. За кількістю імпортованих операцій	- разові (складається з однієї імпортової операції, тобто імпорт разовий); - багаторазові (постійний імпорт: підприємство здійснює багато імпортованих операцій).

Джерело: складено за [13]

На практиці передбачається, що підприємства можуть здійснювати операції, пов'язані із зовнішньоекономічною діяльністю, лише з використанням правил міжнародних розрахунків, порядку укладання договорів, аналізу кон'юнктури валютного ринку, а також наявності правової бази, яка регулює порядок проведення операцій в іноземній валюті на території України та за її межами.

1.2. Чинники, що впливають на імпорт харчових товарів

На практиці визначається, що фактори, що впливають на організацію та розвиток імпорту підприємств поділяють на дві групи: внутрішні і зовнішні. Далі відповідно до рис.1.3 розглянемо складові даних груп.

Фактори організації та розвитку імпорту підприємств	внутрішні	масштаби імпорту рівень витрат складність продукції досвід ЗЕД
	зовнішні	ступінь жорсткості контролю ступінь економічної свободи рівень конкуренції присутність в країні рівень ризику

Рис. 1.3. Фактори, що впливають на організацію та розвиток імпорту підприємств

Джерело: складено за [14].

Таким чином розглянемо більш детально внутрішні та зовнішні фактори та їх вплив на імпорتنі операції. Серед внутрішніх слід виділити:

1) масштаби імпорتنих операцій. Кожна організація, що займається міжнародним бізнесом, може здійснювати різну кількість операцій. При їх невеликому масштабі та малому асортименті, як правило, на початковому етапі немає необхідності у створенні додаткових структурних підрозділів, а тим більше у створенні ЗЕД чи купівлі офшорної компанії. Як показує досвід, доцільно використовувати матричну структуру, тобто у межах існуючої організаційної структури підприємства виділяється тимчасова група управління проектом виходу на зовнішні ринки, яка підпорядковується безпосередньо вищому керівництву. Такий підхід, по-перше, полегшує організаційну реструктуризацію, а по-друге, дозволяє вищому керівництву контролювати питання міжнародного бізнесу.

2) витрати. Виробництво за кордоном або реалізація продукції на зовнішніх ринках пов'язані з постійними витратами, тому за невеликого обсягу виробництва дешевше залучити сторонню компанію, що займається міжнародним бізнесом, для роботи на договірних умовах. Коли бізнес розширюється, може виявитися вигіднішим вести міжнародні операції самостійно, ніж купувати послуги зовнішньої фірми. Тому будь-яка фірма має періодично самостійно переглядати проблему та перспективи реалізації міжнародних операцій.

3) складність продукції. На практиці передбачається, що чим складніша технологія, тим більша ймовірність того, що компанія розширюватиметься в інші країни, створюючи власне підприємство, а не укладаючи контракти з іноземною фірмою на виробництво продукції від її імені [14].

4) досвід. На початковому етапі виходу на міжнародні ринки небагато фірм готові витратити значну частину своїх ресурсів на міжнародні операції, тому на початкових етапах вони намагаються захистити свої ресурси та зосередити їх насамперед у країні-походження, а не за кордоном. Це визначає вибір таких оперативних форм, що передбачають передачу всіх питань, пов'язаних із

міжнародними операціями, зовнішнім організаціям. З розширенням зарубіжних операцій фірма починає розглядати свій міжнародний сектор окремо від внутрішнього. Далі йде тенденція до обслуговування міжнародних операцій власними силами та збільшення питомої ваги сил, розгорнутих за кордоном.

5) контроль. Чим більше угод фірма укладає з іншими компаніями, тим більша ймовірність того, що вона втратить контроль над прийняттям рішень, а це може вплинути на оптимізацію її діяльності на глобальному рівні, включаючи такі питання як розширення виробництва, розвиток нових видів продукції або забезпечення якості імпортової діяльності. Угоди із зовнішніми організаціями також передбачають поділ доходів, що має велике значення на підприємствах з високим потенційним прибутком. Додатковою особливістю є те, що компанія також ризикує, що її конфіденційна інформація стане відома конкурентам [14].

Серед зовнішніх факторів слід виділити:

1) економічна свобода. До економічної свободи ставляться такі чинники, як пряме заміщення окремих видів діяльності, визначення податкових ставок, сум коштів, що підлягають репатріації, вимоги (фактичні чи можливі) дотримання умов антимонопольного законодавства та інших.

2) конкуренція. Можливість конкуренції може змусити фірму обрати стратегію прискореного розширення зарубіжних операцій, але (через обмеженість ресурсів) шляхом укладання угод з іншими фірмами. Мінімізувати конкуренцію на конкретних ринках також можна за допомогою угод про співпрацю, які перешкоджають виходу на ринок нових конкурентів та визначають пайовий розподіл ресурсів чи обсягів виробництва.

3) присутність у країні. Коли компанія вже працює у певній країні, деякі переваги використання фірми-підрядника вже втрачають сенс. Іншими словами, компанія вміє працювати в чужій країні і може мати там надмірні потужності, достатні збільшення обсягу виробництва. Однак багато залежить від того, чи відповідає спеціалізація діючої закордонної філії типу продукції або послуг, що передаються за кордон [14].

4) ризики. У бізнесі є різні ризики, однак ризик, пов'язаний з ймовірністю політичних чи економічних змін, здатних знизити збереження активів фірми та отримуваних доходів, часто ставиться керівництвом корпорацій на перше місце у міжнародних операціях. Одним із способів мінімізації втрат є мінімізація активів за кордоном. Інтереси такого ж роду можуть визначати вибір домовленостей, що ґрунтуються на розділі активів з іншими фірмами. Ті самі обставини змушують уряди країн-отримувачів з обережністю ставитися до введення обмежень на будь-які операції, побоюючись зіткнення з опозицією з боку фірм-партнерів.

Ефективність імпортової діяльності на рівні фірми визначається перш за все на основі аналізу прибутковості імпортової операції шляхом зіставлення доходів і витрат, планових та фактичних показників імпорту. Але економіко-математичне обґрунтування прийнятих рішень з управління імпортовою діяльністю підприємства не може здійснюватися без урахування чинників, що впливають на імпортувальну діяльність. Досить важливо для фірми вміти визначати такі фактори та аналізувати їх.

Для кращої інтерпретації впливу чинників необхідно спочатку розглянути їх систему класифікації. Дослідники виділяють багато видів чинників залежно від різних ознак, більшість з яких є схожими чи мають однаковий зміст але різні підходи. Ряд авторів виділяють фактори внутрішнього і зовнішнього середовища, які впливають на підприємство на мікро- і макрорівні [15, с. 365], крім зовнішніх та внутрішніх факторів важливими також є контрольовані та неконтрольовані фактори. Також вона відрізняє чинники за часовим лагом дії [16, с. 204].

Проаналізувавши попередні дослідження факторів, що впливають на ефективність імпортової діяльності, їх можна класифікувати за низкою ознак:

1. За мотивацією до імпортової діяльності: фактори, що мотивують підприємство імпортувати, та фактори, що заважають імпортувальній діяльності підприємства. До мотивуючих можна віднести: високий попит на імпортовану продукцію на національному ринку; висока рентабельність

імпортою на внутрішньому ринку; відсутність необхідних матеріалів чи деталей або готової продукції на внутрішньому ринку; неможливість виготовлення даної продукції підприємством через географічні, кліматичні та ін. особливості внутрішнього ринку країни-імпортера тощо. До факторів, які заважають імпортній діяльності підприємства, можна віднести: нестабільність законодавчої бази щодо зовнішньоекономічної діяльності; відсутність необхідної інформації щодо пропозиції конкретної продукції на світовому ринку, тощо.

2. За середовищем впливу: фактори зовнішнього середовища та фактори внутрішнього середовища. До факторів зовнішнього середовища можна віднести: економічну ситуацію у країнах імпортера та контрагентів; політичне становище; експортерів – продавців продукції; дистриб'юторів тощо. До факторів внутрішнього середовища часто відносять: основні цілі та завдання імпортової діяльності підприємства; технічну та інформаційну базу; ресурсне забезпечення оборотними активами для ведення імпортової діяльності тощо.
3. За ступенем контрольованості: контрольовані та неконтрольовані. До контрольованих зазвичай зараховують: частку підприємства на ринку; конкурентні стратегії підприємства; інформаційне забезпечення; умови угод, що укладаються підприємством; імпортний потенціал підприємства; організацію системи логістики підприємства; цінову політику; якість менеджменту тощо. До неконтрольованих зараховують: зовнішньоторговельну політику країн, стан їх економіки; кон'юнктуру ринків; ємність зовнішніх ринків; інтенсивність конкуренції; потреби споживачів; динаміку; валютних курсів; рівень транспортних тарифів тощо. Вагоме значення при такому поділі становить тип ринку, на якому підприємство веде свою діяльність. Якщо ринок має олігополістичне спрямування, то окремі неконтрольовані фактори можуть стати частково контрольованими або ж навіть контрольованими. Контрольовані фактори також характеризуються рівнем фінансових витрат і часом для їх зміни.

4. За терміном впливу: фактори, що діють на періодичній основі (тимчасові) та постійно діючі фактори.
5. За сферою впливу: фінансово-економічні, маркетингові, управлінські, технологічні, виробничі, логістичні, соціальні тощо.
6. За ефектом, що викликає вплив фактору: позитивні, негативні та нейтральні. До позитивних можна зарахувати фактори, що полегшують ведення імпоротної діяльності підприємством (сприяють його діяльності), наприклад, зниження імпортних тарифів; спрощення процедури проходження митного оформлення; зменшення функціонального навантаження на працівників шляхом відкриття на підприємстві відділу ЗЕД тощо. До негативних можна віднести чинники, які ускладнюють процес здійснення імпортних операцій: зростання цін товарів на зовнішньому ринку; нестабільність ціни на імпортовані товари; зниження попиту на внутрішньому ринку; зниження фінансової спроможності реальних та потенційних покупців товару тощо. Нейтральні фактори жодним чином не впливають на імпорتنу діяльність підприємства у короткостроковому періоді, проте у довгостроковому можуть змінити свій вплив та перетворитися у позитивні або ж негативні.
7. За ступенем важливості фактори поділити на основні та другорядні. До основних зараховують чинники, що значно впливають на імпорتنу діяльність підприємства та зазвичай їх вплив є досить тривалим. До другорядних відповідно можна віднести фактори, вплив яких є незначним та якими можна знехтувати у деяких випадках.
8. За механізмом дії фактори доцільно розділяти на прямого впливу та непрямого впливу. До факторів прямого впливу зазвичай відносять такі фактори: робочі ресурси підприємства, задіяні у механізмі ведення імпоротної діяльності; план та стратегія діяльності фірми тощо. До факторів непрямого (опосередкованого) впливу відносять: конкурентів підприємства щодо імпортованої продукції; покупців продукції чи послуг у сегменті ринку; економічну ситуацію в країні тощо.

Повну класифікацію чинників, що впливають на імпорتنу діяльність підприємства можна відобразити у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4.

Класифікація факторів, що впливають на імпорتنу діяльність підприємства

За мотивацією до імпоротної діяльності			
Мотивуючі		Заважаючі	
За середовищем впливу			
Внутрішні		Зовнішні	
За ступенем контрольованості			
Контрольовані		Неконтрольовані	
За терміном впливу			
Тимчасові		Постійні	
За сферою впливу			
Економічні	Управлінські	Виробничі	Транспортні
За ефектом			
Позитивні	Негативні		Нейтральні
За ступенем важливості			
Основні		Другорядні	
За механізмом дії			
Прямого впливу		Непрямого впливу	

Джерело: складено автором на основі [17, с. 177]

Сфера бізнесу також дуже сильно впливає як на ефективність імпорту, так і на підприємство взагалі.

1.3. Методи та підходи до оцінки показників імпорту

Аналіз фінансового стану підприємства є початковим етапом для розробки планів і прогнозів щодо підвищення ефективності діяльності підприємства, у тому числі імпоротної діяльності.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством. Залежно від мети та завдань аналізу в кожному конкретному випадку

вибирають оптимальний саме для цього випадку комплекс показників та напрямків аналізу фінансового стану підприємства [18, с. 320].

Аналітичний аналіз про фінансові результати дає змогу побачити та оцінити чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), витрати (собівартість реалізованої продукції, інші операційні витрати, інші витрати) чистий прибуток (збиток) за певний період діяльності компанії.

Поняття економічної ефективності в загальному вигляді являє собою її результативність, тобто співвідношення між результатом і ресурсами, витраченими на його досягнення. Сутність проблематики економічної ефективності лежить в площині збільшення економічних результатів на одиницю витрат.

Ефективність імпорту – це прибутковість імпорту, що вимірюється відношенням вартості імпортного товару, що реалізується на внутрішньому ринку за внутрішніми цінами до його вартості за зовнішньоторговельними цінами. Оцінка ефективності імпортової діяльності – це особливий аналітичний інструмент, який дає змогу оцінити та визначити, чи є проведені операції доцільними та вигідними для підприємства [19, с. 192].

Для цього слід детальніше розглянути способи визначення ефективності імпортової діяльності підприємства. Досить ефективним і одним з найбільш складних методів є факторний. Він полягає в пошуку чинників, що впливають на ефективність ЗЕД. При використанні даного методу активно використовується математичний інструментарій. Визначається ступінь залежності виявлених чинників на ефективність зовнішньоекономічної діяльності. З причини своєї складності факторний підхід майже не використовується у реальній діяльності підприємствами учасниками ЗЕД. Це пов'язано, з одного боку, з відсутністю необхідного досвіду використання подібних методів, а з іншого - зі складністю виявлення і збору необхідних для аналізу статистичних даних [20, с. 140].

Більш простим і найбільш використовуваним методом оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства є розрахунок

системи економічних показників, які будуються на основі порівняння результатів, що досягаються результатів з витратами на їх досягнення та при участі.

Імпортні операції, найчастіше, пов'язані з ввезенням товару для власного споживання в процесі виробництва нового товару або ж для повторної реалізації на внутрішньому ринку шляхом перепродажу. При цьому, в першому випадку розглядаються варіанти з багаторазовим або ж одноразовим споживанням. Найпростішим варіантом розрахунку, при ввезенні товару для повторної реалізації на внутрішньому ринку, є розрахунок економічного ефекту від імпорту товару, призначеного для внутрішнього споживання:

$$EE_i = B_{ivr} - B_i \quad (1.1)$$

Де B_{ivr} - повні витрати на придбання та користування продукцією, альтернативної імпортній на внутрішньому ринку; B_i - ціна споживання імпортного товару, тобто всі витрати на придбання імпортного товару, продукції.

Економічний сенс показника економічного ефекту, який розраховується за формулою 1, в тому, що він показує, який прибуток матиме імпортер, якщо придбає імпортну продукцію замість придбання (виготовлення) продукції, альтернативної імпортної.

Якщо $B_i > B_{ivr}$, то абсолютне значення цього показника говорить про прибуток, який може мати потенційний імпортер, якщо він замість імпортної продукції придбає (виготовить) продукцію, альтернативну імпортній.

Абсолютна економічна ефективність угоди розраховується за такою формулою:

$$E_{efi} = \frac{B_{ivr}}{B_i} \quad (1.2)$$

Необхідною умовою ефективного імпорту в цьому випадку є $E_{efi} > 1$. Економічний зміст даного показника в тому, що він показує, у скільки разів імпортна продукція (товар) ефективніше продукції, альтернативної імпортній.

Показник валютної ефективності імпорту при реалізації товару на внутрішньому ринку розраховується за формулою:

$$E_{vi} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{ЦВР}_i \times \text{КІ}_i}{\sum_{i=1}^n \text{Ці} \times \text{КІ}_i} \quad (1.3)$$

Де ЦВР_i – ціна і-го товару, аналогічного імпортованому на внутрішньому ринку; Ці – ціна і-го товару, що був імпортований; КІ_i – фізичний обсяг імпорту і-го товару.

Економічний зміст показника валютної ефективності в тому, що він використовує за базу порівняння валютний курс.

Показник рентабельності імпорту товару розраховується за формулою:

$$P_i = \frac{EE_i}{B_i} \times 100 \quad (1.4)$$

Економічний сенс показника рентабельності імпорту в тому, що він показує, скільки гривень виручки отримує імпортер на кожну гривню витрат, пов'язаних з імпортом.

Таблиця 1.5.

Показники для оцінки ефективності імпортних операцій на підприємстві

№	Показник	Формула	Пояснення
1	Валютна ефективність імпорту	$E_{vi} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{ЦВР}_i \times \text{КІ}_i}{\sum_{i=1}^n \text{Ці} \times \text{КІ}_i}$, де Еві – валютна ефективність імпорту; ЦВР _i – ціна і-го товару на внутрішньому ринку; КІ _i – обсяг імпорту і-го товару; Ці – валютна ціна і-го товару	Базою порівняння є валютний курс, хоча і виконується порівняння зі значенням курсу за прямим котируванням
2	Економічна (абсолютна) ефективність імпорту	$E_{efi} = \frac{B_{iер}}{B_i}$, де Еефі – економічна (абсолютна) ефективність імпорту; Вівр. – вартість імпортової продукції на внутрішньому ринку; Ві – витрати на придбання імпортової продукції.	Чим більше цей показник переважає одиницю, тим ефективнішою є імпортна діяльність для підприємства.
3	Економічний ефект імпорту	$EE_i = B_{iер} - B_i$, де ЕЕі – економічний ефект імпорту; Вівр. – вартість імпортової продукції на внутрішньому ринку; Ві – витрати на придбання імпортової продукції.	Чим більшим є значення показника, тим більше підприємство отримує прибутку, а імпорту діяльність
			можна вважати ефективною.

4	Рентабельність імпорту	$P_i = \frac{EE_i}{B_i} \times 100, \text{ де}$ де P_i – рентабельність імпорту; EE_i – економічний ефект імпорту; B_i – витрати на придбання імпортової продукції	Показує розмір прибутку від реалізації імпорту на 1 грн. витрат щодо його придбання.
---	------------------------	--	--

Джерело: [21, с. 124]

Отже, у таблиці 1.5 були зазначені основні показники для оцінки ефективності імпортних операцій на підприємствах, а саме валютна ефективність імпорту, економічна (абсолютна) ефективність імпорту, економічний ефект імпорту та рентабельність імпорту. Дані показники забезпечують підприємству достовірність та оперативність інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у системі зовнішньоекономічної діяльності [21, с. 127].

Під час здійснення обґрунтованого підбору індикаторів для оцінювання ефективності імпортової діяльності виробничого підприємства потрібно керуватись певними вимогами, а саме:

- розрахунок індикаторів повинен ґрунтуватись на доступній інформаційній базі, що забезпечуватиме об'єктивність результатів;
- кожен індикатор повинен характеризуватись економічним змістом, тобто повинно бути чітко виражене його функціональне призначення;
- під час розрахунку індикаторів необхідно враховувати взаємозв'язки між ними [22, с. 89].

Для більш детального дослідження поточної господарської діяльності на підприємстві та надання рекомендацій із її покращення в майбутньому доцільно використовувати стратегічний аналіз. Стратегічний аналіз являє собою комплексне дослідження економічної системи за параметрами, які визначають її майбутній стан. Метою стратегічного аналізу конкурентоспроможності потенціалу підприємства є виявлення позитивних і

негативних факторів, які можуть впливати на формування та розвиток елементів потенціалу у конкурентному середовищі [21, с. 130].

У процесі проведення стратегічного аналізу об'єкта застосовуються такі прийоми і методи, як PEST – аналіз, SWOT – аналіз, SPACE – аналіз, GAP – аналіз, метод аналізу LOTS, PIMS – аналіз, вивчення профілю об'єкта, матриця БКГ, матриця «McKinsey» — «General Electric» та інші. Для аналізу ТОВ «Сільпо-Фуд» найбільш доцільно використовувати SWOT – аналіз та PEST – аналіз. Це можна пояснити мінливістю умов зовнішнього середовища в галузі роздрібної торгівлі та тим фактом, що ТОВ «Сільпо-Фуд» одночасно функціонує на всій території ринку ритейлерів України, охоплюючи при цьому різні конкурентні позиції.

SWOT – аналіз є одним із найпоширеніших і найефективніших підходів для оцінки конкурентоспроможності підприємства. Він являє собою групування факторів середовища на зовнішні та внутрішні і їх аналіз з точки зору позитивного чи негативного впливу на маркетинг. Тобто за допомогою SWOT – аналізу визначаються й аналізуються сильні і слабкі сторони фірми, а також можливості і загрози, які вона має на ринку [23, с. 243].

PEST – аналіз є одним з найпростіших та найзручніших методів для аналізу макросередовища. Виходячи з цього аналізу, компанія може пристосувати свою діяльність щоб знизити можливі наслідки впливу факторів та посилити своє становище на ринку роздрібної торгівлі. PEST – аналіз допомагає оцінити вплив таких факторів макросередовища, як: політико-правові; економічні; соціально-культурні; технічні [23, с. 246].

Висновки до розділу 1

У першому розділі визначено, що під імпортною діяльністю підприємства можна розуміти низку взаємопов'язаних операцій, що передбачають купівлю широкого асортименту товарів або послуг масового вжитку роздрібною мережею у постачальників з-за кордону з обов'язковим

переміщенням продукції через митні кордони з метою подальшого продажу кінцевому споживачу та отримання прибутку.

У другому підпункті розглянуті основні фактори, що безпосередньо впливають на ефективність імпорту підприємства, їх класифікація та характеристика. Визначено, що чинники можна класифікувати за наступними групами: за мотивацією до імпоротної діяльності (мотивуючі та заважаючі); за середовищем впливу (внутрішні та зовнішні); за ступенем контролюваності (контрольовані та неконтрольовані); за терміном впливу (тимчасові та постійні); за сферою впливу (економічні, управлінські, виробничі та транспортні); за ефектом (позитивні, негативні та нейтральні); за ступенем важливості (основні та другорядні); за механізмом дії (прямого та непрямого впливу).

Також проаналізовано середовище роздрібної торгівлі, його вплив на підприємство та основні напрямки розвитку, які спостерігаються та диктуються ринком.

В третьому підпункті, крім цілей аналізу рівня ефективності імпоротної діяльності підприємства, були розглянуті різні їх методи. Для проведення аналізу підприємства для початку доцільно розглядати його фінансові результати. Для оцінки впливу різних чинників на імпортну діяльність потрібен аналіз, що бере за основу показники: витрат на імпорт, цін на аналогічний товар на внутрішньому ринку, об'єми імпорту товарів та їх імпортні ціни. Для повного розуміння не тільки ефективності імпорту, а й підприємства взагалі зручно використовувати SWOT-аналіз та PEST-аналіз.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІМПОРТУ ХАРЧОВИХ ТОВАРІВ УКРАЇНСЬКИМ ПІДРОЗДІЛОМ ТНК ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТОВ«ПУРАТОС УКРАЇНА»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Пуратос Україна» як суб'єкта імпортової діяльності

Puratos Group - міжнародна корпорація, яка у 2020 році відсвяткувала 100 річницю своєї діяльності, досягнувши обороту в 2 мільярди євро. Подорож Puratos почалася в 1919 році. Те, що розпочалося як компанія батько й сина, перетворилося на успішний міжнародний бізнес. Зараз компанія пропонує повний спектр передових послуг та інгредієнтів клієнтам у пекарні, кондитерській та шоколадній промисловості по всьому світу. Сьогодні корпорація Puratos Group характеризується такими ключовими показниками (рис. 2.1-2.3).

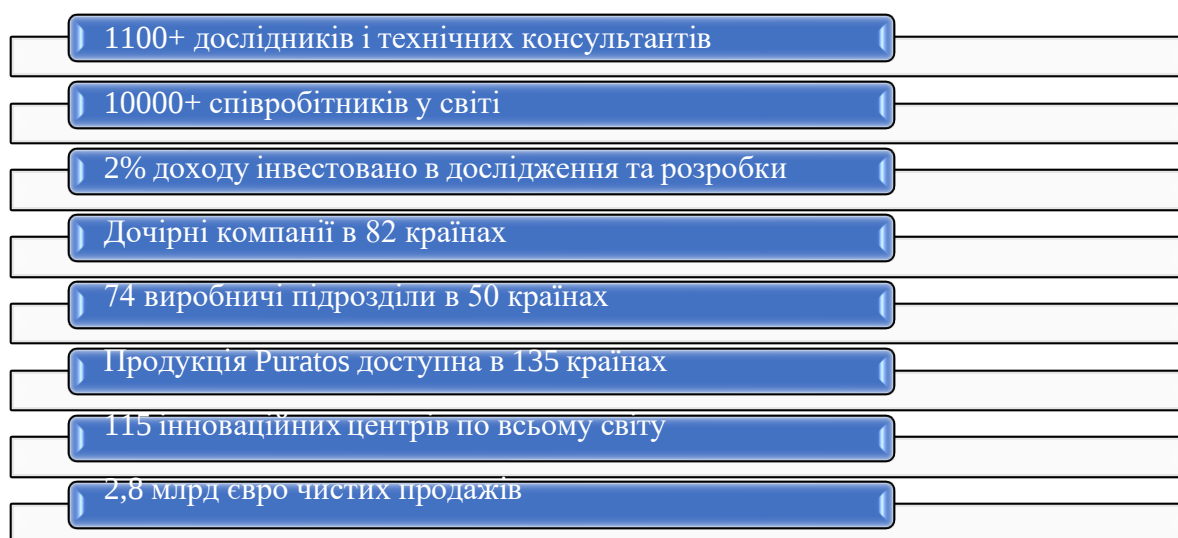


Рис. 2.1. Ключові показники діяльності ТНК Puratos Group у 2022 році

Джерело: складено за [24]

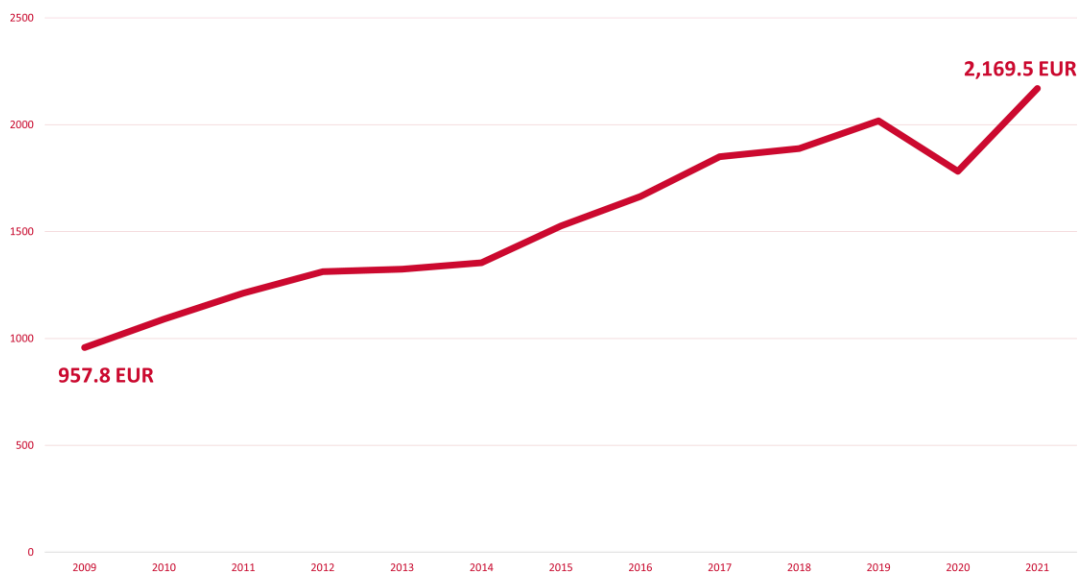


Рис. 2.2. Еволюція річного обороту (у мільйонах €)

Джерело: складено за [24]

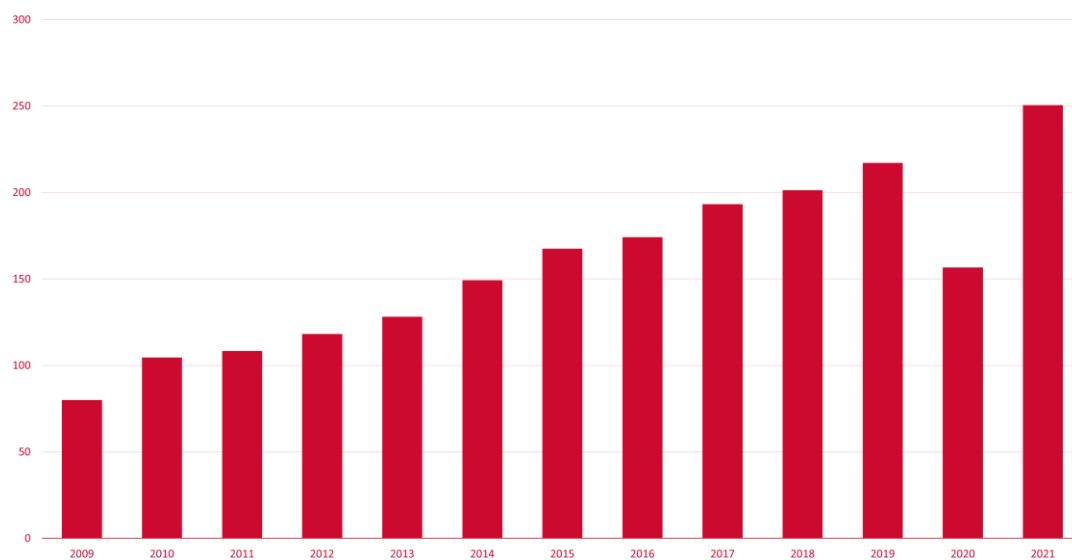


Рис. 2.3. Еволюція EBITDA (у мільйонах €)

Джерело: складено за [24]

Географічно діяльність корпорації можна надати за допомогою карти (Рис.2.4).

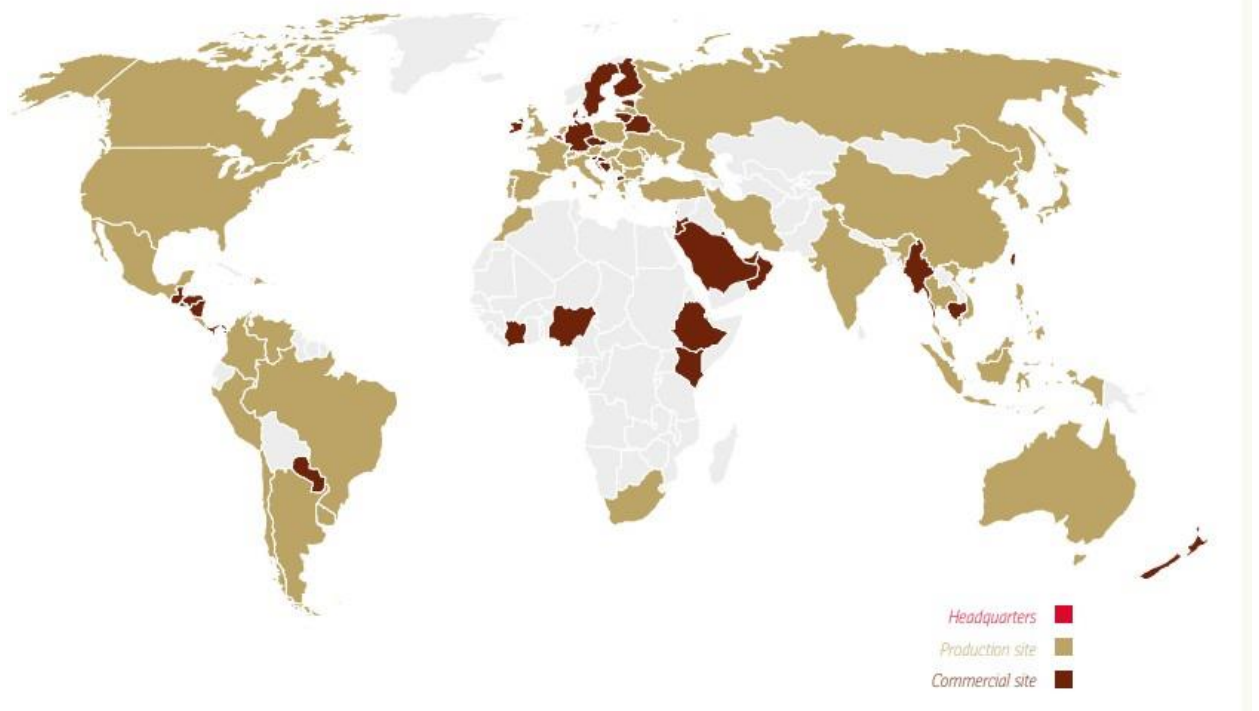


Рис. 2.4. Карта діяльності ТНК Puratos Group у 2020 році

Джерело: [24]

Як можна побачити на карті, у Бельгії розташований штаб компанії, виробничі площадки представлені у більшості країн світу, а комерційні сайти працюють там, де корпорація здійснює комерційну діяльність та продає свої товари.

В асортимент компанії входять: хлібобулочні покращувачі, ароматизатори та закваски, активні компоненти для випічки, суміші, маргарини, ензими, емульгатори, модульні покращувачі та глазури. Виробництво хлібобулочних компонентів є вертикально інтегрованим у тому сенсі, що компанія сама розробляє та виробляє власні емульгатори, ензими, закваски та модульні покращувачі – чотири основні компоненти покращувачів та сумішей. Кондитерська галузь включає кондитерські суміші, суміші для приготування різних видів кремів і мусів, у тому числі на основі рослинних олій, кремів та фруктових начинки, концентровані сиропи, гелі та глазури, помадки, ганаші, маргарини. Асортимент шоколаду – це 100% натуральний бельгійський шоколад, шоколадні начинки та глазури, що використовуються в

кондитерському та шоколадному виробництві, жирові начинки, начинки з какао та горіхів, праліне та горіхові пасти.

Компанія пройшла аудит системи управління безпечністю харчових продуктів і отримала міжнародний сертифікат FSSC 22000, що є свідченням визнання високої якості продукції Puratos усіма організаціями, що беруть участь у глобальному ланцюжку поставок харчових продуктів. Сьогодні стандарт FSSC 22000 є найнадійнішою та незалежно керованою системою сертифікації систем безпеки харчових продуктів у світі. Завдяки сертифікації FSSC 22000 компанія дає своїм партнерам можливість представити свою продукцію на міжнародному ринку, відкриває для них ринок Європи.

Асортимент корпорації представлений на наступній схемі (Рис. 2.5).

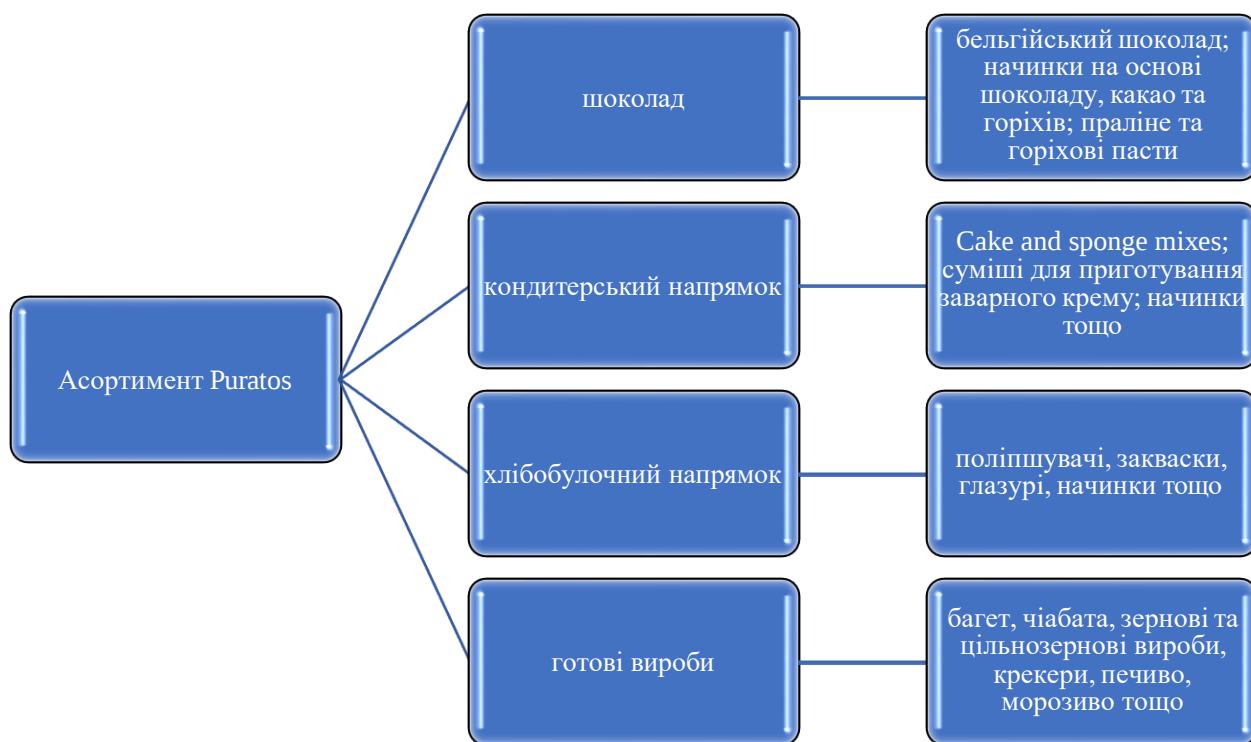


Рис. 2.5. Товарний асортимент корпорації Puratos Group

Джерело: складено за [25]

Вже 15 років представництво бельгійської корпорації Puratos функціонує в Україні і на сьогоднішній день компанія ТОВ «Пуратос Україна» є лідером свого сегменту харчової промисловості на ринку України (Рис. 2.6).



Рис. 2.6. Ключові показники ТОВ «Пуратос Україна»

Джерело: складено за [25]

Проведемо аналіз показників, які характеризують доходи та витрати ТОВ «Пуратос Україна» за 2021-2023 роки.

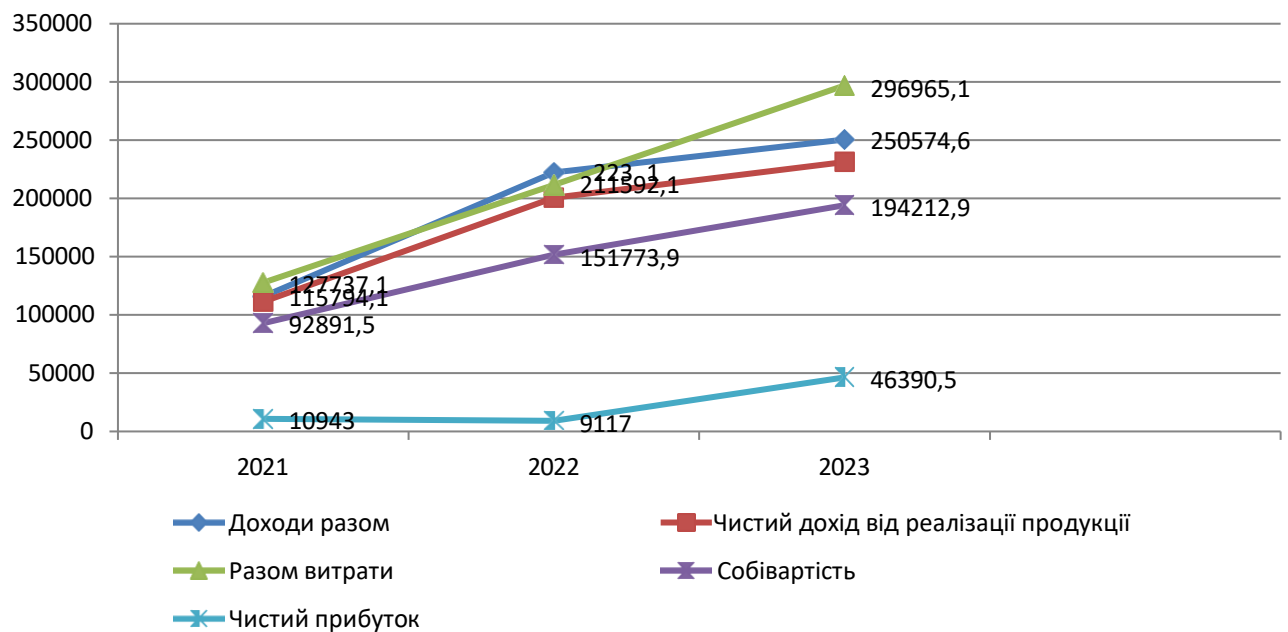


Рис. 2.7. Динаміка доходів та витрат ТОВ «Пуратос Україна», 2021-2023 рр., тис. грн.

Джерело: складено за [25].

Можна відзначити, що 2021-2023 роки ТОВ «Пуратос Україна» досягло збільшення чистого прибутку на 4,25%, а надходжень – на 2,18%, що свідчить про розвиток економічної діяльності та збільшення обсягів продажів. Проте слід зазначити, що у підприємства також зріс індекс собівартості (на 2,11%) та витрати (на 2,33%). Це пов'язано зі збільшенням обсягів імпорту та виробництва, а також зростанням цін на ресурси та різкими коливаннями курсу гривні.

Наочне представлення структури товарного імпорту підприємства надане на Рис. 2.8-2.9.

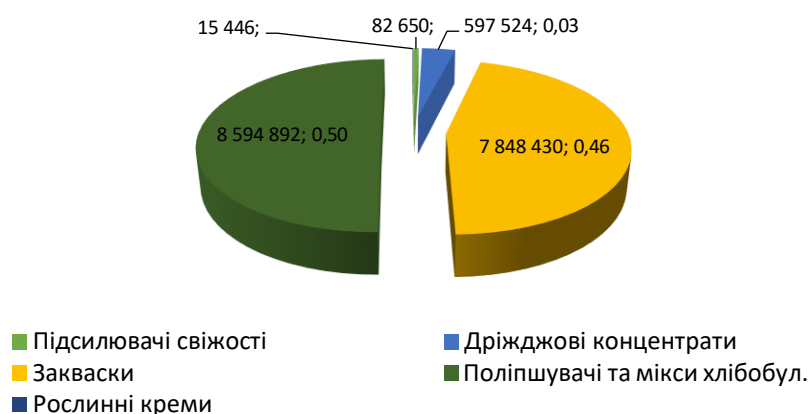


Рис. 2.8. Структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» у 2021 році, грн.

Джерело: складено за [25]

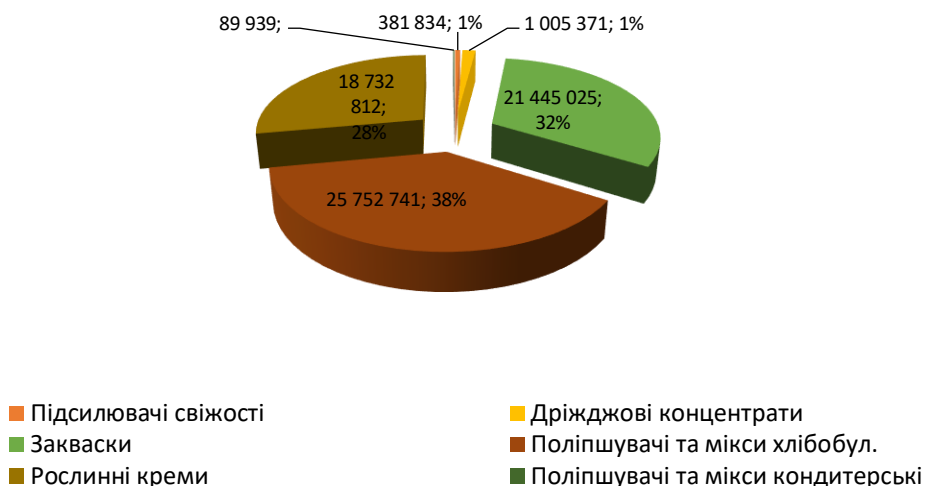


Рис. 2.9. Структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» у 2023 році, грн.

Джерело: складено за [30]

З наведених рисунків структури імпортного асортименту ТОВ «Пуратос Україна» видно, що валова доля та роль приросту обсягу імпорту припадає на підсилювачі та суміші хлібобулочних виробів. Таке зростання відбулося у вартісному та фізичному обсягах імпортних поставок. Тим не менш, структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» зазнала перегляду, так частка поліпшувачів і сумішей зменшилася до 38% у 2023 р. (50% у 2021), а частка дріжджів, що є значною статтею імпорту, скоротилася з 46% у 2021 р. до 32% у 2023 році.

Дослідимо динаміку та структуру продажів товарів власного виробництва ТОВ «Пуратос Україна» у 2021-2023 роках.

Таблиця 2.1

Динаміка та структура продажу ТОВ «Пуратос Україна», 2023-2021 рр.

товарна категорія	Рік				2023/2021	2023-2021
	од.виміру	2021	2022	2023		
кондитерські суміші для тіста та кремів	кг	20 942	21 031	8 623	0,415	-12 311
	грн	952 856	1 515 418	741 839	0,782	-211 016
суміші сухі	кг	361 620	413 574	476 178	1,322	114 558
	грн	9 091 745	16 275 173	19 370 675	2,133	10 278 930
жири та маргарин	кг	1 685 310	1 839 340	2 139 418	1,273	454 108
	грн	22 544 476	38 542 670	19 370 675	2,114	25 005 165
начинки та декор фруктові та кремові	кг	210 561	130 684	164 732	0,781	-45 829
	грн	7 341 765	8 234 379	8 769 550	1,193	1 427 785
Разом	кг	2 278 431	2 404 628	2 788 953	1,223	510 522
	грн	39 930 842	64 567 641	76 431 705	1,912	36 500 864

Джерело: складено за [25]

Таким чином зазначаємо, що ТОВ «Пуратос Україна» мала в аналізований період позитивну динаміку продажів товарної продукції. У 2023 році у порівнянні із 2021 загальний обсяг продажів продуктів власного виробництва збільшився у 1,91 раза.

В цілому аналіз зовнішньої торгівлі та збутової діяльності підприємства демонструє, що воно є ефективним в системі Puratos Group.

Надалі проаналізуємо, наскільки на сьогодні є ефективними інвестиції, здійснені у ТОВ «Пуратос Україна» корпорацією Puratos Group, використовуючи показники оцінки фінансового стану підприємства.

Таблиця 2.2

Показники аналізу ефективності ТОВ «Пуратос Україна» за 2021-2023

Показник	2021	2022	2023	2023-2021	2023/2021
Фінансова стійкість та структура капіталу підприємства					
Коефіцієнт фінансової автономії	0,80	0,84	0,86	0,04	0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	1,25	1,19	1,16	-0,6	-0,02
Коефіцієнт фінансового ризику	0,25	0,19	0,16	-0,6	-0,02
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,20	0,16	0,14	-0,4	-0,02
Коефіцієнт структури покриття довгострокових вкладень	1,15	0,14	0,12	-0,01	-0,03
Коефіцієнт структури залученого капіталу	0,55	0,63	0,68	0,08	0,05
Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел	0,88	0,89	0,90	0,01	0,01
Рентабельність капіталу підприємства					
Рентабельність сукупного капіталу	12,43	12,92	7,47	0,49	-5,45
Рентабельність власного капіталу	12,91	12,22	7,12	-0,68	-5,1
Чистий потік грошових коштів					
Відношення чистого потоку грошових коштів до підсумку балансу	0,2	-0,09	0,02	-0,11	0,11
Відношення чистого потоку грошових коштів до інвестиційного капіталу	0,2	-0,10	0,02	-0,12	0,12
Відношення чистого потоку грошових коштів до прибутку від інвестиційної діяльності	0,74	0,66	-0,66	-0,07	-1,32
Використання інвестиційних ресурсів					
Рівень доходів від участі в капіталі	0	0	0	0	0
Рівень фінансових доходів на 1 грн. витрат	40,53	29,59	5,93	-10,94	-23,65
Рівень інших доходів на 1 грн. витрат	12,06	0,014	0,006	-12,04	-0,01

Джерело: авторська розробка

Проведені аналітичні розрахунки дозволяють дійти висновку, що в цілому фінансово-господарські показники діяльності підприємства демонструють ефективність здійснення інвестицій та ефективність здійснення управлінських рішень. Наприклад, коефіцієнт автономії, який визначає частку власних фінансових ресурсів у загальній структурі фінансування підприємства при нормативному значенні більше [26], ніж 0,5 складає 0,86 у 2023 році. Коефіцієнт фінансової залежності, який є оберненим до попереднього

показника має наближатися до 1, це означає, що власники повністю фінансують підприємство, в нашому випадку у 2023 році він склав 1,16. Рентабельність сукупного капіталу має бути визначена на рівні не менше 10,0 а у нашого підприємства в 2023 році вона склала 7,47, хоча у 2021 році була вище нормативу (12,43). Рентабельність сукупного капіталу характеризує операційну ефективність підприємства [26]. Вона залежить від рентабельності обороту. Рентабельність власного капіталу також демонструє тенденцію до зниження: при нормативі більше 10,0 вона знизилась у 2023 році до значення 7,12 з 12,91 у 2021 році. Рентабельність власного капіталу засвідчує ефективне використання власного капіталу, можливість його примноження. Вона забезпечується отриманням чистого прибутку в результаті господарської діяльності [26]. В нашому випадку показник засвідчує зниження ділової активності на підприємстві.

2.2. Аналіз чинників впливу на імпорт харчових продуктів ТОВ «Пуратос Україна»

Виробництво в харчовій промисловості характеризується меншою залежністю від передбачуваних змін на зовнішніх ринках порівняно з іншими галузями через місткість внутрішнього ринку та низьку еластичність попиту на промислову продукцію. Україна має достатній промисловий потенціал, щоб забезпечити власними продовольчими ресурсами населення, щоб стати продовольчим незалежним від імпорту. Однак існує багато проблем і потенційних ризиків, які перешкоджають цьому, зокрема:

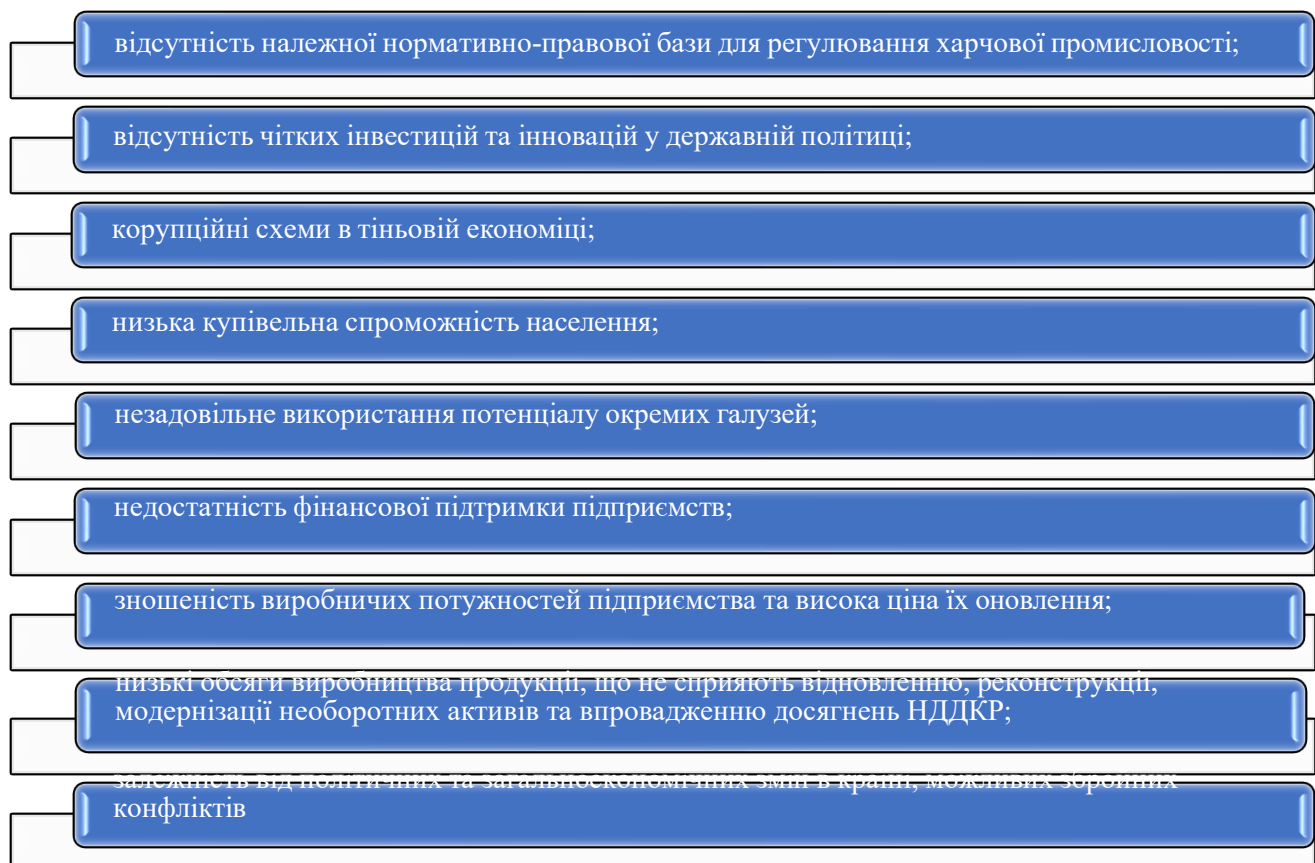


Рис. 2.10. Чинники інвестиційної активності українських підприємств харчової промисловості

Джерело: складено за [27]

За поточних умов господарювання, коли в Україні продовжується війна та зрив сезонної посівної, харчова промисловість опинилася перед потенціальною кризою. Основний напрям виходу з якої є пошук джерел залучення іноземних інвестицій з урахуванням галузевої специфіки виробництва та формування ефективних рішень з реалізації інвестиційних проектів. Фахівці повідомляють про зростання вартості продуктів загального вжитку: вартість пшеничного хліба зросла на 28,5%, гречаної крупи – на 25,5%, макаронні вироби подорожчали на 24,5%, олія рослинна – 11,9 %, цибуля на 27,2 % [28].

За прогнозами міжнародних експертів FAO найближчим часом ціни на продуктові набори зростуть у всьому світі, оскільки Україна є лідером у світі

з експорту соняшникової олії та зернових культур [29]. Серед загроз, які впливають на продовольчу безпеку України та сприяють світовій продовольчій кризі, ФАО називає (Рис. 2.11):

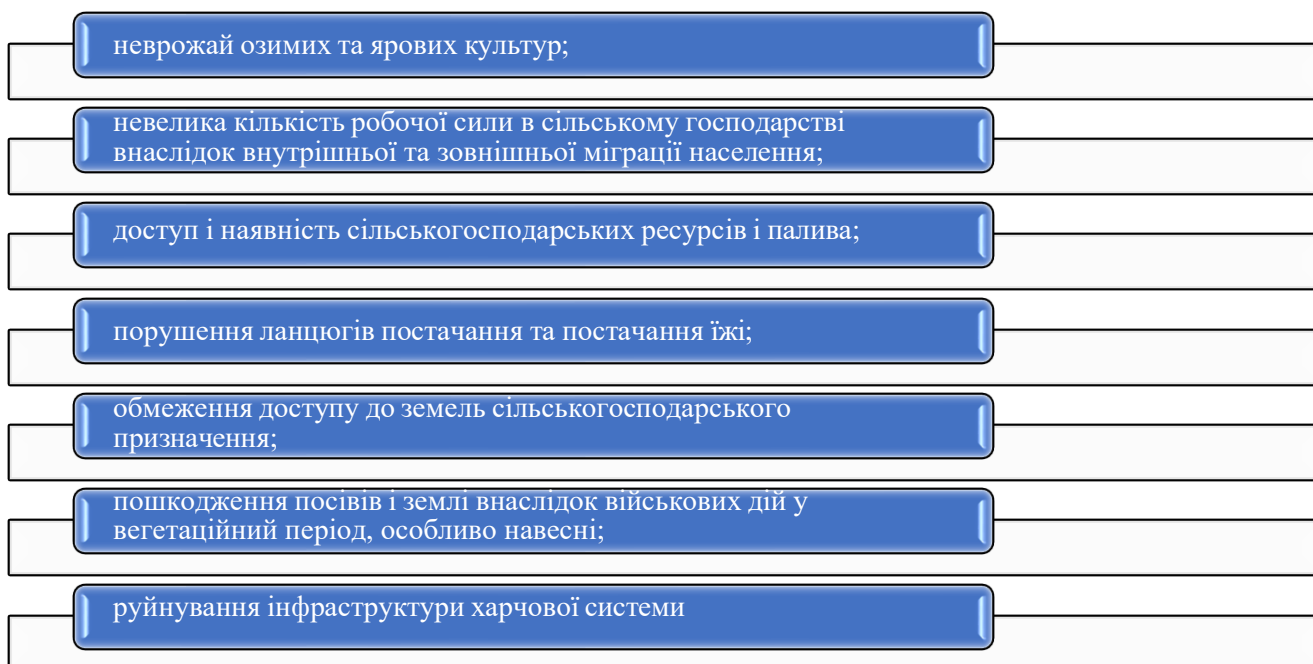


Рис. 2.11. Загрози, які впливають на продовольчу безпеку України та сприяють світовій продовольчій кризі

Джерело: складено за [29].

У регіонах, де ведуться активні бойові дії, таких як Херсонська, Запорізька, Харківська, Донецька та Луганська області, посівну скасовано через реальну неможливість її проведення (Рис. 2.12).

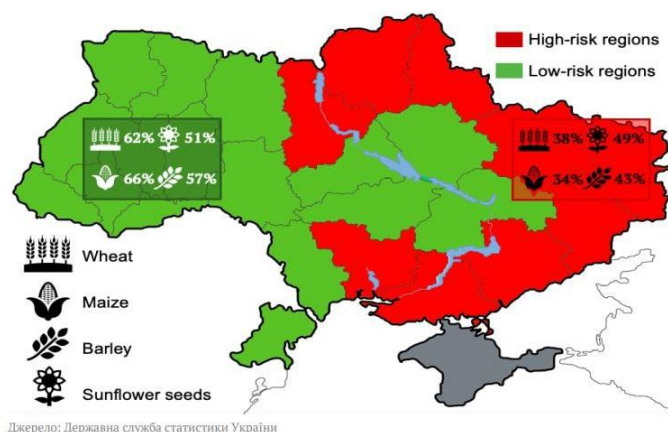


Рис. 2.12. Частка виробництва деяких культур у регіонах з високим рівнем небезпеки для сільського господарства та інших регіонах України

Джерело: [30]

Але посів не відбувся навіть на прилеглих територіях через нестачу робочої сили, палива та порушення ланцюгів поставок. Особливо стурбовані ситуацією зовнішньоторговельні партнери України в Лівані, Пакистані, Лівії, Тунісі, Ємені та Марокко, які значною мірою залежать від українського імпорту для прогодування населення [31].

Надалі проведемо детальний аналіз макросередовища ТОВ «Пуратос Україна», оскільки для компаній, які працюють на світовому ринку, важливіше визначити ці фактори, щоб адаптуватись та виходити на різні аспекти міжнародного ринку. З огляду на обставини світу та узагальнюючи основні фактори політичного, економічного, культурного, технологічного, правового та екологічного характеру, необхідно визначити характеристики макросередовища, які є найбільш актуальними для ТОВ «Пуратос Україна».

Світове економічне середовище має значний вплив на ТОВ «Пуратос Україна» на внутрішньому та зовнішньому ринках. Збільшення імпорту та продажів свідчить про збільшення попиту на продукцію підприємства. Однак тут є і негативний фактор – зростання імпортних цін через девальвацію гривні та зростання витрат компанії (зростання цін на електроенергію, вартість доставки через подорожчання нафти). Слід відзначити негативний ефект від епідемії у 2020 році та війни з лютого 2022 року. Згідно з макроекономічним прогнозом Світовий банк погіршив прогноз зростання ВВП України у 2023 році з 3,3% до 0,5%. За прогнозами, економіка України зросте на 0,5% цього року після стрімкого скорочення на 29,2% у 2022 році. Хоча економічний збиток, якого зазнала Україна в результаті вторгнення, величезний, але розблокування українських портів в Чорному морі, відновлення торгівлі зерном, а також істотна підтримка донорів, допомагають підтримувати економічну активність в цьому році. Інфляція на кінець 2023 року може скласти 18%. [32].

Політична ситуація в Україні є основним фактором, який перешкоджає діяльності ТОВ «Пуратос Україна». Загроза полягає в тому, що не вистачає ресурсів для стабільної роботи галузі, тому що виникли політичні сутички

щодо пошуку інших джерел газу, криза у вітчизняній вугільній промисловості вплине на збитки для виробництва електроенергії.

Законодавчі зміни створили бар'єр для входу на зовнішні ринки, що обмежило міжнародну конкурентоспроможність ТОВ «Пуратос Україна». Запровадження угоди про відносини України з Європейським Союзом з вересня 2017 року та отримання статусу кандидата на членство в ЄС може дати компанії можливість змінити зовнішню торгівлю, що є вигідним через скасування імпорتنих мит.

Прогрес техніки та технологій не визначає багато аспектів діяльності ТОВ «Пуратос Україна», але зачіпає питання від технологій виробництва до асортименту продукції та методів реалізації. Для харчової промисловості важливо йти за часом і стежити за інноваціями на міжнародному ринку, інакше ви швидко втратите свої конкурентні позиції.

Основні чинники соціально-культурного середовища це міграція населення України внаслідок війни та мобілізація. Відбувається своєрідна втеча висококваліфікованих працівників за кордон та відтік робітників через необхідність вступу до лав ЗСУ.

Таким чином, після проведеного аналізу, можна надати SWOT-аналіз, сформований для ТОВ «Пуратос Україна».

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз чинників зовнішньої торгівлі ТОВ «Пуратос Україна»

Сильні сторони		Слабкі сторони	
1	Якісна продукція, сертифікована за міжнародними стандартами та вимогами ЄС	1	Залежність від імпорту сировини та технологій
2	Власні виробничі потужності	2	Суттєве зростання собівартості та ціни імпорту через падіння курсу гривні
3	Кваліфіковані кадри	3	Чутливість дрібних пекарень до зростання ціни на асортимент компанії
4	Ефективне ціноутворення	4	Відсутність розробленої стратегії освоєння нових ринків
5	Лояльність старих контрагентів	5	Падіння показників рентабельності
6	Підтримка підрозділів та надання готових виробничих та маркетингових рішень	6	Відтік кадрів
7	Широкий асортимент	7	Неможливість проводити більш гнучку цінову політику
8	Високотехнологічне обладнання та виробництво	8	Низька швидкість оновлення асортименту

9	Налагоджені канали розподілу продукції		
10	Відомий бренд з репутацією та іміджем на ринку		
Можливості		Загрози	
1	Збільшення кількості дрібних пекарень для продажу продукції із імпортованої сировини	1	Макроекономічна нестабільність у довгостроковому періоді
2	Зростання кількості пекарень в системі ритейлу супермаркетів	2	Політична нестабільність, продовження військових дій
3	Зростання кількості споживачів свіжої випічки, морозива, кондитерських виробів	3	Інфляція, різке коливання валютного курсу
4	Збільшення імпорту з ЄС	4	Падіння платоспроможного попиту
5	Вихід на нові товарні ринки та сегменти	5	Подальше ускладнення логістики
6	Впровадження товарної диверсифікації	6	Зростання цін на енергоносії, сировину сільського господарства, неможливість відновлення виробництва зерна, олій, фруктів, ягід
7	Зниження собівартості при умові інвестування в інноваційні технології	7	Зростання частки транспортної складової у видатках
8	Нові маркетингові рішення для просування товарів	8	Поява дешевих товарів-аналогів з Польщі
9	Охоплення нових потреб споживачів	9	Зміна вимог споживачів товарів компанії
		10	Більша популярність домашньої випічки внаслідок економії коштів

Джерело: авторська розробка

З проведеного аналізу можна зробити висновок, що ТОВ «Пуратос Україна» має найважливіші сильні сторони, серед яких висока якість продукції, сертифікована за міжнародними системами стандартизації та стандартами ЄС, наявність власних виробничих потужностей, кадровий потенціал, авторитет бренду, економічність і високий рівень надійності традиційних постачальників та покупців. Слабкими сторонами підприємства, які досліджувалися, є залежність від імпорту сировини та обладнання, подорожчання окремих видів продукції. Зростання популярності невеликих магазинів, збільшення кількості пекарень, відділів харчування та пекарень у системі роздрібної торгівлі та покращення можливостей імпорту за умовами ЗВТ з ЄС вважаються напрямками, які можуть покращити стан підприємства. Ми враховуємо економічну та політичну невизначеність, коливання обмінного курсу та потенціал фінансової кризи як загрозу, яка негативно вплине на діяльність ТОВ «Пуратос Україна».

2.3. Аналіз стану та динаміки імпорту харчових продуктів ТОВ «Пуратос Україна»

Наступним кроком вважається доцільно проаналізувати показники динаміки та товарної структури ТОВ «Пуратос Україна» окремо за імпортом та продажами (табл. 2.5, рис. 2.13, табл. 2.6).

Таблиця 2.5

Імпорт ТОВ «Пуратос Україна», 2021-2023 рр.

найменування товарної категорії	од.виміру	Рік			абсолютне відхилення	відносне відхилення
		2021	2022	2023	2023/2021	2023-2021
Підсилювачі свіжості	Qty, kg	600	1 380	1 770	1 170	2,95
	Sales, UAH	82 650	274 231	381 834	299 184	4,62
Дріжджові концентрати	Qty, kg	9 101	8 705	8 571	-530	0,94
	Sales, UAH	597 524	928 002	1 005 371	407 847	1,68
Закваски	Qty, kg	74 717	80 343	109 811	35 094	1,47
	Sales, UAH	7 848 430	14 608 655	21 445 025	13 596 595	2,73
Поліпшувачі та мікси хлібобул.	Qty, kg	266 250	383 613	528 285	262 035	1,98
	Sales, UAH	8 594 892	18 624 333	25 752 741	17 157 849	2,99
Інше	Qty, kg	183	72	-	-183	-
	Sales, UAH	15 446	10 676	-	-15 446	-
Рослинні креми	Qty, kg	624 456	640 593	480 098	-144 358	0,77
	Sales, UAH	12 339 909	23 245 224	18 732 812	6 392 903	1,52
Поліпшувачі та мікси кондитерські	Qty, kg	-	-	600	600	-
	Sales, UAH	-	-	89 939	89 939	-
Всього	Qty, kg	975 307	1 114 705	1 129 135	153 828	1,16
	Sales, UAH	29 478 850	57 691 121	67 407 721	37 928 871	2,28

Джерело: складено автором за [25]

Аналіз демонструє, що взагалі підприємство має позитивну динаміку імпорتنних операцій. У 2023 році при порівнянні з 2021 загальний обсяг

імпорту у вартісному вираженні збільшився на 37 928 871 гривень або у 2,28 рази.

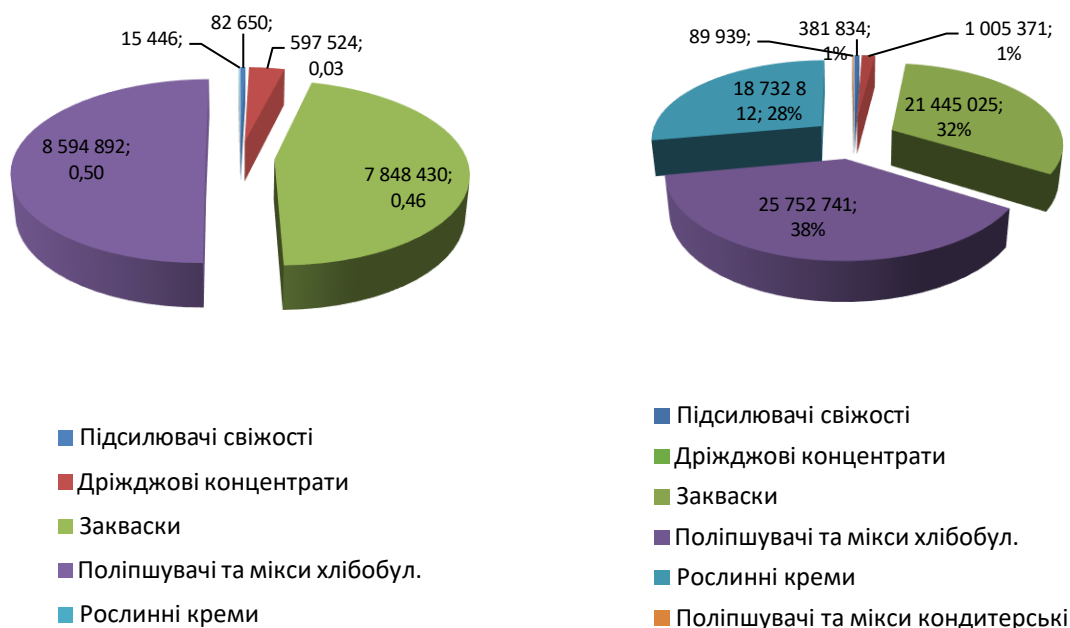


Рис. 2.10. Структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» у 2020 та 2023 рр., грн.

Джерело: складено автором за [45]

З наведених діаграм товарного асортименту імпорту ТОВ «Пуратос Україна» видно, що валова частка та роль у збільшенні обсягів імпорту належить поліпшувачам та міксам для хлібобулочних виробів. Таке збільшення відбулося як у вартісному вираженні, так в за показником фізичного обсягу імпорту. Тим не менш, структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» перетерпіла певних змін – частка поліпшувачів та міксів скоротилась у 2023 році до 38% (з 50% у 2021 році), а частка заквасок, які теж є ваговою імпоротною статтею, з 46% у 2023 році до 32% (у 2021 році).

Наступним кроком аналізу стало дослідження динаміки та структури продажів ТОВ «Пуратос Україна» (Табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Динаміка та структура продажів (власне виробництво) ТОВ «Пуратос Україна», 2021-2023 рр.

Найменування товарної категорії	Рік				відносне відхилення	абсолютне відхилення
					2023/2021	2023-2021
	од.виміру	2021	2022	2023		
Суміші кондитерські для тіста та кремів	Qty, kg	20 940	21 031	8 625	0,41	-12 315
	Sales, UAH	952 856	1 515 418	741 839	0,78	-211 016
Сухі суміші	Qty, kg	361 620	413 574	476 178	1,32	114 558
	Sales, UAH	9 091 745	16 275 173	19 370 675	2,13	10 278 930
Маргарини та жири	Qty, kg	1 685 310	1 839 340	2 139 418	1,27	454 108
	Sales, UAH	22 544 476	38 542 670	19 370 675	2,11	25 005 165
Фруктові, кремкові начинки та декор	Qty, kg	210 561	130 684	164 732	0,78	-45 829
	Sales, UAH	7 341 765	8 234 379	8 769 550	1,19	1 427 785
Всього	Qty, kg	2 278 431	2 404 628	2 788 953	1,22	510 522
	Sales, UAH	39 930 842	64 567 641	76 431 705	1,91	36 500 864

Джерело: складено автором за [45]

ТОВ «Пуратос Україна» демонструє позитивну динаміку продажів. У 2023 році у порівнянні із 2021 загальний обсяг продажів продуктів власного виробництва збільшився у 1,91 рази або на 36 500 864 гривень.

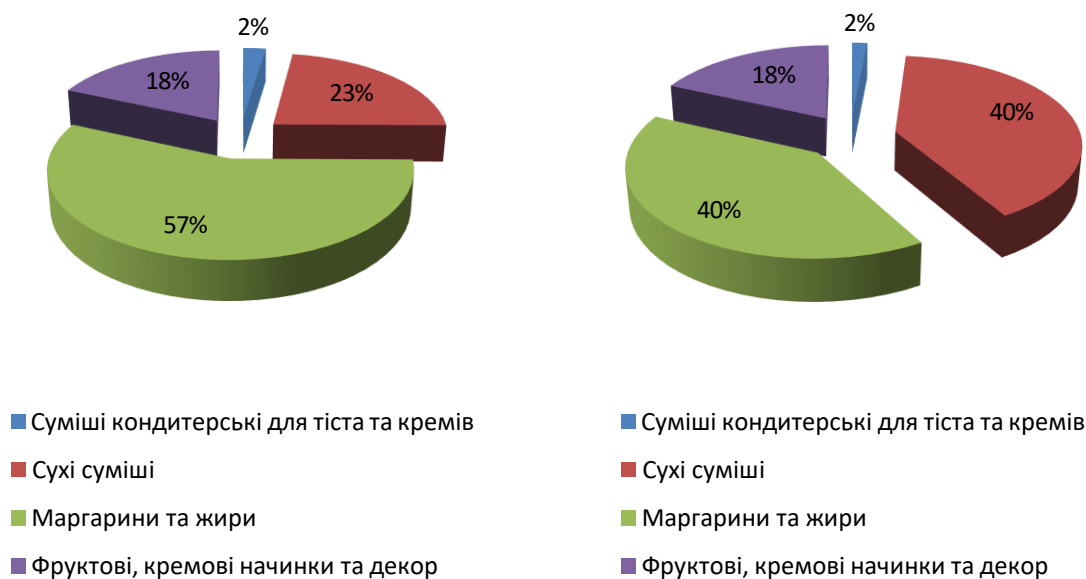


Рис. 2.11. Структура продажів ТОВ «Пуратос Україна» у 2021 та 2023 рр., грн.

Джерело: складено автором за [45]

З наведених діаграм товарного асортименту імпорту ТОВ «Пуратос Україна» видно, що валова частка та роль у збільшенні обсягів імпорту належить поліпшувачам та міксам для хлібобулочних виробів. Таке збільшення відбулося як у вартісному вираженні, так в за показником фізичного обсягу імпорту. Тим не менш, структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» перетерпіла певних змін – частка поліпшувачів та міксів скоротилась у 2023 році до 38% (з 50% у 2021 році), а частка заквасок, які теж є ваговою імпортною статтею, з 46% у 2021 році до 32% (у 2023 році).

Висновки до розділу 2

Вже 15 років представництво бельгійської корпорації Puratos функціонує в Україні і на сьогоднішній день компанія ТОВ «Пуратос Україна» є лідером свого сегменту харчової промисловості на ринку України. Можна відзначити, що 2021-2023 роки ТОВ «Пуратос Україна» досягло збільшення чистого прибутку на 4,25%, а надходжень – на 2,18%, що свідчить про розвиток економічної діяльності та збільшення обсягів продажів. Проте слід зазначити, що у підприємства також зріс індекс собівартості (на 2,11%) та витрати (на 2,33%). Це пов'язано зі збільшенням обсягів імпорту та виробництва, а також зростанням цін на ресурси та різкими коливаннями курсу гривні.

Проведені аналітичні розрахунки дозволяють дійти висновку, що в цілому фінансово-господарські показники діяльності підприємства демонструють ефективність здійснення інвестицій та ефективність здійснення управлінських рішень.

З проведеного аналізу можна зробити висновок, що ТОВ «Пуратос Україна» має найважливіші сильні сторони, серед яких висока якість продукції, сертифікована за міжнародними системами стандартизації та стандартами ЄС, наявність власних виробничих потужностей, кадровий

потенціал, авторитет бренду, економічність і високий рівень надійності традиційних постачальників та покупців.

Аналіз демонструє, що взагалі підприємство має позитивну динаміку імпорتنих операцій. У 2023 році при порівнянні з 2021 загальний обсяг імпорту у вартісному вираженні збільшився на 37 928 871 гривень або у 2,28 рази. Валова частка та роль у збільшенні обсягів імпорту належить поліпшувачам та міксам для хлібобулочних виробів. Таке збільшення відбулося як у вартісному вираженні, так в за показником фізичного обсягу імпорту. Тим не менш, структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» перетерпіла певних змін – частка поліпшувачів та міксів скоротилась у 2023 році до 38% (з 50% у 2021 році), а частка заквасок, які теж є ваговою імпортною статтею, з 46% у 2023 році до 32% (у 2021 році).

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ХАРЧОВИХ ТОВАРІВ ТОВ «ПУРАТОС УКРАЇНА»

3.1. Заходи з удосконалення організації імпорту ТОВ «Пуратос Україна»

У другому розділі був проведений аналіз імпортової діяльності ТОВ «Пуратос Україна». Було виявлено збільшення об'єму витрат на імпорт та їх частки у загальних витратах.

Аналіз рентабельності показав, що доходи від продажу імпортованих товарів нижчі за собівартість імпортованих товарів. Це може бути пов'язаним з перенасиченістю ринку імпортованими товарами та відсутністю сформованої звички до споживання іноземних товарів.

Аналіз структури та динаміки імпорту показав, що крім стрімкого росту фізичного об'єму імпорту також зросла і частка контрактної вартості імпортованих товарів. Це може бути пов'язаним з ростом цін або послабленням національної валюти.

Підприємство імпортує велику кількість як продовольчих товарів. Аналіз зовнішніх чинників виявив високу залежність підприємства від постачальників, що створює масу ризиків, таких як:

- зміна у технічному процесі виробництва постачальником, що впливає на зміну ціни та якості товару;
- неможливість поставки товару постачальником;
- припинення діяльності постачальника;
- відсутність достатньої кількості товару;
- зміна курсу валюти;
- затримка товару на митному кордоні та інше;
- розрив постачальником контракту на поставку;
- підвищення цін на логістику/ розмитнення товарів;
- зміни законодавства та інше.

Визначені вище проблеми та рекомендації щодо їх розв'язання відображені на рис. 3.1.

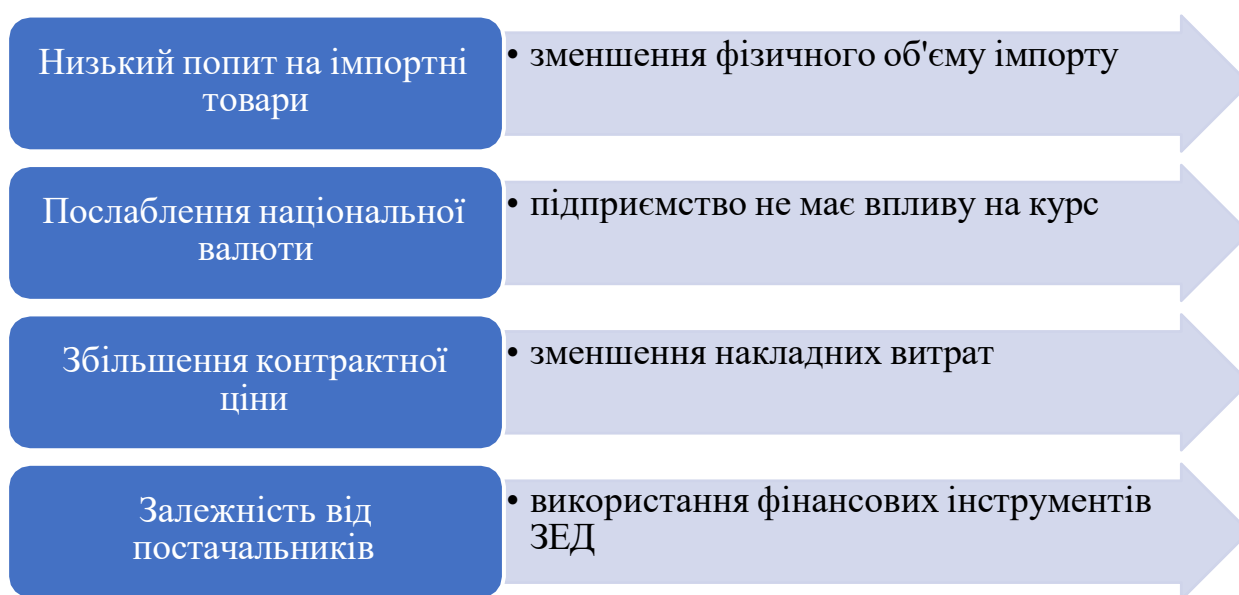


Рис. 3.1. Основні проблеми імпортої діяльності ТОВ «Пуратос Україна» та шляхи їх розв'язання

Джерело: розроблено автором

Оскільки основною причиною зменшення ефективності імпорту є підвищення контрактних цін та фізичного об'єму імпорту, ми не можемо надати прямих рекомендацій для її вирішення, крім зменшення об'єму імпорту та перемовин з постачальниками щодо зменшення цін.

Натомість ми запропонуємо низку заходів для оптимізації імпортої діяльності та зменшення накладних витрат з імпорту у таких напрямках:

- транспорт та логістика;
- перевезення непродовольчих товарів;
- програмне забезпечення;
- реорганізація роботи персоналу.

Основною умовою успішної діяльності підприємства сфери роздрібної торгівлі що має велику кількість торгових точок є ефективне використання транспорту.

ТОВ «Пуратос Україна» виконує велику кількість перевезень вантажним транспортом (включаючи імпортні операції) що приводить до великих транспортних витрат, що потребують оптимізації. Зниження транспортних витрат вивільнить фінансові ресурси, що можуть бути використані для залучення інновацій у логістиці підприємства.

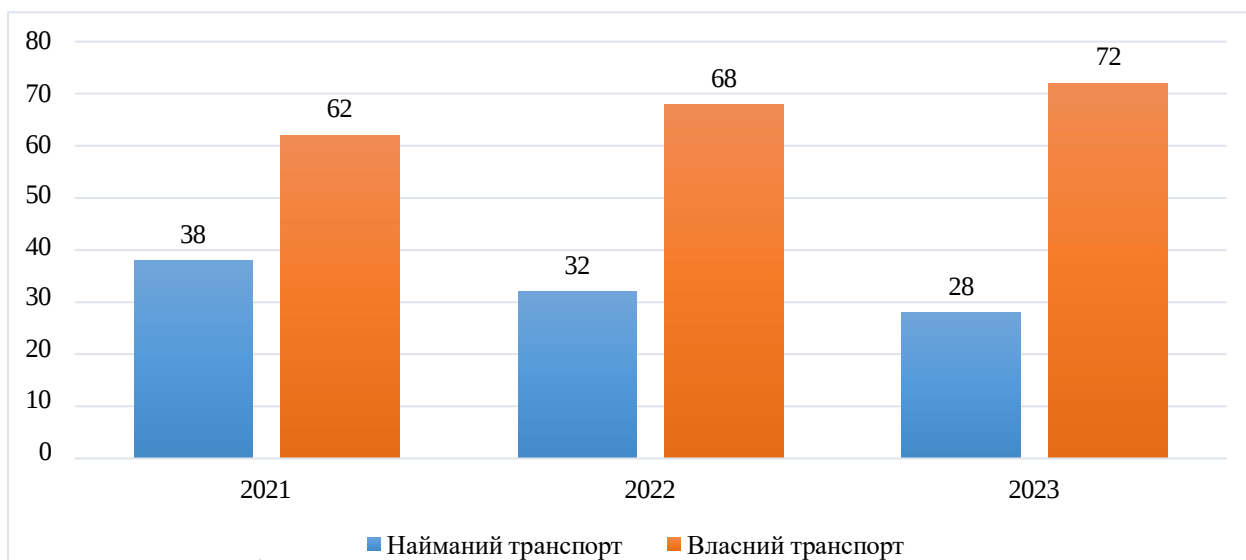


Рис. 3.2. Динаміка частки найманого та власного транспорту ТОВ «Пуратос Україна» за 2018-2020 рр., %

Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «Пуратос Україна»

Попри те, що підприємство має достатньо великий автопарк власного транспорту, частка найманих перевізників все ще сягає третини всіх перевезень компанії. Пропонується замінити його на орендований транспорт. Щоб зрозуміти вигоду від даного заходу розглянемо елементи витрат на власний та найманий транспорт.

Таблиця 3.1

Порівняння витрат на власний та найманий транспорт

	Зарплата водія	Витрати на паливе	Оренда авто	Прибуток перевізника
Власний транспорт	+	+	+	-
Найманий транспорт	+	+	+	+

Джерело: авторська розробка

Як бачимо з таблиці, заміна найманого транспорту на власний вилучить з структури витрат елемент прибутку перевізника. Також відпаде необхідність пошуку перевізників та оформлення контрактів з ними. Тож, можна стверджувати що використання орендованого транспорту є вигідним та дозволить зменшити транспортні витрати. У майбутньому завдяки зекономленим коштам ТОВ «Пуратос Україна» матиме змогу збільшити власний автопарк та взагалі відмовитись від найманого транспорту.

Наступною пропозицією з оптимізації імпортої діяльності підприємства є залучення залізничного транспорту для перевезення товарів тривалого зберігання. Цей вид транспортування може бути ефективно застосований для внутрішніх багатоетапних перевезень. ТОВ «Пуратос Україна» для другого етапу зазвичай використовує автомобільні перевезення. Залізничні перевезення мають нижчу ціну, налагоджений графік та визначений маршрут. Вони можуть використовуватись для доставки товарів до розподільчих центрів, які розташовані біля великих міст (Одеса, Київ, Львів, Харків, Запоріжжя) та мають пряме залізничне сполучення.

Використання залізничного транспорту для доставки товарів з портів України до розподільчих центрів значно вигідніше за автомобільні перевезення.

Наступним напрямом є зміна організації імпортних операцій за допомогою реорганізації відділів, що безпосередньо відповідають за їх проведення. Наразі імпортна діяльність ТОВ «Пуратос Україна» здійснюється за допомогою таких підрозділів:

- імпортний відділ – здійснює пошук постачальників, оформлення та супровід зовнішньоекономічних контрактів;
- відділ внутрішніх перевезень – займається переміщенням товарів між розподільчими центрами та торговими точками та іншими перевезеннями в межах України;
- відділ міжнародної логістики – здійснює доставку імпортованих товарів та координує найманих перевізників;

- відділ супроводу імпорту – займається розмитненням імпортованих товарів та юридичним супроводом імпортних операцій;
- складський відділ – здійснює розвантаження автомобілів, прийом, зберігання та розподілення товарів.

З цього випливає, що здійсненням однієї імпортної операції можуть займатись щонайменше 5 відділів. Це створює значне адміністративне навантаження, значні затримки та бюрократизацію процесу імпорту.

Також слід зазначити, що створюються накладні витрати у вигляді зарплатні директорам кожного відділу, та необхідності їхнього затвердження для кожної нової операції.

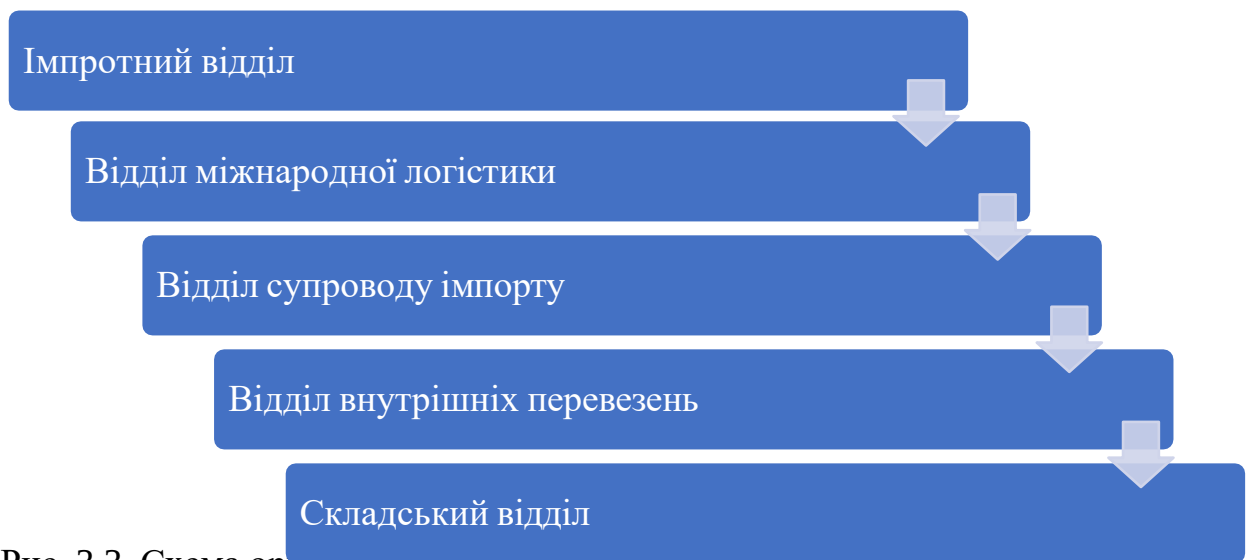


Рис. 3.3. Схема організації імпортних операцій ТОВ «Туратос Україна» за відділами

Джерело: складено автором

Для оптимізації менеджменту імпортної діяльності пропонуємо реорганізувати вищезгадані підрозділи та об'єднати їх у 2 департаменти: логістичний та імпортний.

Імпортний департамент має об'єднати у собі всі функції імпортного відділу та відділу супроводу імпорту, а логістичний – відділів міжнародних та внутрішніх перевезень та складського відділу.

Запропонований захід створить можливість зниження витрат на зарплатню 3-х директорів відділів, значно спростить внутрішню комунікацію між персоналом а також значно знизить бюрократичне та адміністративне навантаження. Крім того зназиться частка затримок при документообігу.

Усі вищезазначені заходи однозначно підвищать ефективність імпортової діяльності ТОВ «Пуратос Україна» та знизять накладні витрати на імпорт, особливо якщо їх впроваджувати разом, у комплексі.

3.2 Використання фінансових інструментів для удосконалення імпортової діяльності ТОВ «Пуратос Україна»

У ході аналізу чинників зовнішнього середовища ТОВ «Пуратос Україна» за допомогою інструментів SWOT та PEST-аналізу було виявлено, що одним з найризиковіших факторів, що впливають як на імпорту, так і на збутову діяльність підприємства є залежність від постачальників.

ТОВ «Пуратос Україна» імпортує товари сегменту FMCG, що мають короткий термін придатності та обороту, тому затримки або невиконання поставок можуть завдати великих збитків. За статистикою компанії, близько 3% імпортованих поставок не виконуються, та ще 7% виконуються не вчасно. Загалом, кожний десятий постачальник порушує умови контракту через різні причини, що пов'язані з міжнародною торгівлею, наведеними у пункті 3.1.

Для будь-якого імпортера складно оцінити надійність зарубіжного постачальника, а в разі невиконання ним зобов'язань за договором - складніше залучити продавця до правової відповідальності і отримати стягнення у судовому порядку.

Для запобігання непередбачуваних збитків та мінімізації ризиків, пов'язаних з імпортом пропонуємо ТОВ «Пуратос Україна» використовувати фінансові інструменти, що пропонують вітчизняні банки для захисту міжнародних розрахунків. До найбільш поширених відносяться банківська гарантія та документарний акредитив.

Банківська гарантія - це гарантія, що видається банком на прохання іншої особи (імпортера) безвідкличне зобов'язання сплатити вказаній третій особі (експортеру) певну грошову суму відповідно до умов гарантії. Є низка різновидів банківських гарантій, які використовуються в міжнародній банківській практиці. Для нашого підприємства найбільш доцільним є використання гарантії виконання, яка надає імпортеру фінансову гарантію того, що експортер виконає в строк певні дії, що обумовлені контрактом.

Документарний акредитив - це спосіб безготівкових розрахунків між імпортером і експортером, коли банк платника бере на себе зобов'язання здійснити розрахунок з бенефіціаром за поданням в банк документів, передбачених умовами акредитива, що підтверджують відвантаження товару або надання послуг.

Різниця між акредитивом та гарантією полягає в наступному: гарантією можна скористатися лише, коли є факт порушення однієї з сторін умов контракту (це вторинне зобов'язання), а акредитив працює коли факту порушення немає (первинне зобов'язання). Використання обох цих інструментів у міжнародній торгівлі є дуже зручним, оскільки вони є стандартизованими та уніфікованими за міжнародними правилами, що використовуються банками у більш ніж 175 країнах світу [30, с. 1].

Для вибору найбільш ефективного інструменту необхідно порівняти їх. Оскільки основним банком-партнером ТОВ «Пуратос Україна» є ПАТ «Банк Восток», у порівнянні будемо використовувати його тарифи та умови послуг (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Порівняння банківської гарантії та документарного акредитива за умовами
ПАТ «Банк Восток»

Ознака порівняння	Акредитив	Гарантія
Джерело коштів	Ресурси замовника	Власні ресурси банку
Суб'єкт, якого захищає	Замовника та виконувача	Замовника
Умова виплати	При виконанні умов	При невиконанні умов
Відповідальність банку	Висока	Низька
Вартість відкриття	0,2% (max USD 500) +1,2% річних за строк дії	USD 300

Вартість виконання	200 USD + 1,2% річних за строк дії	USD 150 + 0,1% від суми платежу
Можливість фінансування	Надається	Не надається

Джерело: складено автором

З наведеного порівняння можна зробити висновок, що основною перевагою банківської гарантії є низька вартість та висока надійність. Натомість до основних переваг акредитива можна зарахувати низьку відповідальність замовника, захист обох сторін договору та можливість дешевого фінансування, що є дуже важливим фактором для великих підприємств-ритейлерів.

Проблема дефіциту оборотних коштів та постійної потреби у дешевому фінансуванні є не новою для великих роздрібних мереж. Банк Восток надає підприємствам-імпортерам торгове фінансування у вигляді акредитива з відстрочкою платежу та дисконтуванням (пост-імпортне фінансування). При проведенні даної операції, Банк Восток за дорученням клієнта-імпортера відкриває акредитив з відстрочкою платежу, який дисконтується іноземним банком при наданні документів експортером. Фактично клієнт отримує відстрочку платежу на визначений термін (до 5 років) за вигідною ставкою при тому, що іноземний експортер отримує гроші відразу при відвантаженні / наданні документів в іноземний банк. Терміни фінансування на матеріали і товари, що використовуються для виробничого циклу або перепродажу, складуть до 12 місяців, на обладнання - до 5 років.

Акредитив з відстрочкою платежу та дисконтуванням має бути підтверджений крупним іноземним банком, який в свою чергу здійснює платіж постачальнику після отримання від нього необхідних документів, фактично надаючи відстрочку Банку Восток. В даній схемі Банк Восток виступає посередником та контролюючим суб'єктом між іноземним банком, що надає кредит за низькою ставкою (порівняно з вітчизняними), та

підприємством-імпортером, що отримує дешеве фінансування та можливість оплатити товар після отримання доходу від його реалізації.

Основними іноземними банками-партнерами Банку Восток у торговому фінансуванні є: Bank of New York Mellon, JP Morgan Chase Bank, Deutsche Bank, Credit Suisse, Cr dit Agricole, Nordea Bank Finland Plc та інші [31].



Рис. 3.4. Схема пост-імпортного фінансування ТОВ «Пуратос Україна»

Джерело: складено автором

Схема пост-імпортного фінансування ТОВ «Пуратос Україна» за участю ПАТ «Банк Восток» виглядає наступним чином (рис. 3.4).

Отже, використовуючи документарний акредитив для зменшення відсотка затримок та відмін поставок, підприємство отримує наступні вигоди:

- знижуються комерційні та фінансові ризики, так як платіж здійснюється тільки після того, як будуть представлені документи, що підтверджують відвантаження товару;
- немає необхідності проводити авансову оплату, що особливо актуально, якщо контрагент для імпортера новий і не перевірений;
- підвищується юридична безпека угоди, так як всі відвантажувальні та товаросупровідні документи проходять перевірку в банку;
- відкриття акредитива, як правило, не несе в собі ніяких складнощів;
- клієнт отримує можливість здійснити оплату товару після отримання прибутку від його реалізації;
- фінансування, отримане за акредитивом від іноземного банку значно дешевше за кредити вітчизняних банків (в середньому 2% річних);
- угоди з акредитивом мають гнучкі строки погашення від 60 діб до 5 років.

Основними завданнями аналізу системи управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «Пуратос Україна» є:

1. Оцінка рівня і якості виконання ТОВ «Пуратос Україна» зобов'язань за контрактами з іноземними партнерами.
2. Характеристика динаміки (розвитку) експорту та імпорту підприємства.
3. Оцінка раціонального використання засобів, залучених для виконання зобов'язань за контрактами, – основне і найскладніше завдання аналізу.

Виконання цього завдання передбачає послідовне або паралельне вивчення обороту оборотного капіталу ТОВ «Пуратос Україна» (у частині зовнішньоторговельних операцій), дослідження накладних витрат з експорту й імпорту товарів, вивчення ефективності операцій.

Для того щоб фахівці компанії могли відслідковувати тенденції сучасного ринку харчових добавок, сумішей, розпушувачів та інших компонентів для хлібопекарського та кондитерського виробництва,

налагоджувати контакти з перспективними підприємствами, необхідно створення бази даних контрагентів, що допоможе швидко і оперативно здійснювати пошук постачальників та покупців товарів.

Першочерговим завданням підприємства на даному етапі розвитку є розширення і утримання існуючих ринків збуту, тому що на ринку продукції ТОВ «Пуратос Україна» існує велика кількість конкурентів, що діють протягом десятків років і встигли завоювати репутацію. Імпортний напрямок діяльності компанії повинен здійснюватися з урахуванням наступних принципів (табл. 3.3):

Таблиця 3.3

Принципи імпортої діяльності ТОВ «Пуратос Україна»

1) постачання товарів, які не виробляються в країні або якими ринок ще не насичений	2) постачання продукції, що має якісні переваги перед вітчизняною
3) імпорт продукції має високий попит серед вітчизняних споживачів	4) цільове постачання в окремі або важкодоступні регіони країни.
5) облік вимог українського законодавства щодо ввезення харчової продукції	6) мінімізація витрат пов'язаних з транспортуванням продукції від продавця до покупця

Джерело: розроблено автором

Розглянувши теоретичні основи експортно-імпортних операцій, можна розробити комплекс заходів щодо поліпшення організації і удосконалення експортно-імпортних операцій та підвищення конкурентоспроможності для ТОВ «Пуратос Україна» (рис. 3.5).

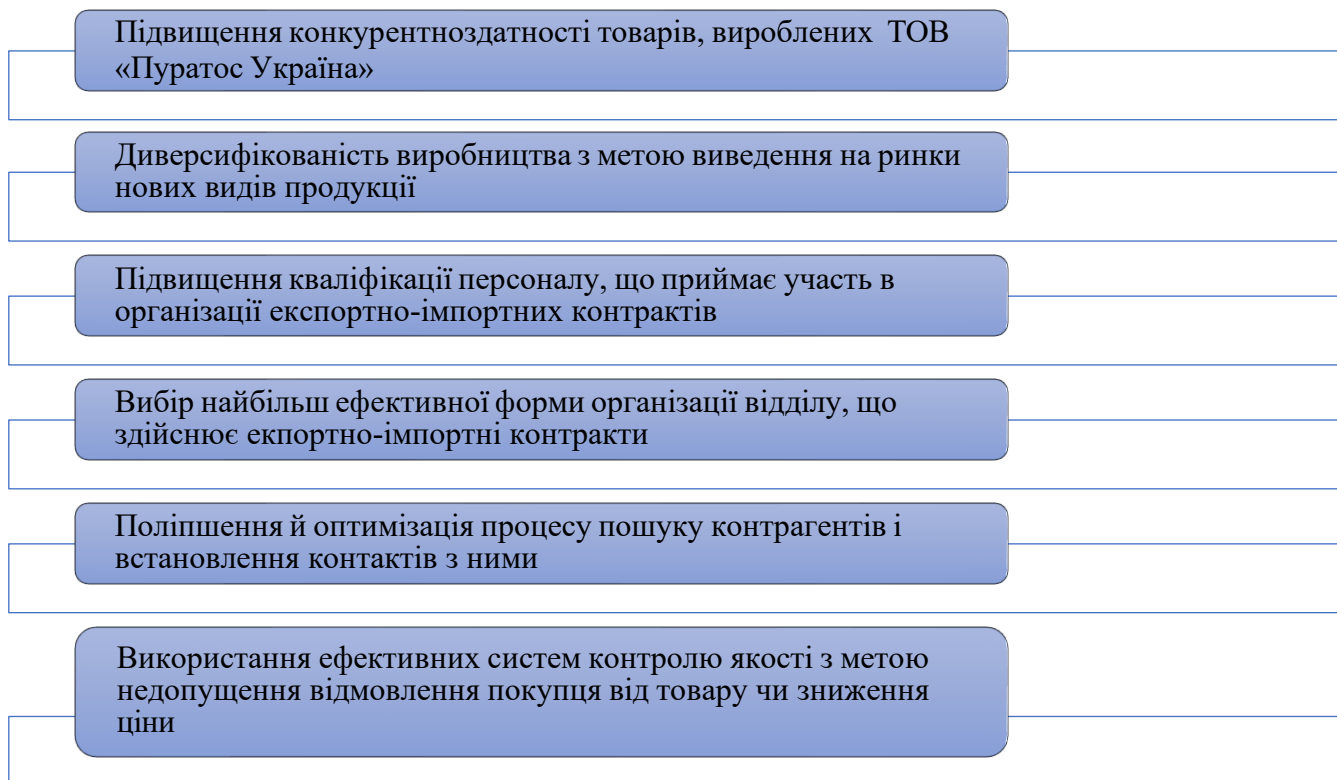


Рис. 3.5. Комплекс заходів щодо удосконалення організації експортно-імпортних операцій ТОВ «Пуратос Україна»

Джерело: розроблено автором

Розглянемо основні з них:

1. Підвищення конкурентоздатності товарів, вироблених на ТОВ «Пуратос Україна», необхідний тому що конкуренція на світовому ринку більш сильна і споживачі пред'являють до товарів більш високі вимоги. На ТОВ «Пуратос Україна» відсутній відділ, який безпосередньо займається пошуком, аналізом та обробкою інформації щодо конкурентів. Можна ввести наділити такими повноваженнями одного з менеджерів. До його функцій має входити: пошук інформації для моніторингу конкурентів (комерційні періодичні видання, державна і регіональна торгово-промислова статистика, матеріали урядових досліджень, відвідування фірм-конкурентів, анкетні опитування, відвідування тематичних виставок). Ефективними заходами щодо підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Пуратос Україна» є постійне проведення виробничих нововведень. Ефективні технічні, організаційні та

економічні нововведення неодмінно призводять до помітних позитивних змін на підприємствах.

2. Диверсифікованість виробництва з метою виведення на ринки нових видів продукції. Дана стратегія передбачає початок виробництва принципово нової продукції. В результаті диверсифікації створюються кращі умови для господарського маневру, розширюються можливості впливу на ТОВ «Пуратос Україна» несприятливої кон'юнктури, в тому числі погіршення "умов торгівлі". Цим самим скорочується ризик, характерний для вузькоспеціалізованих фірм. Для розробки і вибору стратегічних рішень важливе значення має аналіз і планування майбутнього портфеля продукції. Останній являє собою набір видів продукції, яку випускає чи планує випускати підприємство в майбутньому.

3. Підвищення кваліфікації персоналу, що приймає участь в організації експортних та імпорتنих операцій, шляхом регулярного проведення навчання й атестацій, а також шляхом стимулювання і мотивації персоналу. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємством, випуск продукції, яка була б конкурентоспроможною на ринках, залежить не тільки від технічного оснащення підприємства, наявності сучасних технологій, системи контролю якості продукції, маркетингових досліджень ринкового середовища, а й від кваліфікації співробітників ТОВ «Пуратос Україна». Для більш чіткої організації системи управління персоналом на підприємстві розробляють концепцію управління персоналом, що деталізує напрямки кадрової політики. Оцінюючи потреби у кадрах, необхідно враховувати характер і вид діяльності підприємства, ефективне навантаження працівників з метою оптимального використання коштів, пов'язаних з оплатою праці; можливість залучення спеціалістів, що мають високу кваліфікацію і відповідний досвід роботи на зовнішньому ринку.

4. Вибір найбільш ефективної форми організації відділу, що здійснює експортні та імпорتنі операції. Створення власної зовнішньоекономічної служби на ТОВ «Пуратос Україна» виправдано через такі аргументи: частка

імпорту в загальному обігу є великою, зовнішньоторговельні операції здійснюються регулярно, випускається продукція з високим рівнем конкурентоспроможності, продукція не потребує серйозної адаптації до закордонних умов використання, на підприємстві є необхідна кількість фахівців із зовнішньоекономічної діяльності.

5. Поліпшення й оптимізація процесу пошуку контрагентів ТОВ «Пуратос Україна» і встановлення контактів з ними. Потрібно більш інтенсивно використовувати такі засоби пошуку контрагентів, як:

- 1) інформацію в періодичній пресі;
- 2) інформацію, що публікується самими фірмами;
- 3) інформацію, що надається спеціалізованими організаціями;
- 4) інформація внутрішнього користування;
- 5) національні і міжнародні довідники по фірмах.

6. Залучення контрагентів для відносин на довгостроковій основі.

7. Застосування базисних умов постачання, мінімізуючих витрати експортера на транспортування товару. Застосування базисних умов спрощує складання й узгодження контрактів, допомагає контрагентам знайти способи поділу відповідальності й рішення виникаючих розбіжностей. Особливості базисних умов регламентовані міжнародною практикою.

8. Використання ефективних систем контролю якості з метою недопущення відмовлення покупця від товару чи зниження ціни.

9. Здійснення постачань вчасно, забезпечення зобов'язань по контракту.

10. Розробка і реалізація комплексу маркетингу.

11. Зменшення витрат виробництва з метою зменшення собівартості товару.

12. Проведення гнучкої цінової політики, тому що ТОВ «Пуратос Україна» змушене орієнтуватися не тільки на свої витрати, але і на світові ціни.

13. Недопущення простроченої дебіторської заборгованості та ін.

3.3. Перспективи розвитку філій ТНК «Пуратос» у харчовій промисловості в Україні у післявоєнний період

Сьогодні в Україні працюють іноземні ТНК та вітчизняні компанії, які наближуються до рівня світових транснаціональних корпорацій. Через війну в Україні, перспективи розвитку таких компаній є складними та відносно нестабільними. Глобальна діяльність транснаціональних корпорацій також зазнала впливу пандемії, що сталася у 2019 році й спричинила негативні наслідки для економіки та бізнесу загалом, це відчули і українські компанії. Продовольча криза, що спричинена війною, також має негативний вплив на прибуток та діяльність ТНК. Знижений попит на певні види товарів та послуг призвів до відходу з українського ринку більш як тридцяти транснаціональних корпорацій за останні три роки. Однак, не слід забувати, що Україна має потенціал стати привабливим ринком для бізнесу в майбутньому, зокрема, у зв'язку зі своєю географічною розташованістю та наявністю кваліфікованої робочої сили. Ключовим фактором для успішного розвитку компаній в Україні залишається здобуття перемоги у війні. Великі внутрішньоукраїнські реформи та покращення інвестиційної клімату також можуть забезпечити сприятливий клімат для подальшого розвитку ТНК.

Повномасштабне російське вторгнення на територію України мало серйозний вплив на економіку країни. Внаслідок значного переміщення населення та руйнування критичної інфраструктури, відбулося зменшення реального ВВП на 29,2% у 2022 році порівняно з 2021 роком, а безробіття уже сягнуло 35% серед усього працездатного населення. Рівень інфляції в Україні також зріс на 26,6% у 2022 році порівняно з 2021 роком.

Міграція мільйонів українців і руйнування великих промислових підприємств ускладнюють розуміння перспектив відновлення економіки України.

Для кращого розуміння перспектив розвитку транснаціональних корпорацій у харчовій промисловості в Україні застосуємо модель Портера

(рис. 3.1). Згідно з моделлю М. Портера привабливість галузі залежить від 5 джерел конкурентного тиску: конкуренції з боку товарів-замінників (субститутів), конкуренції з боку потенційних учасників ринку, конкуренції між існуючими учасниками ринку, ринкової влади постачальників і ринкової влади покупців [45, с.86].

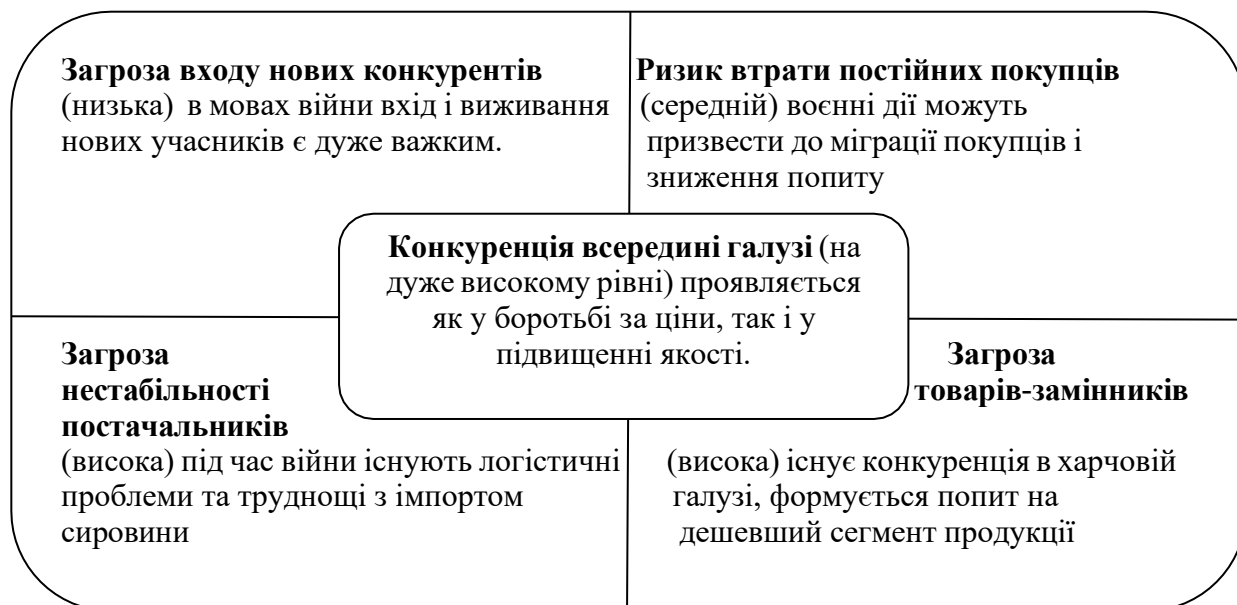


Рис. 3.1. Аналіз «5 сил Портера» для ТНК харчової промисловості в Україні в умовах війни.

Джерело: складено автором за даними [2, 44]

Проведений аналіз 5 сил Портера дозволяє нам зробити такі висновки:

1. Загроза входу і виживання нових конкурентів на український ринок є дуже важким. Це означає, що існуючі харчові ТНК мають низьку ймовірність стикнутися зі значною конкуренцією від нових гравців у ринку.
2. Ризик втрати постійних покупців середній. Воєнні дії можуть призвести до вимушеної міграції покупців і зниження попиту на деякі види товарів. Воєнний конфлікт і нестабільна ситуація можуть спричинити зміни в економічній та соціальній сферах. Наприклад, люди можуть виїжджати з районів з активними воєнними діями для забезпечення своєї особистої безпеки, зменшити свої витрати та більш уважно обирати товари тощо. Це

може призвести до зменшення кількості потенційних покупців та зниження попиту на товари у цих районах.

3. Загроза нестабільності постачальників, особливо висока під час війни, яка може призвести до виникнення логістичних проблем та труднощів з імпортом необхідної сировини. Така ситуація може спричинити негативні наслідки для ТНК харчової промисловості, сповільнити процес виготовлення та зменшити обсяги продукції.

4. Загроза товарів-замінників (висока) існує конкуренція в харчовій галузі, під час війни формується попит на дешевший сегмент продукції. В сучасному світі, де споживачі все більше звертають увагу на цінову доступність, поява альтернативних продуктів може стати серйозним викликом для виробників. Товари-замінники, які пропонуються за нижчими цінами, можуть залучити значну кількість клієнтів і зменшити попит на експериментальні або ексклюзивні продукти. Також, під час періоду війни або економічних труднощів, багато споживачів шукають більш економні варіанти харчування. Це може створити попит на продукцію з нижчою вартістю.

5. У харчовій галузі конкуренція на дуже високому рівні наступає на двох фронтах: боротьбі за ціни і підвищенні якості. ТНК змагаються між собою, пропонуючи найнижчі ціни на свою продукцію, щоб привернути увагу споживачів і збільшити свою частку на ринку. В той же час, ці конкуренти роблять акцент на підвищенні якості своїх продуктів, надаючи інноваційні і покращені харчові рішення, які задовольняють потреби і очікування споживачів.

Післявоєнний розвиток транснаціональних корпорацій харчової промисловості в Україні можна назвати перспективним через наявність достатньо привабливих факторів, серед яких:

1. Високий природно-ресурсний потенціал України:

Україна володіє низкою важливих переваг у сільському господарстві та харчовій промисловості. Одна з цих переваг - високі характеристики родючості ґрунтів. На території країни присутні різноманітні типи ґрунтів,

такі як чорноземи, каштанові ґрунти та багато інших, що створює сприятливі умови для вирощування різноманітних сільськогосподарських культур.

Україна також славиться своїм розвиненим сільським господарством. Вона є однією з найбільших світових експортерів зерна, соняшнику, олії та інших сільськогосподарських продуктів. Країна має потужний аграрний сектор, який забезпечує значний внесок у ВВП країни та забезпечує робочі місця для мільйонів українців.

Крім того, Україна має належну інфраструктуру, яка є привабливою для іноземних харчових ТНК. Країна має розвинену мережу доріг, залізниць та портів, що сприяє зручній та ефективній торгівлі з-за кордону. Це робить Україну привабливим місцем для інвестицій іноземних харчових та сільськогосподарських ТНК.

Відтак, завдяки високим характеристикам родючості ґрунтів, розвиненому сільському господарству та належній інфраструктурі, Україна забезпечує сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій і стає привабливою дестинацією для великих харчових та сільськогосподарських компаній.

2. Наявність достатньо розвинутої регіональної транспортної інфраструктури:

— в країні присутні такі об'єкти, як трубопроводи, транзитні термінали, залізниці і автомобільні дороги, мережі електропередач, а також морські порти. Всі ці складові інфраструктури відіграють важливу роль у забезпеченні ефективного транспортного сполучення як в межах країни, так і з-за її меж;

— згідно з оцінками Інституту Інфраструктури та Дорожнього Будівництва (ІАА), Україна належить до перших 16% країн світу за обсягом асфальтованих доріг. Також, згідно з тим же дослідженням, Україна займає місце в перших 37% країн світу за загальною довжиною асфальтованих дорожніх мереж;

Щоправда, старіння інфраструктури в Україні підриває деякі із зазначених переваг країни. Незадовільний стан доріг, залізниць, енергетичних систем та інших комунікаційних мереж обмежує можливості у розвитку різних

галузей української економіки. Негативні наслідки старіння інфраструктури проявляються також в погіршенні екологічної ситуації, зниженні рівня безпеки та підвищенні ризику природних та техногенних катастроф. Для забезпечення стійкого розвитку країни необхідно приділити достатню увагу відновленню та модернізації інфраструктури нашої держави.

Окрім цього, На розвиток діяльності ТНК харчової промисловості в Україні впливають наступні проблеми:

- Відсутність стабільної стратегії та чіткого національного плану дій в Україні.
- Недосконала національна нормативно-правова база, що веде до нечіткої правової системи та нестабільної економіко-політичної ситуації.
- Високий рівень корупції в усіх сферах господарської діяльності та недостатня ефективність судової системи.
- Низький рівень платоспроможності населення України.
- Ускладнена комунікація з урядовими та приватизаційними органами.
- Завищена кількість регуляторних норм та складність податкової системи, що призводить до високого податкового навантаження.

Для більш ґрунтового аналізу привабливих сторін та проблем, української економіки, а також перспектив та загроз розвитку ТНК харчової промисловості в Україні, доцільним є проведення SWOT-аналізу інвестиційного клімату для розвитку харчових ТНК в Україні (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

SWOT-аналіз інвестиційного клімату для розвитку харчових ТНК в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. потужний ресурсний потенціал, що охоплює наявність ґрунтів та доступну робочу силу; 2. привабливе геополітичне положення, що сприяє привабливості для ТНК; 3. виявлення певного рівня довіри до України з боку міжнародних організацій; 4. активне укладання країною міжнародних угод, спрямованих на заохочення та захист інвестицій.	1. високий рівень інфляції; 2. корупція; 3. тенізація економіки; 4. недостатність державної підтримки; 5. ріст монополізації прибуткових галузей економіки; 6. відсутність довіри іноземних інвесторів до вітчизняних владних структур;
Можливості	Загрози

1	2
1. мінімізація втручання виконавчої влади в господарську діяльність підприємств, забезпечення їхньої самостійності; 2. створення стабільної та передбачуваної нормативно-правової бази, що регулює діяльність підприємств; 3. забезпечення прозорості процедури прийняття рішень виконавчими органами; 4. стимулювання розвитку споживчих галузей та сфери послуг; 5. залучення інвесторів, які мають довгострокові інтереси;	1. можливість втрати інвестицій та доходу від них; 2. адміністративний контроль і бюрократичні перешкоди; 3. недоліки в транспортній та енергетичній інфраструктурі; 4. високі податкові ставки; 5. низька купівельна спроможність населення; 6. нестабільність економічної і податкової політики, а також її залежність від організаційних змін на урядовому рівні.
6. зниження податкового навантаження, оптимізація та підвищення прозорості адміністрування податків; 7. подолання бюрократизму і корупції; 8. зміцнення банківської системи України. 9. стимулювання залучення інвестицій у наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність.	

Джерело: складено автором

Отже, в Україні наявний розгалужений промисловий і сільськогосподарський потенціал, різноманітні та багаті природні ресурси, а також вигідне геополітичне розташування, що дає можливість стати провідним реципієнтом інвестицій з боку міжнародних харчових ТНК. Зараз головним завданням країни є залучення транснаціональних корпорацій до своєї економіки шляхом прийняття відповідних заходів щодо поліпшення інвестиційного клімату. Раціональний підхід сприятиме отриманню Україною значної конкурентної переваги завдяки присутності іноземних корпорацій на її території.

Висновки до розділу 3

Ефективність управління імпортною діяльністю підприємства залежить від його функціонування взагалі, від правильної організації персоналу, ефективної логістики, сучасного обладнання та програмного забезпечення.

У третьому розділі ми запропонували заходи, впровадження яких підвищить ефективність імпортової діяльності ТОВ «Пуратос Україна»: 1) Повний перехід від використання найманого вантажного транспорту та заміна його на власний транспорт; 2) Заміна автомобільних вантажних перевезень непродовольчих товарів на залізничні у внутрішніх багатоетапних перевезеннях; 3) Вдосконалення програмного забезпечення з введенням функції автоматичного GPS відстеження вантажного транспорту 4) Оптимізація та злиття відділів, що напряду пов'язані з імпорними операціями.

Перейшовши повністю на власний транспорт, ТОВ «Пуратос Україна» зможе вилучити з транспортних витрат елемент прибутку перевізника та зможе ефективніше контролювати роботу транспорту. Використовуючи залізничні перевезення замість автомобільного транспорту для доставки товарів до розподільчих центрів, підприємство значно зекономить.

Зменшивши кількість відділів, що приймають участь у проведенні імпорних операцій з 5 до 2, ТОВ «Пуратос Україна» значно зменшить витрати на керівництво, адміністративне навантаження, бюрократизацію та спростить комунікацію між відділами.

Крім зменшення витрат та оптимізації системи логістики ми звернули увагу на надійність імпорних операцій та її підвищення. Для цього ми рекомендуємо ТОВ «Пуратос Україна» використовувати у контрактах інструмент документарного акредитива, що надається його банком-партнером ПАТ «Банк Восток». Це дозволить не тільки зменшити відсоток затримок або відмін поставок, а й дозволить залучити дешеве фінансування від великих іноземних банків для інвестування в модернізацію бізнесу.

ВИСНОВКИ

Таким чином після проведення дослідження можна зробити наступні висновки.

У першому розділі визначено, що під імпортною діяльністю підприємства можна розуміти низку взаємопов'язаних операцій, що передбачають купівлю широкого асортименту товарів або послуг масового вжитку роздрібною мережею у постачальників з-за кордону з обов'язковим переміщенням продукції через митні кордони з метою подальшого продажу кінцевому споживачу та отримання прибутку.

Розглянуті основні фактори, що безпосередньо впливають на ефективність імпорту підприємства, їх класифікація та характеристика. Визначено, що чинники можна класифікувати за наступними групами: за мотивацією до імпортової діяльності (мотивуючі та заважаючі); за середовищем впливу (внутрішні та зовнішні); за ступенем контрольованості (контрольовані та неконтрольовані); за терміном впливу (тимчасові та постійні); за сферою впливу (економічні, управлінські, виробничі та транспортні); за ефектом (позитивні, негативні та нейтральні); за ступенем важливості (основні та другорядні); за механізмом дії (прямого та непрямого впливу). Також проаналізовано середовище роздрібної торгівлі, його вплив на підприємство та основні напрямки розвитку, які спостерігаються та диктуються ринком.

Крім цілей аналізу рівня ефективності імпортової діяльності підприємства, були розглянуті різні їх методи. Для проведення аналізу підприємства для початку доцільно розглядати його фінансові результати. Для оцінки впливу різних чинників на імпортову діяльність потрібен аналіз, що бере за основу показники: витрат на імпорт, цін на аналогічний товар на внутрішньому ринку, об'єми імпорту товарів та їх імпортні ціни. Для повного розуміння не тільки ефективності імпорту, а й підприємства взагалі зручно використовувати SWOT-аналіз та PEST-аналіз.

Puratos Group - міжнародна корпорація, яка у 2020 році відсвяткувала 100 річницю своєї діяльності, досягнувши обороту в 2 мільярди євро. В асортимент компанії входять: хлібобулочні покращувачі, ароматизатори та закваски, активні компоненти для випічки, суміші, маргарини, ензими, емульгатори, модульні покращувачі та глазури. Виробництво хлібобулочних компонентів є вертикально інтегрованим у тому сенсі, що компанія сама розробляє та виробляє власні емульгатори, ензими, закваски та модульні покращувачі – чотири основні компоненти покращувачів та сумішей. Кондитерська галузь включає кондитерські суміші, суміші для приготування різних видів кремів і мусів, у тому числі на основі рослинних олій, кремові та фруктові начинки, концентровані сиропи, гелі та глазури, помадки, ганаші, маргарини. Асортимент шоколаду – це 100% натуральний бельгійський шоколад, шоколадні начинки та глазури, що використовуються в кондитерському та шоколадному виробництві, жирові начинки, начинки з какао та горіхів, праліне та горіхові пасти.

Вже 15 років представництво бельгійської корпорації Puratos функціонує в Україні і на сьогоднішній день компанія ТОВ «Пуратос Україна» є лідером свого сегменту харчової промисловості на ринку України. Можна відзначити, що 2021-2023 роки ТОВ «Пуратос Україна» досягло збільшення чистого прибутку на 4,25%, а надходжень – на 2,18%, що свідчить про розвиток економічної діяльності та збільшення обсягів продажів. Проте слід зазначити, що у підприємства також зріс індекс собівартості (на 2,11%) та витрати (на 2,33%). Це пов'язано зі збільшенням обсягів імпорту та виробництва, а також зростанням цін на ресурси та різкими коливаннями курсу гривні.

Проведені аналітичні розрахунки дозволяють дійти висновку, що в цілому фінансово-господарські показники діяльності підприємства демонструють ефективність здійснення інвестицій та ефективність здійснення управлінських рішень. Наприклад, коефіцієнт автономії, який визначає частку власних фінансових ресурсів у загальній структурі фінансування підприємства при нормативному значенні більше, ніж 0,5 складає 0,86 у 2023 році.

Коефіцієнт фінансової залежності, який є оберненим до попереднього показника має наближатися до 1, це означає, що власники повністю фінансують підприємство, в нашому випадку у 2023 році він склав 1,16. Рентабельність сукупного капіталу має бути визначена на рівні не менше 10,0 а у нашого підприємства в 2023 році вона склала 7,47, хоча у 2021 році була вище нормативу (12,43). Рентабельність сукупного капіталу характеризує операційну ефективність підприємства. Вона залежить від рентабельності обороту. Рентабельність власного капіталу також демонструє тенденцію до зниження: при нормативі більше 10,0 вона знизилась у 2023 році до значення 7,12 з 12,91 у 2021 році. Рентабельність власного капіталу засвідчує ефективне використання власного капіталу, можливість його примноження. Вона забезпечується отриманням чистого прибутку в результаті господарської діяльності. В нашому випадку показник засвідчує зниження ділової активності на підприємстві.

З проведеного аналізу можна зробити висновок, що ТОВ «Пуратос Україна» має найважливіші сильні сторони, серед яких висока якість продукції, сертифікована за міжнародними системами стандартизації та стандартами ЄС, наявність власних виробничих потужностей, кадровий потенціал, авторитет бренду, економічність і високий рівень надійності традиційних постачальників та покупців. Слабкими сторонами підприємства, які досліджувалися, є залежність від імпорту сировини та обладнання, подорожчання окремих видів продукції. Зростання популярності невеликих магазинів, збільшення кількості пекарень, відділів харчування та пекарень у системі роздрібної торгівлі та покращення можливостей імпорту за умовами ЗВТ з ЄС вважаються напрямками, які можуть покращити стан підприємства. Ми враховуємо економічну та політичну невизначеність, коливання обмінного курсу та потенціал фінансової кризи як загрозу, яка негативно вплине на діяльність ТОВ «Пуратос Україна».

Аналіз демонструє, що взагалі підприємство має позитивну динаміку імпортних операцій. У 2023 році при порівнянні з 2021 загальний обсяг

імпорту у вартісному вираженні збільшився на 37 928 871 гривень або у 2,28 рази.

З наведених діаграм товарного асортименту імпорту ТОВ «Пуратос Україна» видно, що валова частка та роль у збільшенні обсягів імпорту належить поліпшувачам та міксам для хлібобулочних виробів. Таке збільшення відбулося як у вартісному вираженні, так в за показником фізичного обсягу імпорту. Тим не менш, структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» перетерпіла певних змін – частка поліпшувачів та міксів скоротилась у 2023 році до 38% (з 50% у 2021 році), а частка заквасок, які теж є ваговою імпортною статтею, з 46% у 2023 році до 32% (у 2021 році).

З наведених діаграм товарного асортименту імпорту ТОВ «Пуратос Україна» видно, що валова частка та роль у збільшенні обсягів імпорту належить поліпшувачам та міксам для хлібобулочних виробів. Таке збільшення відбулося як у вартісному вираженні, так в за показником фізичного обсягу імпорту. Тим не менш, структура імпорту ТОВ «Пуратос Україна» перетерпіла певних змін – частка поліпшувачів та міксів скоротилась у 2023 році до 38% (з 50% у 2021 році), а частка заквасок, які теж є ваговою імпортною статтею, з 46% у 2021 році до 32% (у 2023 році).

Ефективність управління імпортною діяльністю підприємства залежить від його функціонування взагалі, від правильної організації персоналу, ефективної логістики, сучасного обладнання та програмного забезпечення.

У третьому розділі ми запропонували заходи, впровадження яких підвищить ефективність імпортової діяльності ТОВ «Пуратос Україна»: 1) Повний перехід від використання найманого вантажного транспорту та заміна його на власний транспорт; 2) Заміна автомобільних вантажних перевезень непродовольчих товарів на залізничні у внутрішніх багатоетапних перевезеннях; 3) Вдосконалення програмного забезпечення з введенням функції автоматичного GPS відстеження вантажного транспорту 4) Оптимізація та злиття відділів, що напряду пов'язані з імпортними операціями.

Перейшовши повністю на власний транспорт, ТОВ «Пуратос Україна» зможе вилучити з транспортних витрат елемент прибутку перевізника та зможе ефективніше контролювати роботу транспорту. Використовуючи залізничні перевезення замість автомобільного транспорту для доставки товарів до розподільчих центрів, підприємство значно зекономить.

Зменшивши кількість відділів, що приймають участь у проведенні імпорتنих операцій з 5 до 2, ТОВ «Пуратос Україна» значно зменшить витрати на керівництво, адміністративне навантаження, бюрократизацію та спростить комунікацію між відділами.

Крім зменшення витрат та оптимізації системи логістики ми звернули увагу на надійність імпорتنих операцій та її підвищення. Для цього ми рекомендуємо ТОВ «Пуратос Україна» використовувати у контрактах інструмент документарного акредитива, що надається його банком-партнером ПАТ «Банк Восток». Це дозволить не тільки зменшити відсоток затримок або відмін поставок, а й дозволить залучити дешеве фінансування від великих іноземних банків для інвестування в модернізацію бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навчальний посібник. 4-те вид., перероб. та доп. / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, В. В. Ковалевський та інш. - К.: Освіта України, 2012. – 272 с.
2. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: навчальний посібник. Видання 4-те, перероблене та доповнене / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, М. І. Барановська. - К.: Центр учбової літератури, 2010. – 441 с.
3. Зінь Е. А. Основи зовнішньоекономічної діяльності[підручник] / Е. А. Зінь, Н. С. Дука. — К.: Кондор, 2009.
4. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 (із змінами і доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 29.
5. Митний кодекс України від 12 грудня 1991 р.// Відомості Верховної Ради України. - 1992. - №16. - с. 203.
6. Шкурупій О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / О.В. Шкурупій - К: ЦУЛ, 2012 - 248 с.
7. Савченко А.Г. Макроекономіка: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / А.Г. Савченко. — К.: КНЕУ. — 2009. — 120 с.
8. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: підручн. / В.Є. Новицький, П.В. Пашко. – КНЕУ, 2003. – 948 с.
9. Решетняк К.Е. Експортно-імпорتنі операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства / К. Е. Решетняк // Управління розвитком. – 2012. – №3(124). – С.30–32.
10. Мельник О. Г. Імпортна діяльність підприємств як об'єкт етіологічної діагностики / О. Г. Мельник, М. Я. Нагірна // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2013. – № 778. – С. 173–179.
11. Вівич О.С. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О.С. Вівич // Львів: Афіна. - 2014. – С. 140.
12. Ткаченко Л. Маркетинг послуг: підручник / Л. Ткаченко. – К. : Центр навчальної літератури. - 2003. – С. 192.

13. Бахрамов Ю.М., Глухів В.В. Організація зовнішньоекономічної діяльності. Особливості менеджменту: Навчальний посібник. К: Видавництво «Лань», 2021. 448с.
14. Бабанін О. Деякі проблеми розвитку зовнішньої торгівлі України // Зовнішня торгівля. 2020. № 1. С. 8-14.
15. Моргунов В.І. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. – 2005 – С. 365.
16. Шестопалова Н. С. Фактори ефективності зовнішньоторгової діяльності підприємства / Н. С. Шестопалова // Лісний вісник. – 2011. - № 1. – С. 204.
17. Мельник О. Г. Імпортна діяльність підприємств як об'єкт етіологічної діагностики / О. Г. Мельник, М. Я. Нагірна // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2013. – № 778. – С. 173–179.
18. Черниш С.С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності: навч. посіб. К.: Видавництво Ранок, 2012. - 320 с.
19. Ткаченко Л. Маркетинг послуг: підручник / Л. Ткаченко. – К. : Центр навчальної літератури. - 2003. – С. 192.
20. Вівич О. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Львів: Афіна. 2014. - 140 с.
21. Мельник О. Г. Індикатори оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. Г. Мельник, Ю. Л. Логвиненко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2007. – № 599: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 124-130.
22. Ачкасов А.І. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Конспект лекцій / А.І. Ачкасов, Т.А. Пушкар, В.Г. Федорова. — Харків: ХНАМГ, 2010. — 89с.
23. Мирошниченко Ю.В. Стратегічний аналіз торговельної галузі України як складова антикризового управління торговельним підприємством / Ю.В. Мирошниченко, К.І. Курлова // Молодий вчений. – 2017. - № 11. – С. 243-246.
24. Офіційний сайт Puratos Group. URL: <https://www.puratos.com/about-puratos/our-organisation>

25. Внутрішня звітність ТОВ «Пуратос Україна»
26. Максимова А.В., Гнидюк М.Г. Фінансовий аналіз звітності, складеної за МСФЗ. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2018. Вип. 32. С. 185-189.
27. Семененко О.Г. Аналіз розвитку харчової промисловості України. Економіка та управління. Економічний вісник університету ім. Г. Сковороди. 2017. Вип. № 33/1. С. 168—182
28. Слово і діло. Війна в Україні: у Держпродспоживчслужбі розповіли, як за місяць зросли ціни на харчі: веб-сайт. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/04/05/novyna/suspilstvo/vijna-ukrayini-derzhprodspozhyvsluzhbi-rozpovily-yak-misyacz-zrosly-cziny-xarchi>
29. Food and Agriculture Organization of the United Nations. FAO Food Price Index rises to record high in February: веб-сайт. URL: <https://www.fao.org/newsroom/detail/fao-food-price-index-rises-to-record-high-in-february/en>
30. Економіка України під час війни: оперативна оцінка, квітень 2022. Центр економічної стратегії. https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2022/04/UKR_.pdf
31. U.S. Embassy in Ukraine. Remarks by Deputy Secretary of State Wendy Sherman at a UN Security Council Meeting on the Humanitarian Impact of Russia's War Against Ukraine: веб-сайт. URL: <https://ua.usembassy.gov/remarks-by-deputy-secretary-of-state-wendysherman-at-a-un-security-council-meeting-on-the-humanitarian-impact-of-russias-war-against-ukraine/>
32. Світовий банк погіршив прогноз зростання ВВП України в 2023 році. <https://www.unian.ua/economics/finance/svitoviy-bank-pogirshiv-prognoz-zrostannya-vvp-ukrajini-v-2023-roci-12207984.html>
33. Forbes Ukraine. 20 найбільших харчових компаній України 2022. URL: <https://forbes.ua/company/20-naybilshikh-kharchovikh-kompaniy-ukraini-virobniki-produktiv-i-napoiv-zbilshili-vitorg-popri-viynu-inozemtsi-strazhdayut-ale-prodovzhuyut-pratsyuvati-v-rf-22112023-17402> (дата звернення 08.09.2023)

34. Forbes Ukraine. Рейтинг «податкового пекла». URL: <https://forbes.ua/money/rejting-podatkovogo-pekla-chi-diysno-ukraina-mae-odnu-z-naygirshikh-sistem-opodatkuvannya-u-sviti-korotka-vidpovid-ni-ale-e-chotiri-problemi-26102023-16899> (дата звернення 08.09.2023)
35. Interfax Ukraine. Інформаційне агентство. Основа економічного зростання України - сприятливий інвестиційний клімат. Як побудувати його з нуля? URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/919255.html> (дата звернення 08.09.2023)
36. Nestle Annual Report 2022. URL: <https://www.nestle.com/investors/annual-report#download> (дата звернення 15.11.2023)
37. Spisto M. Stakeholder Interests in Corporate Governance: Is a New Model of Governance a Change for the Better for South Africa? / M. Spisto // Australian Journal of Corporate Law. – 2005. – №18(2). – Part 1. – P. 129-147.
38. Sumantra Ghosal and Christopher A Bartlett, Managing Across Borders: the transnational solution, 2nd ed. Random House Business. Dicken, P. 2010.