

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

за освітньою програмою «Міжнародна економіка»

**УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ПІДПРИЄМСТВА-ДИСТРИБ'ЮТОРА
АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ВИНФОРТ»)**

Виконавець:

студентка ЦЗФН, гр.4 зф 7

Остапенко Маргарита Віталіївна _____

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Уханова Інна Олегівна _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. В умовах зростаючої конкуренції та зміни економічного середовища важливу роль відіграє підвищення ефективності управління підприємством. Процес змін, що спостерігається нині в Україні, проникнув у всі сфери економічного життя. Ринкова економіка створила широкі можливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішньоекономічна діяльність на відміну від зовнішньоекономічних зв'язків здійснюється на рівні виробничих структур із повною самостійністю у виборі іноземного партнера, номенклатури товару для експортно-імпоротної угоди, у визначенні ціни, обсягу і термінів постачання. Сьогодні значна кількість українських підприємств активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності. У цих умовах експортно-імпорتنі операції є одним з наріжних каменів товарного обігу. Слід зазначити, що сама імпортна діяльність завжди була важливою частиною стабілізації економічної діяльності як на галузевому рівні, так і на рівні національної економіки в цілому. Тож організація імпоротної діяльності підприємства дуже важка й відповідальна робота, що вимагає ретельного розгляду таких питань, як кон'юнктура ринку, оцінювання потенційних продавців, установлення ділових контактів з ними, переговори, підписання угод тощо. В Україні серед галузей, які створюють потік імпорту, слід назвати дистрибуцію алкогольних напоїв - українські підприємства імпортують на внутрішній ринок країни асортимент алкогольної продукції для подальшого збуту. Взагалі цей ринок має тенденцію до зростання, тому питання удосконалення імпорту алкогольної продукції залишається актуальним.

Питання функціонування зовнішньоекономічної діяльності підприємства широко висвітлені насамперед у зарубіжній науковій літературі. В Україні зазначеними проблемами займаються такі фахівці, як Білий В., Губенко В., Завьялов П., Кредисов А., Лозенко А. П., Павленко Ф., Щербак В., Яковлев А., Якубовський М. та ін. Проблеми підвищення ефективності організації та управління імпортними операціями у свій час досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Кравченко В.А., Мамутов В.К., Янковський Е.А., Козак Ю.Г., Пивоваров С.О., Дейнека О.Г., Макогон Ю.В., Новицький В.Е. та інші.

Мета дослідження - аналіз імпорту підприємства-дистриб'ютора алкогольної продукції та розробка рекомендацій щодо його вдосконалення.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- визначення поняття та особливостей імпорту підприємства-дистриб'ютора алкогольної продукції;
- узагальнення чинників впливу на імпорт підприємства-дистриб'ютора алкогольної продукції;
- узагальнення методів оцінки та аналізу показників імпорту підприємства;
- здійснення аналізу імпорту ТОВ «Винфорт»;
- здійснення SWOT-аналізу чинників імпорту алкогольної продукції ТОВ «Винфорт»;

– розробка пропозицій щодо удосконалення імпорту алкогольної продукції ТОВ «Винфорт».

Об'єктом дослідження є імпорт підприємства-дистриб'ютора алкогольної продукції.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичні рішення удосконалення імпорту підприємства-дистриб'ютора алкогольної продукції.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становлять наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів у питаннях імпорту. При написанні роботи були використані наступні методи дослідження: загальнонаукові методи: синтез, аналіз, порівняння, абстрагування, конкретизація, індукція та дедукція, а також спеціальні методи наукових досліджень: методи економічного аналізу, таблично-графічні методи, системно-структурний аналіз, порівняльний аналіз і групування; розрахунково-аналітичний метод. Використано офісний пакет MS Office - Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. Для написання роботи було використано такі джерела інформації як навчальні посібники, монографії, публікації у наукових періодичних виданнях, інформаційні та статистичні електронні ресурси, нормативно-правові акти України, аналітичні та статистичні матеріали ТОВ «Винфорт».

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано тези: Остапенко М. «ІМПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ВИНОРОбСТВА НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ «ВИНФОРТ» // Збірник наукових робіт за підсумками студентської науково-практичної конференції факультету міжнародної економіки «Минуле, сучасне, майбутнє». Випуск 12 Одеський національний економічний університет, Одеса, ОНЕУ, квітень 2022, обсяг 0,3 авт.арк.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (53 найменування). Загальний обсяг роботи становить 99 сторінок. Основний зміст викладено на 93 сторінках. Робота містить 21 таблицю, 20 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМПОРТУ ПІДПРИЄМСТВА-ДИСТРИБ'ЮТОРА АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ**» розглянуто теоретичні аспекти імпорту підприємства, узагальнено особливості імпортних контрактів, регулювання, чинники здійснення, досліджено методіку визначення показників імпорту підприємства.

У другому розділі «**АНАЛІЗ ІМПОРТУ ПІДПРИЄМСТВА-ДИСТРИБ'ЮТОРА ТОВ «ВИНФОРТ» НА СВІТОВОМУ РИНКУ АЛКОГОЛЬНОХ ПРОДУКЦІЇ**» зроблений аналіз показників імпорту ТОВ «Винфорт», зроблено SWOT-аналіз імпорту ТОВ «Винфорт», досліджено процес та етапи укладання імпортних контрактів, проаналізовано показники імпортних угод.

У третьому розділі «ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ПІДПРИЄМСТВА-ДИСТРИБ'ЮТОРА ТОВ «ВИНФОРТ» НА СВІТОВОМУ РИНКУ АЛКОГОЛЬНОХ ПРОДУКЦІЙ» запропоновано основні напрями удосконалення імпорту ТОВ «Винфорт», зокрема за рахунок впровадження моделі управління зовнішньоекономічною діяльністю та організаційно-економічних заходів з підвищення ефективності реалізації імпорту підприємства.

ВИСНОВКИ

Таким чином в результаті проведення в кваліфікаційні роботі дослідження можна зробити наступні висновки.

Дослідженню сутності категорії “імпортна діяльність” присвячено праці багатьох науковців. Зважаючи на те, що в економічних науках операція є частиною цілого процесу або діяльності, можна стверджувати, що будь-яка зовнішньоекономічна операція є частиною такої самої діяльності, тобто імпортна операція є складовою імпортною діяльністю підприємства. На сьогоднішній день багато авторів економічної науки давали визначення терміну «імпорт» та «імпортна діяльність». Реалізація типової імпортної угоди проходить ряд етапів. В свою чергу, етапи складаються з послідовних стадій її підготовки. Кожна із стадій має конкретне цільове призначення і оформляється відповідними супроводжуваними документами. Всі разом вони являють собою єдиний технологічний процес створення і реалізації продукції, враховуючи початкові фази - маркетингові дослідження, вибір продукції, визначення стратегії. Дистриб'ютори зазвичай здійснюють продажі іншим продавцям, наприклад роздрібним продавцям або клієнтам-організаціям, а не кінцевим користувачам. Вони закупають товари у виробників або імпортерів, набуваючи права власності та забезпечують їх зберігання і перепродаж невеликими партіями роздрібним продавцям.

Підприємствам доводиться враховувати вплив усіх груп факторів, які можуть позитивно чи негативно вплинути на ефективність їхньої імпортної діяльності, що допомагає зменшувати невизначеність, розробляти більш точні плани ЗЕД, оптимізувати ресурси і, в результаті, підвищувати стабільність та ефективність імпортної діяльності підприємства. Всі автори згодні з тим, що на розмір прибутку впливають дві групи чинників - зовнішні і внутрішні.

Головною умовою проведення імпортних операцій дистриб'юторів є ефективність, тому що вони часто зазнають значних збитків унаслідок недостатнього техніко-економічного обґрунтування ефективності ЗЕД, відсутності в ньому оцінок для вибору валютної ціни, валюти платежу та інших валютно-фінансових умов угоди. Розрахунок економічної ефективності здійснюється шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту.

Компанія «Винфорт» заснована в 1999 році, як підприємство, що спеціалізується в області імпорту та торгівлі якісними алкогольними напоями. На сьогоднішній день у підприємства налагоджені тісні ділові контакти з усіма регіонами України. За аналізований період на підприємстві відбулось незначне збільшення чистої рентабельності та рентабельності продажу від операційної

діяльності на 0,11% та 1,33% відповідно. З аналізу видно, що всі показники мають позитивну тенденцію росту: чистий дохід на 91 070 тис. грн., прибутки від основної операційної, операційної та звичайної діяльності на 14 568 тис. грн. та 105 638 тис. грн. відповідно. За аналізований період активи підприємства збільшилися на 78 850 тис. грн. Такий невеликий зріст був зумовлений зменшенням необоротних активів на 5 135 тис. грн., а вартість оборотних активів збільшилася на 83 985 тис. грн. За рахунок збільшення вартості інших оборотних активів, витрат майбутніх періодів і грошей та їх еквівалентів, вартість активів підприємства збільшилась на 89 тис. грн. та на 2 105 тис. грн. відповідно. За аналізований період джерела формування активів збільшилося на 78 850 тис. грн. Власний капітал зменшився на 11 715 тис. грн., що на 5,35% менше до загальної суми джерел активів ніж у попередньому році.

За даними ТОВ «Винфорт» за період 1-8 місяці 2021 року компанія зайняла 13 місце в Україні в імпорту всього алкоголю за митною вартістю. 2021 рік став досить сприятливим для імпорту тихого вина. Показники торгівлі з країнами ЄС виріс на 14%. Серед країн імпорту ми бачимо здебільш ріст торгівлі, окрім показників з Молдовою. У 2019 році ТОВ «Винфорт» програла тендер на продаж алкогольної продукції від дистриб'ютора Beam Suntory, який володіє такими брендами як: Jim Beam, Maker's Mark, Midori та інші. Тому компанія була вимушена шукати нові бренди, які досить ніхто не імпортує в Україну. Серед таких з'явилися Scottish Leader, Whyte&Mackay та Tenjaku. Підприємство має 1,74 долари вигоди від здійснення імпортової операції і припадає на 1 гривню сукупних витрат, пов'язаних уз закупівлею продукції за кордоном. При цьому, динаміка цього показника характеризується тенденцією зростання його значення.

Запропонований механізм управління імпортом для досліджуваного підприємства є одним з прикладів, призначений для оцінки, контролю та регулювання показників ефективності імпорту, постійного моніторингу процесів на зовнішньому ринку, розробки заходів для усунення виявлених відхилень. Структурна модель механізму управління імпортом містить послідовність зовнішньоекономічних заходів та наступні елементи: визначення макро- та мікроекономічних умов здійснення імпорту; розробка стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок; діагностику потенціалу ЗЕД підприємства; розробка напрямів здійснення імпортової діяльності; реалізація обраних імпортних напрямів; оцінка ефективності діяльності імпортом; регулювання якості реалізації імпортних напрямів.

З метою мінімізації витрат визнаних з придбанням товару, а також зниженням вартості готової продукції одним з перспективних напрямків діяльності ТОВ «Винфорт» може бути реалізація спільних програм з відомими виробниками алкогольної продукції по розливу їх торгових марок на виробничих потужностях товариства. Це дозволить скоротити витрати пов'язані з більш низькою вартістю сировини вітчизняного виробництва.

Пропонуємо переглянути методику виділення впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на механізм управління ЗЕД. Окрім загального впливу мікро-, мезо-, макро- та мегасередовища на підприємство, ми вважаємо за доцільне виділити вплив кожного з середовищ одне на одного та на формування механізму управління ЗЕД підприємства, а також зворотній вплив підприємства. Для оцінки

зміни ефективності ЗЕД пропонуємо розроблену нами методику, що буде враховувати кількість виконаних контрактів та об'єм прибутку від ЗЕД на рівні підприємства. Таким чином, для ефективної зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Винфорт» планова кількість контрактів повинна складати не менше 252 шт, значення нижче 252 шт буде погіршувати ефективність імпортової діяльності, значення вище – значно підвищувати.

ТОВ «Винфорт» вже має у своєму портфелі продукцію з Японії – віскі «Tenjaku». Tenjaku - дуже м'який віскі, витриманий в бочках з-під бурбона і хересу. Мінімальний термін витримки - 3 роки. Варто відзначити, що японський віскі витримується в набагато більш теплому кліматі, ніж в Шотландії (витримка супроводжується високою «часткою ангелів», дозрівання віскі проходить більш інтенсивно). Все це що надає напою дуже делікатний аромат і м'який насичений смак. Тому підприємство відреагувало на попит японських віскі і заключив партнерство с постачальником «Minami Alps Wine and Beverages». Ціна закупівлі 236, 44 грн. Через те, що попит на віскі тільки росте, ТОВ «Винфорт» пропонується заключати контракти з новими постачальниками з Японії, щоб стати першими дистриб'юторами та зайняти нішевий ринок

АНОТАЦІЯ

Остапенко Маргарита Віталіївна, «Удосконалення імпорту підприємства-дистриб'ютора алкогольної продукції (на прикладі ТОВ «Винфорт»)», кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародна економіка», Одеський національний економічний університет м. Одеса, 2022 рік

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – імпорт підприємства-дистриб'ютора алкогольної продукції.

У роботі розглядаються теоретичні основи дослідження імпорту підприємства-дистриб'ютора, узагальнено чинники, що впливають на імпорт підприємств, що займаються дистрибуцією алкогольної продукції, узагальнено методи оцінки та аналізу імпорту.

Охарактеризовано та проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Винфорт», проаналізовано чинники, що впливають на імпорт підприємства, визначено показники імпортової діяльності підприємства.

Розроблено та запропоновано основні напрями удосконалення імпорту ТОВ «Винфорт», зокрема за рахунок нової моделі управління імпортом підприємства та організаційно-економічних заходів, спрямованих на удосконалення реалізації імпортних угод.

Ключові слова: імпорт, алкогольна продукція, світовий ринок алкогольних напоїв, показники імпорту, імпортний контракт.

ANNOTATION

Ostapenko Margarita, "Improving the import of enterprises-distributors of alcoholic beverages (on the example of Winfort LLC)", qualification work for a bachelor's degree in 292 "International Economic Relations" in the educational program "International Economics", Odessa National University of Economics Odesa, 2022

Qualification work consists of three sections. The object of research is the import of an enterprise-distributor of alcoholic products.

The paper considers the theoretical foundations of the study of imports of the distributor, summarizes the factors influencing the import of enterprises engaged in the distribution of alcoholic products, summarizes the methods of evaluation and analysis of imports.

The foreign economic activity of Winfort LLC is characterized and analyzed, the factors influencing the enterprise's import are analyzed, the indicators of the enterprise's import activity are determined.

The main directions of improving the import of Winfort LLC have been developed and proposed, in particular due to the new model of import management of the enterprise and organizational and economic measures aimed at improving the implementation of import agreements.

Key words: import, alcohol products, world market of alcoholic beverages, import indicators, import contract.