

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

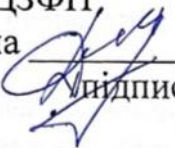
Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
за освітньою програмою
«Міжнародні економічні відносини»

на тему: **«УДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ З
КИТАЮ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ДІТОЧКА»)»**

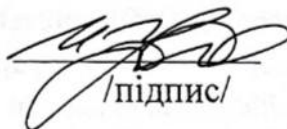
Виконавець:

студентка 4 зф 13 групи ЦЗФН
Демидова Марія Сергіївна


/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент
Уханова Інна Олегівна


/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність кваліфікаційної роботи. У сучасних умовах глобалізації та активного розвитку міжнародної торгівлі імпорту споживчих товарів з Китаю набуває все більшої популярності серед українських підприємств. Завдяки конкурентним цінам та широкому асортименту китайська продукція займає значну частку українського ринку. Однак підприємства, що займаються імпортом, стикаються з низкою викликів, пов'язаних з логістикою, сертифікацією, митними процедурами, маркетинговим просуванням продукції та оптимізацією витрат. Особливої актуальності тема набуває в умовах воєнного часу, коли традиційні логістичні маршрути зазнали значних змін, а ризики поставок суттєво зросли. Підприємствам доводиться швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, оперативно адаптувати свою діяльність до нових умов, знаходити альтернативних постачальників і переглядати маркетингові та логістичні стратегії. Саме тому дослідження шляхів удосконалення імпорту споживчих товарів є актуальним для підвищення ефективності діяльності підприємств. Вищевикладене обумовило мету кваліфікаційної роботи, її предмет, об'єкт та завдання.

Вагомий внесок у розвиток теоретичних підходів до дослідження зовнішньої торгівлі підприємств України, зокрема імпорту, зробили такі дослідники, як Ф. Бутинець, Г.В. Мозгова, В.А. Євтушенко та Д.Д. Стовбуненко, у працях яких приділено увагу дослідженню загальних засад імпортової діяльності та особливостей її здійснення та оформлення. Мазаракі А.А. та Мельник Т.М., Фомішина Л.М. та Луцький В.В. приділили увагу узагальненню теоретичних основ міжнародної торгівлі та зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Решетняк Т.І. та Бабіч Ю.Е. зацентрували увагу на факторах та методах аналізу зовнішнього середовища діяльності підприємств. Між тим, попри значну увагу наукової спільноти до цього питання, недостатньо дослідженими залишаються прикладні питання імпорту споживчих товарів українськими підприємствами під час повномасштабного вторгнення.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Визначити можливості покращення процесу імпорту споживчих товарів з Китаю на прикладі ТОВ «Діточка» шляхом аналізу його поточних показників, оцінки факторів впливу та розробки рекомендацій щодо оптимізації імпортової діяльності.

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

- дослідити поняття та етапи імпорту споживчих товарів;
- узагальнити чинники та особливості здійснення імпорту споживчих товарів;
- дослідити підходи та методи аналізу імпорту підприємства;
- надати організаційно-економічну характеристику ТОВ «Діточка»;
- проаналізувати чинники впливу на імпорту споживчих товарів ТОВ «Діточка»;
- проаналізувати показники імпорту ТОВ «Діточка»;
- сформувати шляхи удосконалення імпорту споживчих товарів ТОВ «Діточка».

Об'єктом дослідження є імпорту споживчих товарів з Китаю.

Предметом дослідження є теоретичні підходи та практичні рішення удосконалення імпорту споживчих товарів з Китаю.

Методи дослідження. У роботі застосовуються загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: аналіз та синтез – для вивчення теоретичних основ імпорту; порівняльний аналіз – для оцінки логістичних маршрутів, митних процедур та маркетингових стратегій; методи економічного аналізу – для дослідження показників імпорту підприємства; PEST-аналіз – для оцінки зовнішніх чинників, що впливають на імпорт; SWOT-аналіз – для визначення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз у діяльності ТОВ «Діточка». Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office: Microsoft Word та Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. Для написання роботи проаналізовано монографічну та наукову літературу, Інтернет-джерела, статистичну інформацію Державної служби статистики України, Міністерства економіки України, Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, офіційні сайти логістичних компаній, профільні маркетингові ресурси, фінансову та звітну інформацію підприємства ТОВ «Діточка».

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

Демидова М.С. «Чинники та особливості здійснення імпорту споживчих товарів» // М.С Демидова / Збірник наукових робіт за підсумками студентської дистанційної науково-практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Випуск 15. Одеса: ОНЕУ, 2025. – С.10-11.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи імпорту споживчих товарів»* було розглянуто сутність імпорту як форми зовнішньоекономічної діяльності, класифікацію споживчих товарів та їх значення у структурі міжнародної торгівлі. Окрему увагу приділено чинникам, що впливають на процес імпорту, зокрема політичним, економічним, соціальним і технологічним. Досліджено основні методи економічного аналізу імпорту, включаючи порівняльний аналіз, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, ABC-аналіз та аналіз логістичних витрат.

У другому розділі *«Аналіз імпорту споживчих товарів з Китаю ТОВ «Діточка»»* здійснено характеристику підприємства, описано його організаційну структуру, ключові товарні групи, логістичні та маркетингові процеси. Проведено SWOT- та PEST-аналіз діяльності компанії, визначено структуру імпорту за товарними групами та постачальниками. Особливу увагу приділено аналізу впливу вартості фрахту на собівартість продукції та загальну рентабельність підприємства. На основі фактичних даних здійснено аналіз динаміки доходу та чистого прибутку компанії в умовах воєнного часу.

У третьому розділі *«Шляхи удосконалення імпорту споживчих товарів ТОВ «Діточка»»* було запропоновано напрями підвищення ефективності маркетингової стратегії підприємства, зокрема розвиток роздрібних сайтів, просування бренду через соціальні мережі та участь у міжнародних виставках. Розглянуто потенціал виходу підприємства на європейський ринок. Також проаналізовано шляхи оптимізації

зовнішньої та внутрішньої логістики: вибір оптимального маршруту доставки, скорочення логістичних витрат, об'єднання замовлень, налагодження складського обліку та трасування вантажу.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було розглянуто теоретичні, аналітичні та практичні аспекти організації імпортової діяльності підприємства, зокрема ТОВ «Діточка». Проаналізовано сучасний стан імпорту споживчих товарів, виявлено основні чинники впливу на цей процес та запропоновано практичні напрями покращення маркетингових і логістичних механізмів, що безпосередньо впливають на ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні засади організації імпорту споживчих товарів. Визначено, що імпорт – це один з основних інструментів забезпечення внутрішнього ринку необхідною продукцією, особливо у випадках, коли національне виробництво не може покрити попит. Детально розглянуто сутність імпортних операцій, класифікацію видів імпорту, основні етапи ввезення товарів на митну територію України, включаючи митні процедури, сертифікацію та особливості розрахунків. Було також акцентовано увагу на специфіці споживчих товарів як об'єкта міжнародної торгівлі, їх поділі на товари тривалого й нетривалого користування, а також на тому, що рівень споживчого імпорту є одним із показників розвитку економіки.

У межах другого розділу роботи здійснено всебічний аналіз імпортової діяльності ТОВ «Діточка». Було детально охарактеризовано діяльність підприємства: воно спеціалізується на імпорті та реалізації широкого асортименту дитячих товарів з Китаю, серед яких основними групами є великогабаритні товари (дитячі коляски, автокрісла, ліжечка, електромобілі, ігрові комплекси тощо) та різноманітні іграшки. Підприємство веде як оптову, так і роздрібну торгівлю, має налагоджену логістичну систему, маркетинговий відділ, підтримку клієнтів і фото-контентний підрозділ.

Проведено SWOT-аналіз підприємства, у межах якого виявлено такі сильні сторони, як високий рівень співвідношення ціни та якості продукції, імідж надійного партнера, широка клієнтська база, ефективна структура управління, а також можливості виходу на ринки Європи, розширення асортименту й активізація просування через новітні канали комунікації. Загрозами є політична нестабільність, логістичні ризики, конкуренція та потенційні зміни в регуляторному середовищі. Додатково було проведено PEST-аналіз, який дозволив виявити основні зовнішні чинники впливу – політичні, економічні, соціальні та технологічні.

В аналітичній частині особливу увагу приділено впливу логістичних витрат на собівартість продукції. Зокрема, досліджено зміни вартості фрахту в умовах пандемії COVID-19 та воєнного стану в Україні. Проведено розрахунки, які продемонстрували, що збільшення фрахту з 1800\$ до 15 000\$ суттєво вплинуло на кінцеву ціну одиниці товару — в окремих випадках частка фрахту в структурі ціни зросла з 2–3% до 45%. Це призвело до дорожчання продукції, зниження конкурентоспроможності окремих товарних категорій (зокрема, шезлонгів та стільців для годування) і значного падіння обсягів продажів у 2022 році. Такі зміни прямо

вплинули на чистий прибуток компанії, який, за офіційною фінансовою звітністю, у 2022 році був негативним і склав -24,6 млн грн.

Поряд з цим, аналіз фінансових показників ТОВ «Діточка» за 2021–2024 роки дозволив простежити загальну динаміку доходів і прибутковості. Встановлено, що попри кризу в 2022 році, підприємству вдалося значно наростити доходи у 2024 році, однак прибутковість залишилась під тиском зростання витрат. Це свідчить про необхідність подальшої оптимізації витратної частини, особливо у сфері логістики. Також було проведено оцінку постачальників: головним партнером є китайські виробники, з якими компанія налагодила довгострокову співпрацю, хоча частково використовуються і українські постачальники, зокрема в категорії дерев'яних виробів.

У третьому розділі було представлено шляхи удосконалення імпортої діяльності. Перша частина була присвячена маркетинговим рішенням: показано, що ефективна діджитал-стратегія, ведення брендovих роздрібних сайтів, присутність у соціальних мережах, якісний фото- та відеоконтент, можлива участь у виставках (зокрема Baby Expo в Україні та Kind + Jugend у Німеччині) суттєво посилюють позиції підприємства на ринку. Зокрема, завдяки цим заходам прибутковість у категорії великогабаритного товару зросла на 8%, що підтверджує результативність маркетингових підходів.

У другій частині розділу було акцентовано увагу на логістиці. В умовах війни підприємство було змушене оперативно перебудовувати свої зовнішні маршрути: відмовившись від портів Азовського узбережжя, компанія тимчасово перевела постачання через порт Констанца в Румунії. З вересня 2023 року, після часткового відновлення роботи Одеського морського порту, компанія змогла повернутись до більш зручного й економічного маршруту доставки. Було показано, що зовнішня логістика нині обмежено керована, однак підприємство докладас зусиль до її стабілізації.

Усередині країни ТОВ «Діточка» активно впроваджує заходи з оптимізації внутрішньої логістики: використання маршрутних листів, планування зворотного завантаження, об'єднання замовлень, контроль складських залишків, регулярні переобліки, сканування товару в системі, а також трасування вантажів у реальному часі. Усе це сприяє зменшенню витрат, підвищенню точності доставки, покращенню обслуговування клієнтів і загальній ефективності бізнес-процесів.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що імпорт споживчих товарів є надзвичайно важливим елементом у діяльності підприємств, орієнтованих на забезпечення українського споживача якісною, доступною та актуальною продукцією. Для підприємств, які працюють у сфері дитячих товарів, таких як ТОВ «Діточка», ключову роль відіграють не лише умови постачання, а й грамотна маркетингова стратегія, логістична гнучкість, адаптація до зовнішнього середовища та орієнтація на довгострокову співпрацю з партнерами.

Таким чином, практичні рекомендації, розроблені у межах роботи, можуть бути використані ТОВ «Діточка» для подальшого вдосконалення імпортої діяльності, зміцнення ринкових позицій та виходу на нові рівні розвитку.

АНОТАЦІЯ

Демидова М.С., «Удосконалення імпорту споживчих товарів з Китаю (на прикладі ТОВ «Діточка»)). Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2025 р.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – імпорт споживчих товарів з Китаю.

У роботі розглядаються теоретичні засади імпортової діяльності підприємства, визначено поняття імпорту, його етапи, особливості споживчих товарів як об'єкта міжнародної торгівлі, а також фактори, що впливають на ефективність імпортих операцій.

Здійснено аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Діточка», яке спеціалізується на імпорті дитячих товарів з Китаю. Визначено основні товарні групи, структуру постачальників, а також проаналізовано ключові показники імпортової діяльності підприємства. Проведено SWOT- та PEST-аналіз компанії з метою виявлення внутрішніх і зовнішніх чинників, що впливають на імпорт.

Запропоновано напрями вдосконалення імпортової діяльності ТОВ «Діточка», зокрема через оптимізацію маркетингової стратегії, просування бренду, участь у міжнародних виставках, а також удосконалення зовнішньої та внутрішньої логістики підприємства в умовах воєнного часу.

Ключові слова: імпорт, споживчі товари, зовнішньоекономічна діяльність, Китай, логістика, маркетинг, постачальники.

ANNOTATION

Demydova M.S., «Improving the import of consumer goods from China (on the example of LLC «Ditochka»)). Qualification work for a bachelor's degree in specialty 292 “International Economic Relations” under the educational program “International Economic Relations”. - Odesa National Economic University. - Odesa, 2025.

The qualification work consists of three sections. The object of the research is the import of consumer goods from China.

The work examines the theoretical foundations of the import activity of the enterprise, defines the concept of import, its stages, features of consumer goods as an object of international trade, as well as factors that affect the efficiency of import operations.

An analysis of the foreign economic activity of LLC «Ditochka», which specializes in the import of children's goods from China, is carried out. The main product groups, the structure of suppliers are determined, and the key indicators of the enterprise's import activity are analyzed. A SWOT and PEST-analysis of the company was carried out to identify internal and external factors affecting imports.

Directions for improving the import activity of LLC «Ditochka» are proposed, in particular through optimization of the marketing strategy, brand promotion, participation in international exhibitions, as well as improvement of the external and internal logistics of the enterprise in wartime.

Keywords: imports, consumer goods, foreign economic activity, China, logistics, marketing, suppliers.