

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

**Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра менеджменту підприємств**

**«До захисту допущено»
Завідувач кафедри**

д.е.н., проф. Вікторія ДЕРГАЧОВА
10 червня 2025 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою
«Менеджмент міжнародного бізнесу»
спеціальності 073 «Менеджмент»**

**на тему: «Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства на
ринку електроінструментів»**

Виконав студент 4 курсу, групи УЗ-11
ТРЕТЯК Владислав Максимович

(підпис)

Керівник доцент кафедри менеджменту підприємств
к.е.н., доц. ГОЛЮК Вікторія Ярославівна

(підпис)

Рецензент професор кафедри міжнародної економіки
д.т.н., проф. ГАВРИШ Олег Анатолійович

(підпис)

Засвідчую, що у цій дипломній
роботі немає цитат та вилучень з
праць інших авторів без відповідних
посилань

Студент _____

(підпис)

Київ – 2025 року

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра менеджменту підприємств

Рівень вищої освіти - перший (бакалаврський)

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Освітньо-професійна програма **«Менеджмент і бізнес-адміністрування»**

Сертифікатна програма **«Менеджмент міжнародного бізнесу»**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри

д.е.н., проф. Вікторія ДЕРГАЧОВА
18 жовтня 2025 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студенту

ТРЕТЯКУ Владиславу Максимовичу

1. Тема роботи: «Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства на ринку електроінструментів»

керівник роботи к.е.н., доц. **ГОЛЮК Вікторія Ярославівна**

затверджено наказом по університету від «26» травня 2025р. №1747-с

2. Термін подання студентом роботи: 06.06.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: фінансова звітність ТОВ ВКП «ЕСКО», інформація з відкритих джерел щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств, аналітичні матеріали щодо міжнародної торгівлі, структура витрат підприємства, нормативно-правові акти у сфері ЗЕД, методичні рекомендації з аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

4. Зміст пояснювальної записки

а) Теоретична частина:

- розкрито сутність та основні форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- охарактеризовано специфіку ЗЕД на ринку електроінструментів;

- визначено методологічні підходи до оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

б) Аналітична частина:

- представлено загальну характеристику ТОВ ВКП «ЕСКО»;
- здійснено дослідження зовнішньоекономічної діяльності підприємства (основні напрями, ринки збуту, партнери);
- проведено оцінку ефективності ЗЕД підприємства з використанням фінансових та інтегральних показників;

в) Рекомендаційна частина:

- запропоновано напрями вдосконалення ЗЕД ТОВ ВКП «ЕСКО» (зокрема, імпорт нової продукції, оптимізація логістики, диверсифікація ринків);
- здійснено оцінку економічної ефективності запропонованих заходів (порівняльний аналіз постачання з Польщі, Китаю та Італії);
- розроблено практичні рекомендації щодо реалізації проекту з покращення ЗЕД підприємства.

5. Перелік ілюстративного матеріалу

1. Організаційна структура ТОВ ВКП «ЕСКО»
2. Основні фінансові показники підприємства (2020–2024 рр.)
3. Динаміка експорту та імпорту електроінструментів в Україні
4. Географія зовнішньоекономічної діяльності підприємства
5. Порівняльна таблиця вартості постачання продукції з Китаю, Польщі та Італії
6. Розрахунок витрат та очікуваної економії при зміні постачальника
7. Порівняльна логістична модель постачання
8. Очікувані результати реалізації проекту

6. Дата видачі завдання:

18 жовтня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1	Збір інформації про діяльність ТОВ ВКП «ЕСКО»	08.10.2024 – 31.10.2024	Виконано
2	Аналіз економічної діяльності підприємства	01.11.2024 – 30.11.2024	Виконано
3	Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО»	01.12.2025 – 31.12.2025	Виконано
4	Аналіз ефективності ЗЕД підприємства	01.01.2025 – 31.01.2025	Виконано
5	Визначення перспектив розвитку ЗЕД з урахуванням ринкових тенденцій та зовнішнього середовища	01.02.2025 – 28.02.2025	Виконано
6	Обґрунтування заходів з удосконалення ЗЕД ТОВ ВКП «ЕСКО»	01.03.2025 – 31.03.2025	Виконано
7	Підготовка підсумкового звіту та презентації; розробка практичних рекомендацій для підприємства	01.04.2025 – 30.04.2025	Виконано
8	Оформлення дипломної роботи першого (бакалаврського) рівня вищої освіти	01.05.2025 – 30.05.2025	Виконано

Студент:

(підпис)

Владислав ТРЕТЯК

Керівник дипломної роботи:

(підпис)

Вікторія ГОЛЮК

РЕФЕРАТ

Дипломна робота на тему: «Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства на ринку електроінструментів» містить 106 сторінок, 20 таблиць, 24 рисунків. Перелік використаних джерел налічує 66 найменувань.

Метою роботи є визначення напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства шляхом аналізу поточної ЗЕД, оцінки логістичних і фінансових параметрів імпортних поставок та розробки заходів щодо їх оптимізації.

Об'єктом дослідження виступає зовнішньоекономічна діяльність ТОВ ВКП «ЕСКО».

Предметом дослідження є процеси організації та вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства на ринку електроінструментів.

База дослідження — ТОВ ВКП «ЕСКО», підприємство, що спеціалізується на дистрибуції електроінструментів, має досвід міжнародної співпраці та розглядає можливості розширення імпортних поставок.

Методи дослідження. У дипломній роботі застосовано методи аналізу фінансової звітності, порівняльний аналіз, графічні методи, методи структурно-логічного узагальнення, експертні оцінки та економіко-математичне моделювання.

Результати роботи. У дипломній роботі проведено аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО», оцінено ефективність поточних імпортних операцій, виявлено основні проблеми в логістиці та структурі витрат. Здійснено порівняння умов поставок з різних країн (Китай, Польща, Італія) та визначено доцільні напрямки оптимізації ЗЕД. Обґрунтовано економічний ефект від реалізації запропонованих рішень.

Рекомендації щодо використання результатів роботи. Напрацьовані рекомендації можуть бути використані в практичній діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» для зниження витрат, оновлення імпортного асортименту, оптимізації логістичних процесів та покращення позицій на міжнародному ринку.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, імпорт, ефективність, логістика, електроінструменти, конкурентоспроможність, оптимізація постачання.

ABSTRACT

The thesis on the topic: "Improving the foreign economic activity of an enterprise in the power tools market" contains 106 pages, 20 tables, 24 figures. The list of references includes 66 sources.

The purpose of the work is to determine directions for improving the efficiency of the enterprise's foreign economic activity through analysis of current FEA, evaluation of logistical and financial parameters of import supplies, and development of measures for their optimization.

The object of the study is the foreign economic activity of LLC VKP "ESKO".

The subject of the study comprises the processes of organization and improvement of the enterprise's foreign economic activity in the power tools market.

The research base — LLC VKP "ESKO", an enterprise specializing in power tools distribution, having experience in international cooperation and considering opportunities for expanding import supplies.

Research methods. The thesis applies methods of financial reporting analysis, comparative analysis, graphical methods, structural-logical generalization methods, expert assessments, and economic-mathematical modeling.

Research results. The thesis conducted an analysis of the foreign economic activity of LLC VKP "ESKO", evaluated the efficiency of current import operations, identified main problems in logistics and cost structure. A comparison of supply conditions from different countries (China, Poland, Italy) was carried out and appropriate directions for FEA optimization were determined. The economic effect from implementing the proposed solutions was substantiated.

Recommendations for the use of research results. The developed recommendations can be used in the practical activities of LLC VKP "ESKO" for cost reduction, updating the import assortment, optimizing logistics processes, and improving positions in the international market.

Keywords: foreign economic activity, import, efficiency, logistics, power tools, competitiveness, supply optimization.

ЗМІСТ

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ЕЛЕКТРОІНСТРУМЕНТУ	10
1.1 Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства та його специфіка на ринку електроінструментів.....	10
1.2 Методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	16
Висновки до розділу 1.....	24
2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ВКП "ЕСКО" ТА ОЦІНКА ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ	26
2.1 Загальна характеристика ТОВ ВКП "ЕСКО"	26
2.2 Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП "ЕСКО"	37
2.3 Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	61
Висновки до розділу 2.....	78
3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ВКП «ЕСКО»	81
3.1 Пріоритетні шляхи покращення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО»	81
3.2 Обґрунтування заходів з удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» та аналіз їх ефективності.....	87
Висновки до розділу 3.....	109
ВИСНОВКИ	112
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	114
ДОДАТКИ	8

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації світової економіки зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) набуває ключового значення для сталого розвитку підприємств, особливо тих, що працюють у висококонкурентних і технологічно насичених галузях. Ринок електроінструментів є саме таким сегментом — динамічним, інноваційним і залежним від міжнародної кооперації. Для українських підприємств, зокрема для ТОВ ВКП «ЕСКО», активізація зовнішньоекономічної діяльності є важливим стратегічним напрямом підвищення ефективності, конкурентоспроможності та виходу на нові ринки.

Сьогодні електроінструменти широко застосовуються в будівництві, промисловості, сільському господарстві, а також у побуті. Ринок характеризується високою конкуренцією, насиченістю імпортними товарами (зокрема, з Китаю, Польщі, Італії), а також швидким оновленням асортименту продукції відповідно до світових трендів. У таких умовах українські підприємства змушені постійно вдосконалювати логістику, обирати більш вигідні канали постачання, знижувати витрати, оновлювати товарну лінійку та шукати нові шляхи виходу на міжнародні ринки.

База дослідження - ТОВ ВКП «ЕСКО». Компанія є активним учасником українського ринку електроінструментів і здійснює зовнішньоекономічну діяльність, зокрема імпорт продукції. Компанія співпрацює з іноземними партнерами та розглядає можливості розширення на міжнародних ринках. Попри позитивну динаміку, актуальним є аналіз ефективності ЗЕД і пошук шляхів її оптимізації.

Актуальність теми дослідження зумовлена потребою підприємств адаптувати свою діяльність до змін у зовнішньоекономічному середовищі, зростанням логістичних витрат, впливом глобальних ризиків (економічних, політичних, енергетичних), а також необхідністю підвищення стійкості постачальних ланцюгів. У цих умовах зростає значення аналізу різних варіантів

імпорту продукції, порівняння постачання з різних країн за вартістю, термінами, якістю товару та логістичними витратами. Також набуває важливості диверсифікація партнерських зв'язків, пошук нових постачальників та оптимізація зовнішньоекономічної стратегії загалом.

Метою дипломної роботи є визначення шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» через аналіз його поточної діяльності на ринку електроінструментів, виявлення проблем і розробку пропозицій щодо вдосконалення логістичних та імпортних процесів. У процесі дослідження здійснено оцінку основних фінансових показників, вивчено динаміку імпорту та експорту в галузі, розглянуто структуру витрат, а також проведено порівняльний аналіз імпорту з різних країн — Китаю, Польщі та Італії.

Об'єктом дослідження є зовнішньоекономічна діяльність ТОВ ВКП «ЕСКО».

Предметом дослідження виступають процеси організації та удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства у сфері імпорту електроінструментів. У процесі роботи використано загальнонаукові та економічні методи дослідження: аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, метод експертних оцінок, економіко-математичне моделювання та графічний метод.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що запропоновані у роботі рекомендації щодо удосконалення ЗЕД можуть бути використані керівництвом ТОВ ВКП «ЕСКО» для зниження витрат, прискорення поставок, оновлення асортименту імпортованої продукції, а також для виходу на нові міжнародні ринки. У роботі обґрунтовано ефективність запропонованих рішень та надано порівняльні розрахунки за трьома варіантами постачання.

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ЕЛЕКТРОІНСТРУМЕНТУ

1.1 Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства та його специфіка на ринку електроінструментів

У сучасних умовах глобалізації світової економіки та активного розвитку інтеграційних процесів зовнішньоекономічна діяльність підприємства стає одним із ключових чинників його успішної роботи та довготривалого розвитку. Це вже більше, ніж просто додатковий напрямок роботи, адже вона перетворюється на стратегічну потребу, яка дає змогу підприємствам вийти за межі внутрішніх ринків, розширити можливості для розвитку, доступитися до нових ресурсів і технологій, а також максимально ефективно використовувати переваги міжнародного поділу праці. ЗЕД являє собою динамічний процес, який демонструє здатність підприємства адаптуватися до змін міжнародного середовища, ефективно управляти ризиками та реалізовувати з'явлені шанси. Це особливо важливо для таких висококонкурентних і технологічно насичених сфер, як ринок електроінструментів. У цьому сегменті головними факторами успіху виступають швидкість упровадження інновацій, відповідність міжнародним стандартам якості та надійність логістичних ланцюгів. Отже, чітке розуміння сутності та специфіки зовнішньоекономічної діяльності, зокрема в межах ринку електроінструментів, є базою для створення дієвих стратегій, які забезпечують зміцнення конкурентних позицій підприємства та сприяють його стабільному розвитку на міжнародному рівні.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) підприємства є не лише важливим інструментом виходу на міжнародні ринки, а й ключовим чинником забезпечення довгострокової конкурентоспроможності в умовах глобалізації. Вона являє собою комплекс взаємопов'язаних операцій, що виходять за межі національних кордонів і спрямовані на реалізацію економічних інтересів суб'єкта господарювання. Вона охоплює всі види господарських операцій, що здійснюються суб'єктами

підприємницької діяльності України та іноземними суб'єктами господарської діяльності, і передбачає взаємодію з нерезидентами в рамках міжнародного поділу праці. ЗЕД в усіх країнах спрямована на реалізацію переваг міжнародного поділу праці, що сприяє зростанню ефективності національних економік, сприяння вирівнюванню темпів економічного розвитку, а також на порівнянність витрат виробництва на національному і світовому рівнях [1, 4].

За визначенням Господарського кодексу України, "зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання є господарська діяльність, що у процесі її здійснення потребує перетинання митного кордону України майном та/або робочою силою" [5]. До ключових форм ЗЕД відносять експорт та імпорт товарів, послуг, капіталу та інтелектуальної власності, а також міжнародну виробничу й науково-технічну кооперацію, спільне підприємництво та інші форми інвестиційної діяльності [3, 5].

Таблиця 1.1 Основні форми зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Форма ЗЕД	Опис	Приклади
Експорт товарів	Вивезення товарів за кордон	Постачання електроінструментів
Імпорт товарів	Ввезення товарів з-за кордону	Закупівля комплектуючих з Китаю
Експорт послуг	Надання послуг іноземним клієнтам	Технічне обслуговування
Імпорт послуг	Отримання послуг від іноземних компаній	Консультації, ІТ-послуги
Інвестиційна діяльність	Спільні підприємства, інвестиції	Відкриття філії або Спільного підприємства
Науково-технічна кооперація	Спільні розробки, дослідження	Розробка нових технологій

Складено автором на основі [5,3,4]

Основними рушійними силами активізації ЗЕД для сучасного підприємства є глобалізація економічних процесів, прагнення доступу до нових ресурсів та технологій, необхідність оптимізації виробничих витрат, а також насичення внутрішніх ринків, що спонукає підприємства шукати нові ринки збуту [6]. Основними функціями ЗЕД є організація міжнародного товарного обміну,

міжнародне визначення споживчої вартості товарів, та міжнародний обіг грошей [4].

Основною метою ЗЕД є максимізація прибутку підприємства через розширення ринків збуту, оптимізацію витрат, доступ до нових технологій та ресурсів, а також підвищення конкурентоспроможності на світовому рівні. Підприємства, які ефективно реалізують ЗЕД, мають можливість швидше реагувати на зміни кон'юнктури світового ринку, оптимізувати структуру виробництва і збуту, а також диверсифікувати ризики, пов'язані з економічною нестабільністю у певних регіонах. Кожен суб'єкт ЗЕД керується принципом економічної свободи, маючи змогу на власний розсуд брати участь у зовнішньоекономічних відносинах, оперуючи ними за власним бажанням, проте опираючись на норми, визначені законодавством України [4]. Ефективність ЗЕД значною мірою залежить від здатності підприємства адаптуватися до змінних умов міжнародного бізнес-середовища, включаючи правові, політичні, економічні та культурні аспекти.

Важливим елементом є вивчення пропозиції на закордонному ринку, дослідження фірм-конкурентів, аналіз умов роботи на конкретному ринку (комерційної практики, умов руху товарів, правових питань) та дослідження потенційних можливостей самого підприємства [2].

Водночас, ЗЕД завжди пов'язана з підвищеним рівнем ризиків, що вимагає від підприємств ефективних стратегій їх управління. Серед них варто виділити валютні ризики, пов'язані з коливаннями обмінних курсів, політичні та економічні ризики (наприклад, зміна законодавства, торговельні бар'єри, економічна нестабільність у країнах-партнерах), а також культурні та комунікаційні відмінності, що можуть впливати на ефективність переговорів та реалізацію контрактів [7,8]. Для мінімізації цих ризиків підприємства застосовують хеджування валютних ризиків, страхування, диверсифікацію партнерів і ринків, а також постійний моніторинг змін у міжнародному законодавстві. Успішна ЗЕД базується на системному підході до аналізу ризиків і впровадженні превентивних заходів, що забезпечує стабільність і

прогнозованість діяльності на зовнішніх ринках. Регулювання міжнародної торгівлі здійснюється на національному та наднаціональному рівнях через застосування тарифних (мита) та нетарифних (квоти, ліцензування, стандарти) інструментів, а також двосторонніх та багатосторонніх угод, що створюють складне правове поле для учасників ЗЕД [12, 13, 14]. Роль міжнародних організацій, таких як Світова організація торгівлі (СОТ), а також регіональних економічних блоків (наприклад, ЄС), є критичною для встановлення правил та сприяння вільній торгівлі, що, своєю чергою, формує умови для зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Специфіка ЗЕД підприємства на ринку електроінструментів зумовлюється низкою факторів, що відрізняють його від інших галузей, і характеризується високим рівнем інтегрованості у світогосподарську систему [9].

По-перше, ринок електроінструментів характеризується високою конкуренцією та постійною інноваційною активністю. Виробники прагнуть пропонувати нові моделі з покращеними характеристиками, розширеним функціоналом та підвищеною енергоефективністю. Це вимагає від підприємств, що займаються ЗЕД у цьому сегменті, постійного моніторингу світових тенденцій, інвестування в дослідження та розробки, а також швидкої адаптації асортименту до потреб споживачів.

Прогнозується зростання попиту на потужніші, екологічніші та енергоефективніші інструменти, а також збільшення використання робототехніки та інших інноваційних технологій у виробництві електроінструментів [11]. В умовах зростаючої конкуренції на міжнародному ринку особливе значення набуває інноваційна складова ЗЕД. Підприємства, що інвестують у розробку нових технологій і поліпшення якості продукції, отримують стратегічні переваги, які дозволяють утримувати лідерські позиції та розширювати ринки збуту. Інновації не лише підвищують продуктивність, а й сприяють адаптації продукції до вимог різних регіональних ринків, що є критично важливим для сегменту електроінструментів із його високими стандартами якості та безпеки.

По-друге, значний вплив на ЗЕД у цій галузі має технологічний прогрес та стандартизація. Сучасні електроінструменти повинні відповідати міжнародним стандартам якості та безпеки (наприклад, CE, RoHS), що вимагає від підприємств-експортерів та імпортерів ретельного дотримання технічних регламентів та проходження відповідних сертифікацій. Недотримання цих вимог може стати серйозним технічним бар'єром для виходу на міжнародні ринки, оскільки такі стандарти встановлюються країною з метою захисту здоров'я та безпеки споживачів, а також забезпечення якості продуктів [13, 14]. Окрім цього, зростає увага до екологічних аспектів виробництва та утилізації електроінструментів. Міжнародні вимоги щодо зменшення вмісту шкідливих речовин, підвищення енергоефективності та впровадження принципів циркулярної економіки (переробка, повторне використання) стають обов'язковими для компаній, що прагнуть працювати на глобальному ринку [16].

По-третє, логістична складова відіграє ключову роль. Електроінструменти часто є відносно крихкими та вимагають спеціальних умов транспортування та зберігання, що підвищує вимоги до надійності та ефективності ланцюгів поставок. Крім того, наявність сервісних центрів та доступність запасних частин є важливим аспектом для кінцевих споживачів, що необхідно враховувати при формуванні стратегії ЗЕД. У контексті міжнародної торгівлі, регулювання, що включає двосторонні та багатосторонні угоди, митні тарифи, квоти та вимоги до стандартів якості, є важливими інструментами [13, 14]. Канали дистрибуції на міжнародному ринку електроінструментів можуть бути різноманітними, включаючи прямий експорт, використання дистриб'юторів, агентів, відкриття власних філій або спільних підприємств, а також активне залучення платформ електронної комерції [17]. Впровадження сучасних інформаційних технологій у процеси ЗЕД, таких як електронна комерція, системи управління ланцюгами поставок і автоматизація митного оформлення, суттєво підвищує ефективність зовнішньоекономічних

операцій. Вибір оптимального каналу залежить від специфіки ринку, розміру підприємства та його стратегічних цілей.

По-четверте, цінова політика на ринку електроінструментів є досить чутливою. Споживачі орієнтуються як на якість, так і на доступність цін, що змушує підприємства постійно шукати шляхи оптимізації витрат та ефективного ціноутворення в умовах міжнародної торгівлі, зокрема, враховуючи митні та податкові режими різних країн. Регулювання курсу валют також є важливим для забезпечення конкурентоспроможності національного виробника на міжнародному ринку [13, 14]. Варто зазначити, що, наприклад, на ринку електроінструментів України 99,7% товарів є імпортними, переважно з Китаю, що свідчить про високу залежність від міжнародних поставок [10].

Нарешті, поведінка споживачів та сегментація ринку на міжнародному ринку електроінструментів може значно відрізнитися в залежності від регіону, професійної орієнтації (професійне використання чи побутове) та культурних особливостей. Ринок можна сегментувати за типом споживачів (професійні будівельники, домашні майстри), за типом інструменту (дрилі, шліфувальні машини, пилки), за джерелом живлення (акумуляторні, мережеві) та за сферою застосування (деревообробка, металообробка, садівництво) [15]. Це вимагає від підприємств глибокого аналізу цільових ринків та адаптації маркетингових стратегій відповідно до локальних переваг та потреб, що є запорукою успішної зовнішньоекономічної діяльності в даній сфері. Компаніям рекомендується зосередитися на розвитку мережі дистрибуції та каналів збуту, а також на поліпшенні сервісу та підтримці клієнтів [11]. Особливе значення має репутація бренду та післяпродажне обслуговування, оскільки електроінструменти є товарами тривалого користування. Наявність міжнародної гарантії, широкої мережі сервісних центрів та доступність запасних частин є критично важливими факторами для формування довіри споживачів та забезпечення їх лояльності на міжнародному рівні [18]. Також, проблеми контрафактної продукції залишаються

значним викликом на ринку електроінструментів, що вимагає від компаній посилення заходів із захисту інтелектуальної власності та боротьби з фальсифікатом [19].

1.2 Методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства є складним і багатограним процесом, що вимагає застосування всеосяжного методологічного підходу. У сучасному науковому дискурсі та практичній діяльності спостерігається відсутність єдиної універсальної та загальноприйнятої методики для всебічної оцінки розвитку та ефективності ЗЕД підприємства [21, 23]. Ця обставина зумовлена об'єктивними чинниками, такими як динамічний характер глобальних ринків, різноманіття форм зовнішньоекономічної діяльності, велика кількість взаємодіючих факторів (економічних, політичних, правових, культурних), а також унікальні особливості кожного окремого суб'єкта господарювання.

Додатково ускладнюють ситуацію процеси цифрової трансформації міжнародної торгівлі, поява нових форм ЗЕД (електронна комерція, цифрові послуги), а також необхідність врахування ESG-критеріїв (екологічних, соціальних та управлінських аспектів) при оцінці ефективності міжнародних операцій. [24]

Отже, розробка та застосування методологічних засад вимагає гнучкості, адаптивності та здатності враховувати конкретний контекст. Глибоке розуміння цієї багатовекторності та потреби в адаптивних аналітичних інструментах є відправною точкою для якісного дослідження. З метою систематизації основних підходів до аналізу ефективності ЗЕД доцільно узагальнимо їх ключові компоненти в таблиці.

Таблиця 1.2 – Ключові елементи методології аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Компонент	Змістовне наповнення	Значення для аналізу
Системний підхід	Розгляд ЗЕД як складової загальної стратегії підприємства; аналіз взаємозв'язків між її елементами	Забезпечення цілісного бачення впливу ЗЕД на розвиток підприємства
Комплексність оцінки	Врахування економічних, правових, політичних, культурних, екологічних та цифрових чинників	Формування повної картини зовнішніх і внутрішніх впливів
Якість виконання контрактів	Оцінка відповідності поставок умовам договору, дотримання строків, якість продукції, рекламації	Визначення рівня довіри з боку партнерів та ділової репутації
Адаптивність до ринку	Здатність оперативно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та регуляторних вимогах	Гарантія стійкості ЗЕД у мінливих умовах
Використання цифрових інструментів	Інтеграція ІТ-рішень, електронна комерція, аналітика Big Data	Оптимізація процесів, підвищення швидкості прийняття рішень
ESG-критерії	Екологічна, соціальна відповідальність та якість корпоративного управління	Відповідність сучасним міжнародним стандартам сталого розвитку

Створено автором на основі [21,23,24]

Сучасна методологія аналізу ефективності ЗЕД повинна базуватися на системному підході, який передбачає розгляд зовнішньоекономічної діяльності як підсистеми загальної стратегії підприємства. Цей підхід включає принципи комплексності (одночасне врахування всіх аспектів ЗЕД), системності (розуміння взаємозв'язків між різними елементами), динамічності (врахування змін у часі), альтернативності (порівняння різних варіантів рішень) та оптимальності (пошук найкращих рішень за обраними критеріями).

Незважаючи на відсутність уніфікованої методики, узагальнення поглядів провідних науковців та практиків дозволяє окреслити ключові елементи, що формують методологічну базу аналізу ефективності ЗЕД [20]. Одним з найважливіших аспектів є оцінка рівня та якості виконання підприємством зобов'язань за зовнішньоторговельними контрактами. Цей етап аналізу виходить за рамки простої перевірки дотримання термінів поставок і відповідності кількісних показників. Він охоплює ретельну оцінку якісних характеристик продукції або

послуг, їхньої відповідності міжнародним стандартам та вимогам, а також аналіз можливих претензій або повернень від зарубіжних партнерів. Висока якість виконання договірних зобов'язань має критичне стратегічне значення, оскільки вона безпосередньо впливає на формування стійкої репутації підприємства на міжнародній арені, запобігання штрафним санкціям та правовим спорам, а також на побудову довгострокових та взаємовигідних партнерських відносин, що є фундаментом успішної ЗЕД.

Особливої уваги заслуговує впровадження системи ключових показників ефективності (КРІ) для моніторингу якості виконання контрактних зобов'язань. До таких показників можна віднести: коефіцієнт своєчасності поставок (відношення кількості поставок, здійснених вчасно, до загальної кількості поставок), індекс задоволеності клієнтів (на основі опитувань зарубіжних партнерів), рівень повернень та рекламацій, а також показник повторюваності угод з існуючими клієнтами.

Наступним ключовим компонентом методології є аналіз конкурентоспроможності підприємства та його продукції у контексті світового ринку. Це вимагає глибокого дослідження позицій компанії порівняно з основними міжнародними конкурентами, ідентифікації її унікальних сильних сторін, а також слабких аспектів, що потребують покращення. Аналіз конкурентоспроможності включає вивчення цінової еластичності попиту, ефективності цінової політики на різних ринках, ступеня диференціації продукції (унікальні функціональні особливості, висока якість, інноваційний дизайн, адаптація до культурних та регуляторних вимог конкретних міжнародних ринків). Оцінюється швидкість впровадження нових продуктів та технологій на світові ринки, що свідчить про інноваційний потенціал компанії. Важливим інструментом такого аналізу є проведення бенчмаркінгу, який передбачає систематичне порівняння ключових показників діяльності підприємства з показниками галузевих лідерів. Це включає аналіз частки ринку, рівня цін, якості продукції, швидкості виходу на нові ринки,

інноваційної активності та рівня задоволеності клієнтів. Комплексна оцінка конкурентоспроможності дозволяє визначити реальний потенціал підприємства для розширення його присутності на міжнародних ринках та зміцнення його позицій. [25]

Сучасний аналіз конкурентоспроможності неможливий без врахування цифрових компетенцій підприємства, його присутності в онлайн-середовищі, використання цифрових маркетингових інструментів та здатності до швидкої адаптації до змін у цифровому ландшафті міжнародної торгівлі.

Методологічні засади також передбачають аналіз динаміки зовнішньоекономічної діяльності, що включає систематичне вивчення тенденцій розвитку ЗЕД за певні часові проміжки. Цей аналіз охоплює оцінку темпів зростання обсягів експорту та імпорту, зміни географічної структури зовнішньоторговельних операцій, а також трансформації товарної номенклатури. Дослідження динаміки дозволяє виявити закономірності розвитку, передбачити можливі зміни, обґрунтувати прогностичні показники та оперативно коригувати стратегічні плани підприємства. Важливо враховувати вплив глобальних економічних циклів, змін у торговельній політиці окремих країн та геополітичних подій, які можуть істотно впливати на динаміку ЗЕД. [27]

Для якісного аналізу динаміки доцільно використовувати методи тренд-аналізу, сезонного аналізу та циклічного аналізу. Тренд-аналіз дозволяє виявити довгострокові тенденції розвитку ЗЕД, сезонний аналіз - визначити періодичні коливання, пов'язані з сезонністю попиту або особливостями виробничого циклу, а циклічний аналіз - ідентифікувати багаторічні цикли, пов'язані з економічними кон'юнктурними коливаннями. Застосування цих методів забезпечує більш точне прогнозування та планування ЗЕД.

Особливе місце в методології посідає вивчення раціональності використання ресурсів, задіяних у зовнішньоекономічній діяльності. Цей аспект стосується ефективності використання широкого спектра ресурсів. Щодо фінансових ресурсів,

аналізується ефективність управління валютними ризиками, доступ до міжнародних джерел фінансування, ефективність хеджування, а також оптимальне використання валютної виручки. У контексті матеріальних ресурсів оцінюється ефективність міжнародного пошуку постачальників (sourcing), оптимізація логістичних витрат та управління міжнародними ланцюгами поставок.

Ефективність використання людських ресурсів вимірюється через наявність кваліфікованих фахівців з міжнародного права, крос-культурної комунікації та ведення переговорів. Інформаційні ресурси охоплюють ефективність використання систем ринкової розвідки, цифрових платформ для ЗЕД та систем управління інформацією. Особливої уваги заслуговують нематеріальні ресурси, такі як бренд, репутація, інтелектуальна власність та ноу-хау. Ефективність їх використання у ЗЕД можна оцінювати через показники впізнаваності бренду на зарубіжних ринках, вартість ліцензійних угод, кількість міжнародних патентів та рівень захисту інтелектуальної власності на різних ринках. Оптимізація витрат та підвищення продуктивності цих ресурсів є ключовими важелями для досягнення високих економічних показників міжнародних операцій та підвищення загальної ефективності підприємства. [28]

Крім того, необхідно здійснювати аналітичну оцінку виконання угод, що передбачає детальний порівняльний аналіз запланованих та фактичних результатів ЗЕД. Цей процес охоплює ідентифікацію відхилень, ретельний аналіз причин їх виникнення та оцінку кумулятивного впливу на загальні результати діяльності підприємства. Важливим елементом цього аналізу є налагодження зворотного зв'язку для врахування отриманого досвіду при майбутніх контрактних переговорах та розробці стратегій управління ризиками. Розуміння міжнародних комерційних термінів (Incoterms) також відіграє ключову роль у чіткому визначенні відповідальності сторін.

Сучасна практика управління ЗЕД передбачає впровадження системи post-deal analysis (аналіз після завершення угоди), який включає оцінку не тільки

фінансових результатів, але й стратегічних наслідків угоди, таких як отримання нових знань, технологій, доступу до нових ринків або каналів збуту. Такий аналіз дозволяє накопичувати корпоративні знання та підвищувати ефективність майбутніх міжнародних операцій.

Комплексний аналіз передбачає також оцінку результатів господарської діяльності за попередні та поточний роки у призмі ЗЕД. Це включає аналіз безпосереднього прибутку від зовнішньоекономічних операцій, рентабельності експортних та імпорتنих угод, а також визначення частки ЗЕД у загальному обсязі реалізації та її впливу на сукупну фінансову стабільність підприємства. Оцінюється не лише негайний фінансовий ефект, а й довгостроковий стратегічний вплив, такий як диверсифікація ринків, підвищення впізнаваності бренду та формування міжнародного іміджу.

Важливим аспектом такої оцінки є аналіз мультиплікативного ефекту ЗЕД на внутрішню діяльність підприємства. Це включає вплив міжнародних операцій на завантаження виробничих потужностей, стимулювання інноваційної діяльності, підвищення кваліфікації персоналу та трансфер технологій. Оцінка цих непрямих ефектів дозволяє більш точно визначити загальний внесок ЗЕД у розвиток підприємства. [29,31]

Насамкінець, методологія обов'язково охоплює аналіз фінансового стану підприємства, який формується під впливом його зовнішньоекономічної діяльності.

Цей аналіз включає детальний розгляд показників ліквідності (наприклад, коефіцієнтів поточної та швидкої ліквідності, адаптованих до міжнародної дебіторської/кредиторської заборгованості), платоспроможності (співвідношення боргу до власного капіталу з урахуванням міжнародних позик), рентабельності (чистої рентабельності продажів від міжнародних операцій) та оборотності активів. Особлива увага приділяється впливу валютних ризиків та ефективності застосовуваних стратегій хеджування на фінансову стабільність. Дотримання міжнародних стандартів фінансової звітності (IFRS) або загальноприйнятих

принципів бухгалтерського обліку (GAAP) є невід'ємною частиною цього аналізу. [32,33]

Сучасний фінансовий аналіз ЗЕД повинен також включати оцінку впливу зовнішньоекономічних операцій на вартість підприємства (enterprise value). Це передбачає аналіз того, як міжнародна діяльність впливає на генерування грошових потоків, рівень систематичного ризику (бета-коефіцієнт) та загальну привабливість підприємства для інвесторів. Використання методів DCF (дисконтування грошових потоків) дозволяє оцінити довгостроковий вплив ЗЕД на вартість бізнесу.

Узагальнення сучасних поглядів щодо аналізу ефективності ЗЕД дозволило науковцям розробити структурно-логічну схему визначення відповідних факторів, яка традиційно диференціює показники ефективності за трьома основними групами [22].

До першої групи належать показники ефективності експорту, які характеризують результативність операцій з вивезення товарів та послуг. Сюди відносять обсяги та вартість експорту, середню ціну експортної одиниці продукції, частку ринку, що займає підприємство на зовнішніх ринках, рентабельність експортних операцій, а також ефективність залучення нових клієнтів на зовнішніх ринках та оптимізацію часу виконання експортних замовлень. Для оцінки економічного ефекту експортної діяльності використовується інтегральний показник, який розраховується за формулою:

$$EE_{EKC} = V_{B\Phi} + V_T - V_{EKC} \quad (1.1)$$

де EE_{EKC} - показник економічного ефекту експорту, грн.; $V_{B\Phi}$ - еквівалент у грн. відрахувань у валютний фонд підприємства, який розраховується шляхом перерахунку валютної виручки у гривні за курсом на день надходження валюти, грн; V_T - виручка у грн. обов'язкового продажу валюти, грн; V_{EKC} - повні витрати підприємства на експорт, грн. [32]

До цієї групи доцільно також включити показники експортної інтенсивності (частка експорту в загальному обсязі виробництва), коефіцієнт географічної

диверсифікації експорту (індекс Херфіндаля-Хіршмана для географічного розподілу експорту) та індекс стабільності експортних надходжень. [32, 33, 34, 35]

Друга група охоплює показники ефективності імпорту, що відображають результативність ввезення ресурсів, технологій чи капіталу. Ці показники включають економію на витратах за рахунок використання імпортованих ресурсів, покращення якості кінцевої продукції завдяки високоякісним імпортним комплектуючим, надійність та стабільність зарубіжних постачальників, а також вплив імпорту на внутрішні виробничі витрати. Для вимірювання ефективності імпорту на товарно-видовому рівні продукції (ТВрП) застосовують такі показники:

$$E_{\text{ІМП1}} = \frac{Ц_{\text{п}}}{Ц_{\text{с}}} \quad (1.2)$$

$$E_{\text{ІМП2}} = \frac{O_{\text{п}}}{V_{\text{ІМП}}} \quad (1.3)$$

де $E_{\text{ІМП1}}$ та $E_{\text{ІМП2}}$ - показники ефективності імпорту $ТВрП$; $O_{\text{п}}$ - обсяг продукції, що випускається на даному $ТВрП$, у внутрішніх середньорічних цінах, тис. грн, $V_{\text{ІМП}}$ - витрати на імпорт даного $ТВрП$, тис. грн. [32]

При експорті та імпорті товарів підприємством може бути отриманий як прямий економічний ефект від покращення фінансових результатів підприємства, так і непрямий - від здешевлення виробництва.

Додатково варто розглядати показники технологічної складності імпорту, швидкості імпортозаміщення при необхідності, а також коефіцієнт залежності від імпорту критично важливих ресурсів. [36, 37]

Третя група – це загальні показники ефективності ЗЕД, які агрегують результати всіх міжнародних операцій, демонструючи їхній сукупний вплив на фінансово-господарські результати підприємства. До них відносяться загальна рентабельність ЗЕД, рентабельність інвестицій у міжнародні проекти, вплив ЗЕД на грошові потоки підприємства, рівень валютних надходжень та втрат, а також загальний рівень ризикової експозиції. Важливими інтегральними показниками є

також коефіцієнт покриття імпорту експортом, індекс умов торгівлі (співвідношення індексів експортних та імпортних цін), показник внеску ЗЕД у ВВП підприємства та коефіцієнт міжнародної конкурентоспроможності. Всі ці групи показників є взаємопов'язаними та дозволяють сформуванню цілісного уявлення про внесок зовнішньоекономічної діяльності у досягнення стратегічних цілей підприємства.

Сучасна методологія аналізу ефективності ЗЕД повинна також включати оцінку соціальної та екологічної відповідальності міжнародних операцій. Це передбачає аналіз відповідності діяльності підприємства принципам сталого розвитку, дотримання міжнародних стандартів праці, екологічних вимог та принципів корпоративної соціальної відповідальності. Такий підхід стає особливо актуальним у контексті зростаючих вимог до ESG-відповідності з боку міжнародних партнерів та інвесторів. [36, 37, 34]

Таким чином, методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства формують комплексний інструментарій, що дозволяє не лише здійснювати всебічну оцінку поточного стану та результативності міжнародних операцій, а й виявляти потенційні резерви для підвищення їхньої ефективності. Ефективне застосування цих методологічних засад вимагає регулярного оновлення аналітичного інструментарію відповідно до змін у глобальному економічному середовищі, впровадження сучасних інформаційних технологій для автоматизації процесів аналізу та забезпечення професійного розвитку аналітичного персоналу підприємства. Це забезпечує обґрунтовану основу для розробки та реалізації стратегій, спрямованих на посилення конкурентних позицій та досягнення сталого розвитку підприємства на світових ринках.

Висновки до розділу 1

На основі проведеного аналізу теоретичних аспектів зовнішньоекономічної діяльності підприємства на ринку електроінструментів можна зробити наступні висновки. Зовнішньоекономічна діяльність є комплексом взаємопов'язаних операцій, що виходять за межі національних кордонів і спрямовані на реалізацію економічних інтересів підприємства в умовах глобалізації. Вона охоплює широкий спектр форм, від традиційного експорту та імпорту товарів і послуг до складних інвестиційних проєктів і науково-технічної кооперації. Специфіка зовнішньоекономічної діяльності на ринку електроінструментів визначається низкою важливих факторів.

Серед них – високий рівень конкуренції, постійний тиск інновацій, дотримання міжнародних стандартів якості та безпеки (наприклад, CE, RoHS), складність логістики через особливості транспортування продукції та цінова чутливість кінцевих споживачів. Значний вплив також має залежність галузі від міжнародних поставок. Важливими аспектами є адаптація маркетингових стратегій до культурних і регіональних особливостей ринків, а також забезпечення якісного післяпродажного обслуговування.

Аналіз ефективності зовнішньої діяльності є комплексним багатofакторним процесом, у якому відсутній універсальний підхід. Сучасна методика повинна ґрунтуватися на принципах системності, комплексності, динамічності, альтернативності та оптимальності. Основними елементами методологічного підходу є оцінка якості виконання зовнішньоторговельних контрактів, аналіз конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку, вивчення динаміки зовнішньоекономічних процесів, раціональність використання ресурсів, оцінка угод та фінансово-економічний аналіз. Особливу увагу слід приділяти впровадженню ESG-принципів (екологія, соціальна відповідальність, якісне управління) та цифрових технологій для вдосконалення аналізу.

Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності поділяються на три ключові групи. До першої групи належать показники ефективності експорту

(обсяги продажів, рентабельність, частка ринку, географічна диверсифікація). Друга охоплює ефективність імпорту (зменшення витрат, підвищення якості продукції, надійність поставок). Третя містить загальні показники ефективності всієї зовнішньої діяльності (загальна рентабельність, вплив на фінансові потоки компанії, коефіцієнт покриття імпорту експортом, індекс умов торгівлі). Ці теоретичні основи створюють міцну базу для подальшого практичного дослідження діяльності конкретного підприємства у зазначеній сфері.

Застосування комплексного методологічного підходу з урахуванням специфіки галузі гарантує якісний аналіз ефективності операцій та розробку обґрунтованих рекомендацій для їх вдосконалення. Серед ключових висновків варто підкреслити необхідність постійної адаптації методик до змін у глобальній економіці, інтеграції сучасних інформаційних технологій та забезпечення професійного розвитку персоналу. Це сприятиме ефективному управлінню зовнішньоекономічною діяльністю в умовах стрімких змін на міжнародних ринках.

2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ВКП "ЕСКО" ТА ОЦІНКА ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

2.1 Загальна характеристика ТОВ ВКП "ЕСКО"

ТОВ ВКП «ЕСКО» — провідний український виробник і постачальник сучасного електроінструменту та промислового обладнання, успішно працює на ринку з 1996 року. Завдяки високоякісній продукції, інноваційним методам виробництва та професійним послугам компанія відома як надійний партнер для багатьох бізнесів. Підприємство пропонує продукцію низки відомих брендів, таких як Sequoia, EnerSol, Solo, Bostitch, Stiga . Асортимент охоплює ручні та стаціонарні електроінструменти, акумуляторні системи, а також аксесуари та витратні матеріали для професійного і побутового використання. Також вони офіційним представником StanleyBlackDecker в Україні, постачаючи продукцію брендів DeWALT, Stanley та Black+Decker. [44]

Компанія активно розвиває власні торгові марки — Sequoia та EnerSol, які займають важливе місце у портфелі продуктів. Sequoia спеціалізується на виробництві електроінструментів і садової техніки середнього та професійного класу, тоді як EnerSol пропонує енергетичні рішення та акумуляторні системи. Завдяки цьому ТОВ ВКП «ЕСКО» формує широку товарну лінійку, що дозволяє покривати запити різних сегментів споживачів. Окрім розширення асортименту, компанія приділяє значну увагу питанням контролю якості — усі товари проходять перевірку відповідно до міжнародних стандартів безпеки та надійності. ТОВ ВКП «ЕСКО» пропонує клієнтам комплексний підхід, включаючи професійні консультації, технічну підтримку, гарантійне та післягарантійне обслуговування.

Основною рисою діяльності компанії є виробнича модель, спрямована на контрактне виробництво: значна частина продукції виготовляється на замовлення в Китаї під брендом Sequoia та Enersol. Це дозволяє ТОВ ВКП «ЕСКО» підтримувати конкурентоспроможну ціну, при цьому контролюючи якість продукції через багатоступеневу систему тестування та сертифікації відповідно до європейських стандартів. [57,58]

Важливим кроком розвитку компанії стало розширення співпраці із закордонними ринками через налагодження системних логістичних шляхів та

активізацію роботи з міжнародними партнерами. Серед стратегічних напрямів — експансія на ринки країн Центральної та Східної Європи, зокрема Польщі, Молдови та Словаччини.

Основною діяльністю підприємства є продаж електроінструментів і побутового обладнання. Юридична Особа ТОВ ВКП "ЕСКО", Код ЄДРПОУ 22579667, Підприємство було Зареєстровано 28.02.1996. Розмір Статутного Капіталу Юридичної Особи Складає 375,00. На Час Останнього Оновлення Даних 19.12.2024 Стан Юридичної Особи - *Зареєстровано*.

Уповноваженою Особою Юридичної Особи Товариство з Обмеженою Відповідальністю Виробничо-Комерційне Підприємство "Еско" Є Нігматуллін Марат Нурович. [40]

Організаційно-Правова Форма Юридичної Особи Тов Вкп "Еско" - Товариство з Обмеженою Відповідальністю. Основний Вид Діяльності (Квед) – 46.43 Оптова Торгівля Побутовими Електротоварами Й Електронною Апаратурою Побутового Призначення Для Приймання, Записування, Відтворювання Звуку Й Зображення. Але додатково можна виділити ще інші види діяльності:

- 46.69 Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням
- 47.54 Роздрібна торгівля побутовими електротоварами в спеціалізованих магазинах
- 47.78 Роздрібна торгівля іншими неживаними товарами в спеціалізованих магазинах
- 33.12 Ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування промислового призначення
- 27.11 Виробництво електродвигунів, генераторів і трансформаторів
- 33.11 Ремонт і технічне обслуговування готових металевих виробів
- 33.14 Ремонт і технічне обслуговування електричного устаткування
- 41.20 Будівництво житлових і нежитлових будівель

- 42.22 Будівництво споруд електропостачання та телекомунікацій
- 43.21 Електромонтажні роботи
- 43.22 Монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування
- 43.99 Інші спеціалізовані будівельні роботи, н.в.і.у.
- 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля

Диверсифікація діяльності компанії дозволяє мінімізувати ризики, пов'язані зі змінами в окремих сегментах ринку, і створює широкі можливості для реалізації нових бізнес-напрямків.

Щодо структури управління, то ТООВ ВКП «ЕСКО» має чітку та ефективну структуру управління, яка забезпечує стабільну роботу компанії та досягнення її стратегічних цілей. Вищим органом управління є Загальні збори учасників, які відповідають за прийняття важливих рішень щодо розвитку товариства. [52, 56]

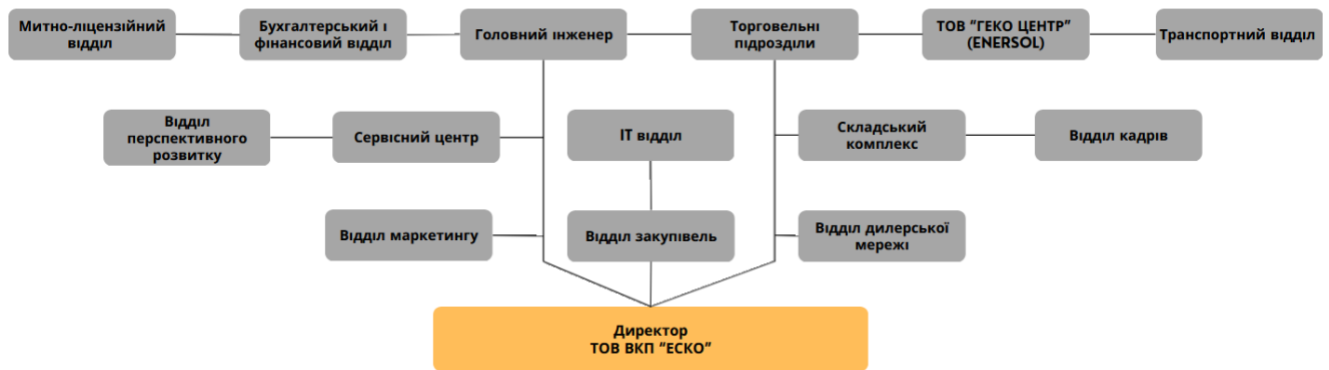


Рисунок 2.1 Організаційна структура ТООВ ВКП «ЕСКО». Складено автором на основі джерел компанії

ТООВ ВКП «ЕСКО» має централізовану систему управління на чолі з директором, який здійснює нагляд за діяльністю різних профільних підрозділів.

Кожен відділ сприяє загальній ефективності компанії, керуючи ключовими бізнес-функціями. Директор ТООВ ВКП «ЕСКО» відповідає за виконавче керівництво та координацію всіх операцій. Звітність безпосередньо директору - це широкий спектр відділів, які забезпечують безперебійне функціонування в

комерційних, технічних, адміністративних та операційних сферах. Департамент митної справи та ліцензування здійснює контроль за дотриманням правил імпорту та ліцензійних вимог. Департамент бухгалтерського обліку та фінансів відповідає за фінансову звітність, бюджетування та загальний фінансовий контроль. Головний інженер контролює технічні стандарти та аспекти якості, пов'язані з продукцією, тоді як ІТ-департамент забезпечує ефективну роботу технологічної інфраструктури компанії.

Підрозділи продажів (торговельні підрозділи) керують всіма комерційними видами діяльності, включаючи оптові та роздрібні продажі. Вони підтримуються відділом маркетингу, який просуває продукти та підвищує впізнаваність бренду, та департаментом дилерської мережі, який підтримує міцні відносини з регіональними та національними дилерами. Крім того, відділ закупівель контролює закупівельну діяльність та підтримує безперервність ланцюга поставок. Оперативною логістикою займається Складський комплекс, який здійснює управління зберіганням вантажів, і Транспортний відділ, який організовує своєчасну доставку і розподіл. Управління персоналом належить до відділу кадрів, який займається кадровим забезпеченням, навчанням та розвитком персоналу. Сервісний центр надає послуги з ремонту та технічного обслуговування, сприяючи задоволенню клієнтів та довговічності продукції. Департамент перспективного розвитку відповідає за вивчення нових ринків і виявлення можливостей зростання. Крім того, компанія має дочірнє підприємство ТОВ «ГЕКО ЦЕНТР», яке відповідає за розвиток і просування бренду «Enersol». [52]

Управління компанією базується на принципах клієнтоорієнтованості, прозорості бізнес-процесів, відповідальності кожного співробітника за результати своєї праці та постійного моніторингу ефективності роботи відділу. Стратегічні рішення приймаються генеральним директором за участю керівників відділів, оперативні - керівниками відділів, а тактичні - відділами в рамках делегування.

Така структура управління дозволяє ТОВ ВКП «ЕСКО» ефективно працювати на ринку України, швидко адаптуватися до змін і досягати стратегічних цілей розширення бізнесу. Чіткі вертикальні лінії звітності в поєднанні з гнучкими горизонтальними зв'язками між відділами забезпечують своєчасне вирішення проблем і високу продуктивність у всій компанії.

Таблиця 2.1 Фінансові показники ТОВ ВКП «ЕСКО»

Показник	2020	2021	2022	2023	2024
Дохід	337 717 000 ₴	396 184 000 ₴	604 511 000 ₴	747 912 000 ₴	779 303 000 ₴
Чистий прибуток	22 844 000 ₴	29 785 000 ₴	68 156 000 ₴	54 049 000 ₴	28 987 000 ₴
Активи	220 582 000 ₴	259 911 000 ₴	454 523 000 ₴	390 645 000 ₴	478 240 000 ₴
Зобов'язання	185 332 000 ₴	206 846 000 ₴	341 722 000 ₴	249 415 000 ₴	343 784 000 ₴
Кількість працівників	146	148	151	150	155

Складено автором на основі [41]

Фінансова звітність ТОВ ВКП "ЕСКО" за 2020–2024 роки демонструє стабільне зростання основних показників, що свідчить про позитивну динаміку розвитку компанії. Дохід компанії зріс із 337,7 млн грн у 2020 році до 779,3 млн грн у 2024 році. Це означає, що за чотири роки компанія фактично подвоїла свої доходи. Особливо помітний стрибок у 2022 році, коли дохід збільшився на 52% у порівнянні з 2021 роком (з 396,2 млн грн до 604,5 млн грн). [41]

Серед ключових факторів такого зростання варто відзначити збільшення обсягів реалізації власних брендів Sequoia та EnerSol, розширення регіональної мережі партнерів в Україні та оптимізацію витрат на логістику й закупівлю продукції. Компанія постійно вдосконалює свій асортимент, зокрема, у напрямках інноваційних акумуляторних систем і садово-паркової техніки, що дозволяє їй утримувати конкурентні позиції навіть за умов високої конкуренції.

Чистий прибуток компанії також демонструє позитивну динаміку. У 2020 році він становив лише 2,8 млн грн, але вже у 2021 році зріс до 29,8 млн грн. Найвищий прибуток був зафіксований у 2022 році — 68,2 млн грн, однак у 2024 році показник дещо знизився майже до 29 млн грн. (Це може свідчити про збільшення витрат або інші внутрішні чи зовнішні фактори, які вплинули на рентабельність бізнесу.)

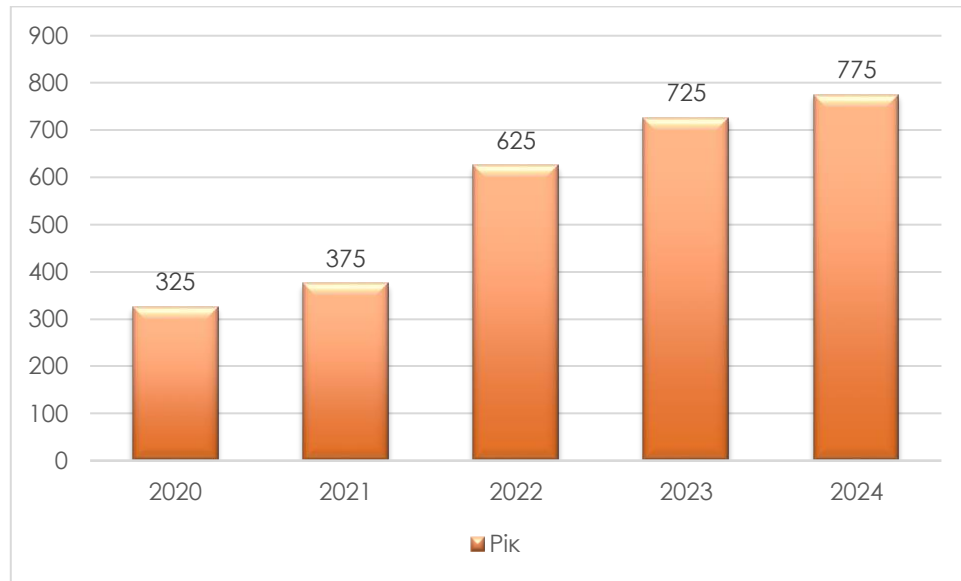


Рисунок 2.2 Чисті продажі компанії ТОВ ВКП «ЕСКО». Створено автором на основі: [40]

Починаючи з 2020 року, динаміка чистих продажів ТОВ ВКП "ЕСКО" демонструє впевнене зростання. У 2020 році компанія працювала в умовах викликів, пов'язаних із пандемією COVID-19 та загальною економічною нестабільністю, проте змогла не лише утримати обсяги виручки на високому рівні, але й закласти фундамент для подальшого розвитку. Вже у 2021 році спостерігається помітне прискорення зростання: виручка збільшилася завдяки активній диверсифікації асортименту, розширенню присутності брендів Sequoia та EnerSol, а також поглибленню співпраці з міжнародними виробниками електроінструменту.

Особливо сильним був стрибок у 2022 році, що свідчить про посилення позицій компанії на внутрішньому ринку. У цей період ТОВ ВКП "ЕСКО" зосередила увагу на розвитку стратегічних партнерств, удосконаленні каналів

збуту, а також на посиленні контролю якості своєї продукції. Значну роль зіграла адаптація компанії до нових економічних реалій: оптимізація логістики, впровадження нових маркетингових інструментів та ефективна робота з дилерами та кінцевими споживачами.

У 2023 році темпи зростання залишаються стабільно високими. Компанія демонструє подальше збільшення виручки, що свідчить про ефективність обраної стратегії управління асортиментом і продажами. ТОВ ВКП "ЕСКО" активно розширює власні торгові марки, насамперед Sequoia та EnerSol, що дозволяє зберігати конкурентну перевагу у середньоціновому сегменті. Бренди поступово завойовують довіру споживачів завдяки прийнятному співвідношенню ціни та якості, сучасному дизайну й орієнтації на потреби ринку.

У 2024 році компанія досягла рівня виручки в межах 750–800 млн грн, що є рекордним показником за весь період спостережень. Зростання стабілізувалося на високому рівні, що вказує на зрілість бізнес-моделі та добре налагоджену систему продажів. ТОВ ВКП "ЕСКО" змогла утримати високі темпи розвитку навіть за умов макроекономічних коливань в країні та світі. Це стало можливим завдяки гнучкій стратегії адаптації, системному аналізу ринку та постійній роботі над підвищенням операційної ефективності.

Загалом, період 2020–2024 років характеризується поступовим, але впевненим переходом компанії до статусу одного з лідерів галузі на українському ринку електроінструментів. Позитивна динаміка виручки, високий рівень диверсифікації продукції та низький рівень ризику підтверджують стабільність і перспективність ТОВ ВКП "ЕСКО" у середньо- та довгостроковій перспективі.

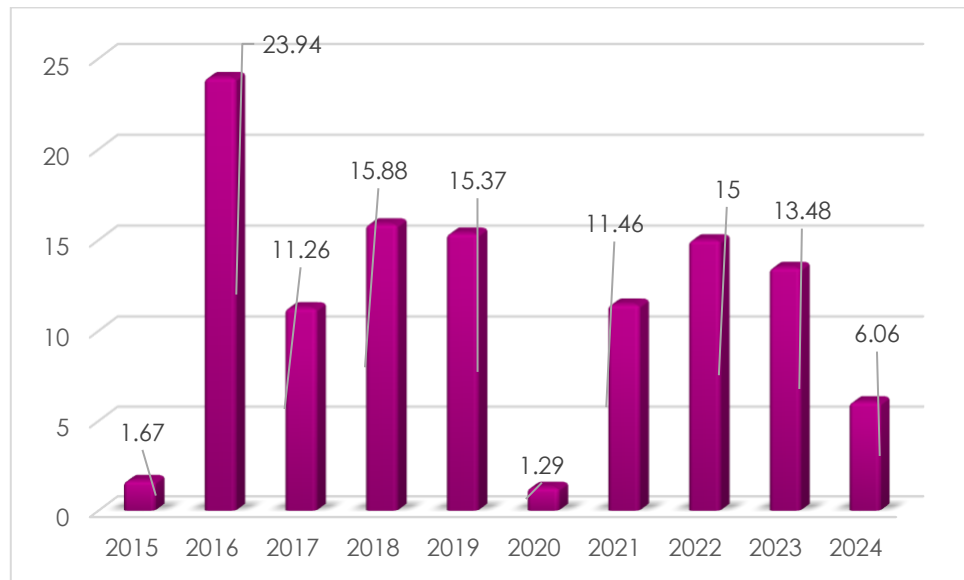


Рисунок 2.3 Рентабельність активів ТОВ ВКП «ЕСКО». Створено автором на основі: [40]

Діаграма «Рентабельність активів» демонструє співвідношення чистого прибутку до загальних активів компанії ТОВ ВКП «ЕСКО» за період 2015–2024 років. Загалом спостерігається коливання рентабельності на рівні середніх значень, що свідчить про стабільне, але помірне використання активів для генерування прибутку.

Найнижчі показники спостерігалися у 2015 та 2020 роках — це роки з найслабшими фінансовими результатами, що можна пояснити впливом зовнішніх економічних факторів. Починаючи з 2016 року компанія змогла істотно покращити рентабельність, досягнувши пікових значень у 2017–2018 роках. Надалі рівень рентабельності залишався на стабільному середньому рівні.

У 2024 році показник рентабельності активів склав 6,06%, що свідчить про середню фінансову ефективність. Такий результат демонструє, що компанія має достатній запас міцності, хоча є простір для підвищення ефективності використання активів. Загалом, ТОВ ВКП «ЕСКО» зберігає стійке фінансове положення та демонструє стабільний рівень прибутковості за останні роки.

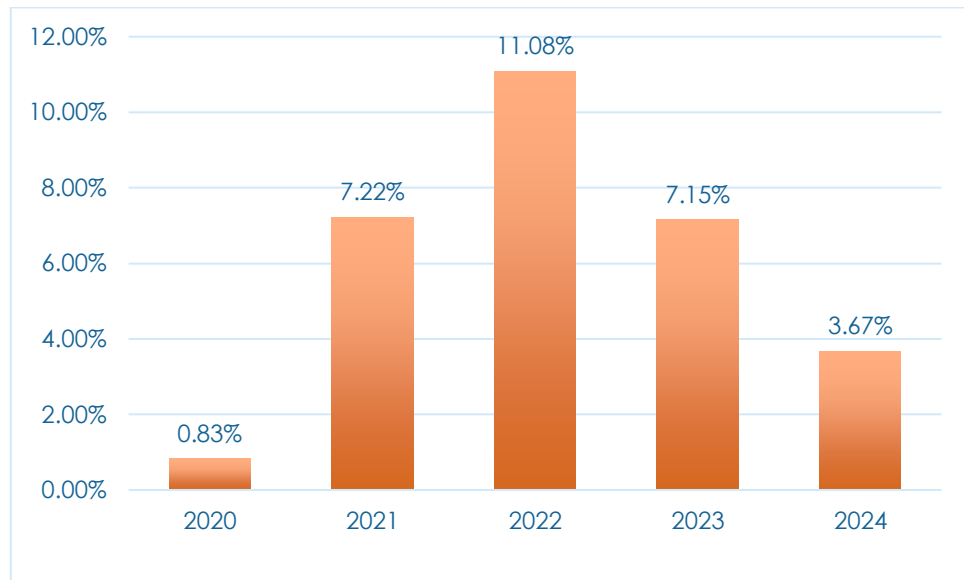


Рисунок 2.4 Чиста Маржа ТОВ ВКП «ЕСКО». Створено автором на основі [40]

Для розрахунку чистої маржі відносно загальних доходів, я скоритсався формулою:

$$\text{Чиста маржа (\%)} = (\text{Чистий прибуток} / \text{Загальні доходи}) * 100$$

2024 рік:

- Чистий прибуток: 28 987 000 грн
- Загальні доходи: 791 366 000 грн
- Чиста маржа = $(28\,987\,000 / 791\,366\,000) * 100 \approx 3.67\%$

2023 рік:

- Чистий прибуток: 54 049 000 грн
- Загальні доходи: 755 784 000 грн
- Чиста маржа = $(54\,049\,000 / 755\,784\,000) * 100 \approx 7.15\%$

2022 рік:

- Чистий прибуток: 68 156 000 грн
- Загальні доходи: 614 719 000 грн
- Чиста маржа = $(68\,156\,000 / 614\,719\,000) * 100 \approx 11.08\%$

2021 рік:

- Чистий прибуток: 29 785 000 грн
- Загальні доходи: 412 117 000 грн
- Чиста маржа = $(29\,785\,000 / 412\,117\,000) * 100 \approx 7.22\%$

2020 рік:

- Чистий прибуток: 2 844 000 грн

- Загальні доходи: 343 587 000 грн

- Чиста маржа = $(2\,844\,000 / 343\,587\,000) * 100 \approx 0.83\%$

Аналіз динаміки чистої маржі ТОВ ВКП "ЕСКО" за період 2020-2024 років демонструє значну волатильність показника протягом досліджуваного періоду. У 2020 році чиста маржа компанії становила лише 0,83%, що може свідчити про низьку прибутковість операційної діяльності або значний вплив зовнішніх факторів, таких як пандемія COVID-19 та пов'язані з нею економічні обмеження. Проте вже у 2021 році спостерігається суттєве зростання чистої маржі до 7,22%, що вказує на покращення ефективності управління витратами та збільшення прибутковості продажів.

Сплеск чистої маржі ТОВ ВКП "ЕСКО" у 2022 році до 11,08%, був значною мірою зумовлений початком повномасштабного вторгнення росії в Україну та різким зростанням попиту на електроінструменти та генератори. В умовах руйнування енергетичної інфраструктури та необхідності забезпечення автономного електропостачання, попит на відповідну продукцію значно зріс. ТОВ ВКП "ЕСКО", ймовірно, змогла скористатися цією ситуацією, забезпечивши поставки необхідного обладнання, що призвело до збільшення обсягів продажів та, відповідно, зростання прибутковості. Крім того, в умовах дефіциту товарів першої необхідності, компанія могла мати можливість коригувати цінову політику, що також позитивно вплинуло на показник чистої маржі. Таким чином, аномально високе значення чистої маржі у 2022 році є, ймовірно, прямим наслідком воєнних дій та спричиненого ними підвищеного попиту на специфічну продукцію компанії.

У 2021 році спостерігалось певне зниження чистої маржі до 7,15%, це було наслідком адаптації ринку до нових умов, зростання конкуренції або збільшення операційних витрат. У 2024 році спостерігається зниження прибутковості і чиста маржа становить 3,67%. Це зумовлено посиленням конкуренції, зростанням

собівартості продукції та змінами в споживчому попиті. Загалом, аналіз чистої маржі ТОВ ВКП "ЕСКО" за п'ятирічний період відображає складну динаміку розвитку компанії, що характеризується періодами значного зростання прибутковості, за якими слідують періоди її зниження, що вимагає подальшого поглибленого дослідження факторів, які впливають на фінансові результати діяльності підприємства.

2.2 Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП "ЕСКО"

У рамках зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» демонструє активний поступ партнерських стосунків з провідними міжнародними компаніями, що сприяє збільшенню конкурентоспроможності підприємства на українському ринку та за його межами. Співпраця з відомими світовими виробниками дозволяє компанії не лише розширювати асортимент продукції, а й впроваджувати передові технології, стандарти якості та сучасні рішення в галузі електроінструменту та промислового обладнання. Одним з ключових напрямків міжнародної взаємодії є партнерство з компанією «StanleyBlack&Decker», що обіймає лідируючі позиції на світовому ринку. [40, 44]

Крім того, ТОВ ВКП «ЕСКО» активно розвиває власні бренди «Sequoia» та «Enersol», які виробляються за контрактом на його заводах у Китаї з суворим контролем якості на кожному етапі. Ця модель не тільки підтримує конкурентоспроможну вартість продукції, але й забезпечує відповідність продукції європейським стандартам, що є ключем до виходу на міжнародні ринки.

ТОВ ВКВ «ЕСК» пропонує широкий асортимент продукції, в першу чергу орієнтованої на інструменти, садову техніку та супутні аксесуари, що задовольняють як професійні, так і побутові потреби. Їх товарні категорії організовані наступним чином:

- Електроінструменти

Включає в себе такі предмети, як свердла, шуруповерти, перфоратори (молоткові свердла), шліфувальні машини та пили. Представлені такі бренди, як DeWALT, BLACK + DECKER, STANLEY та STANLEY FATMAX, що свідчить про увагу до високоякісних інструментів професійного класу.

- Садова техніка

Охоплює газонокосарки, тримери, бензопили, обприскувачі (у тому числі обприскувачі з батарейним живленням) та аксесуари для садового інструменту.

Конкретні підкатегорії включають аксесуари для моторних та електричних тримерів (наприклад, лінії різання, головки тримера та леза).

Виділяються такі бренди, як STIGA, SOLO та ALPINA, SEQUOIA що передбачає спеціалізацію в надійній садовій техніці.

- Резервне живлення

Генератори ENERSOL (бензинові, дизельні), також інвертори портативні зарядні пристрої. Компанія також пропонує супутні аксесуари, такі як акумулятори для електроінструментів, підкреслюючи енергетичні рішення як для домашнього, так і для професійного використання.

- Ручний інструмент

Включає ручні інструменти, такі як гайкові ключі, викрутки, ножі, молотки, ручні пили, плоскогубці та інші необхідні ручні інструменти для будівництва, ремонту та обслуговування.

- Побутова техніка

Охоплює прилади, призначені для домашнього використання, наприклад: пилососи, соковитискачі, праски, блендери, електрочайники, кавоварки, міксери, грилі, мультиварки, тощо.

- Верстати та обладнання

Включає компресори, бетонорізи, віброплити, вібротрамбовки, зварювальні інвертори, пневматичний інструмент, верстати та інше обладнання для майстерень або промислових установок.

- Аксесуари, оливи та кріплення

Пропонують різноманітні аксесуари, такі як цвяхи для пістолетів, фрези, патрони свердильні, круги абразивні, алмазні диски, адаптери, перехідники, ріжучі леза, масла для технічного обслуговування інструментів та кріплення для будівництва та ремонту. [44]



Рисунок 2.5 Перелік продукції ТОВ ВКП «ЕСКО». Створено автором на основі [44]

ТОВ ВКП «ЕСКО» активно розширює географію своєї присутності: у 2021 році компанія відкрила для себе ринок Молдови, що стало важливим кроком у зміцненні зовнішньоекономічних позицій. Цей вихід на новий ринок свідчить про

амбіційність компанії та її прагнення інтегруватися у міжнародний бізнес-простір. Нижче наведено характеристику основного міжнародного партнера та аналіз ключових аспектів співпраці.

Основними категоріями продукції, які постачає ТОВ ВКП «ЕСКО» на експорт, є електроінструменти. До асортименту експортованих товарів входять вироби під брендами Sequoia та Enersol, які орієнтовані на різні сегменти споживачів — як для побутового використання, так і для професійного застосування. Завдяки різноманітності пропозиції компанія може охоплювати ширший спектр клієнтів на новому ринку. [52]

Компанія також забезпечує дотримання всіх необхідних митних і технічних вимог при експорті продукції. Дотримання вимог сертифікації та стандартів якості дозволяє спрощувати процедури постачання та мінімізувати ризики затримок при проходженні митного контролю. Це позитивно впливає на стабільність співпраці з партнерами у Молдові.

Експортна діяльність у Молдову стала для ТОВ ВКП «ЕСКО» першим кроком на шляху розширення присутності за межами України. Накопичений досвід роботи на новому ринку дозволяє компанії планувати подальші кроки щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності та поступового освоєння інших ринків Східної Європи. [40]

Серед основних клієнтів є компанія TEOCOM-LUX SRL яка була заснована в 2004 році і міцно зарекомендувала себе на внутрішньому ринку Молдови, ставши офіційним представником бренду MAKITA і поставляючи на ринок якісний і доступний інструмент. Однак була відкрита послуга з ремонту та гарантії приладу, яка донині виконує якісний ремонт всіх можливих електроінструментів.

У 2005 році компанія відкрила своє перше відділення на ринку Domus (ринок будівельних матеріалів), а вже в 2006 році відкрився великий магазин в місті Бельці. Тим самим зміцнюючи свої позиції не тільки в центрі республіки, але і на півночі. [45]

Таблиця 2.2 Фінансові показники компанії за період 2020 – 2023

Роки	Чистий продаж	Чистий прибуток	Кількість співробітників
2021	35.10 млн	4.05 млн	22
2022	35.77 млн	3.62 млн	23
2023	33.26 млн	2.56 млн	22

Джерело [46]

Дані компанії 2020-2023 років показують, що початкові продажі зросли з 28.13 млн до 35.7 млн до 2021 року і стійко трималися в 2022 році, але в 2023 році опустилися до 33.6 млн, натякаючи на виклики ринку. Прибуток, однак, досяг максимуму в 4.05 млн в 2021 році, а потім різко впав до 2.56 млн до 2023 року, що свідчить про зростання витрат або неефективності. Кількість працівників зросла з 18 до 23, потім знизилася до 22, що, можливо, відображає скорочення витрат. Компанія підтримує перспективний фундамент, незважаючи на незначні коливання.

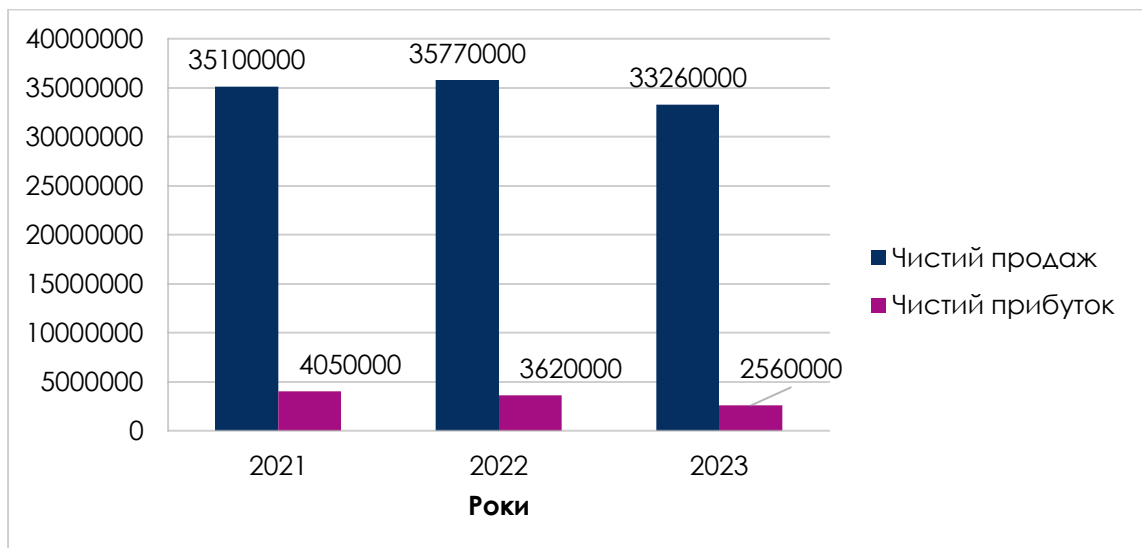


Рисунок 2.6 Порівняння показників ефективності компанії за період 2020 – 2023. Створено автором за джерелом [46]

Тепер розглянемо повний ланцюг поставки продукції, що реалізується під брендом «Sequoia». Ці товари виробляються Taizhou HuanYang Electric & Machinery

Co., Ltd., досить авторитетною китайською компанією, заснованою в 1996 році. Підприємство розташоване в місті Веньлін провінції Чжецзян і займає загальну площу 20 000 квадратних метрів. Маючи понад 300 кваліфікованих співробітників, виробник спеціалізується на виробництві електроінструментів та садового обладнання та має великий досвід роботи з міжнародними клієнтами. [60]

ТОВ ВКП «ЕСКО» співпрацює з цим виробником на основі умов FBO (Free on Board). Згідно з цією домовленістю, «ЕСКО» розміщує замовлення у китайського постачальника, який відповідає за виробництво товарів, їх упаковку, транспортування до порту відправлення та завантаження на судно. Всі експортні процедури митного оформлення також обробляються постачальником.

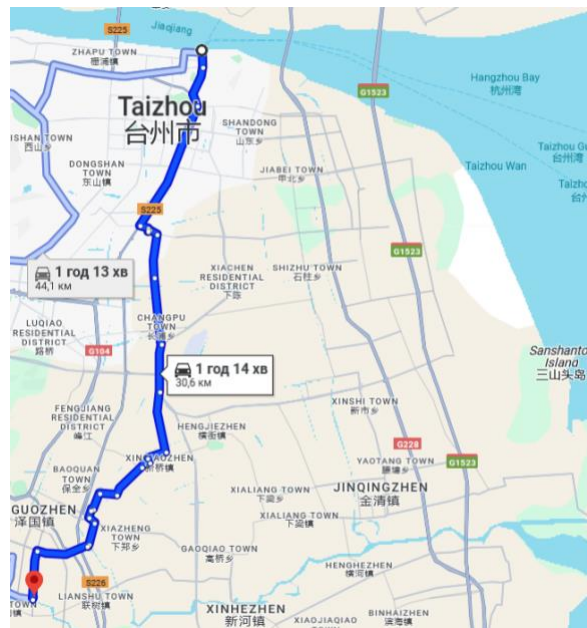


Рисунок 2.7 Зображення маршруту зі складу підприємства до порту Тайчжоу (створено автором на основі Google maps)

Після завантаження вантажу вантаж транспортується морем до порту Гданськ у Польщі. Після прибуття судна вантаж вивантажують і перевантажують на вантажні автомобілі. Ці вантажівки потім доставляють товар по суші безпосередньо в Київ, до України, де їх отримує компанія ТОВ ВКП «ЕСКО».

Після прибуття до Києва товар направляється на склад ЕСКО, де проходить сортування, контроль якості та підготовку до подальшої дистрибуції. Звідти продукція експортується, доставляється у власні відділи роздрібної та оптової торгівлі компанії, або розповсюджується через розгалужену дилерську мережу по всій Україні. Цей структурований і контрольований ланцюг поставок гарантує, що продукція під маркою «Sequoia» доставляється своєчасно і ефективно, зберігаючи якість і надійність.

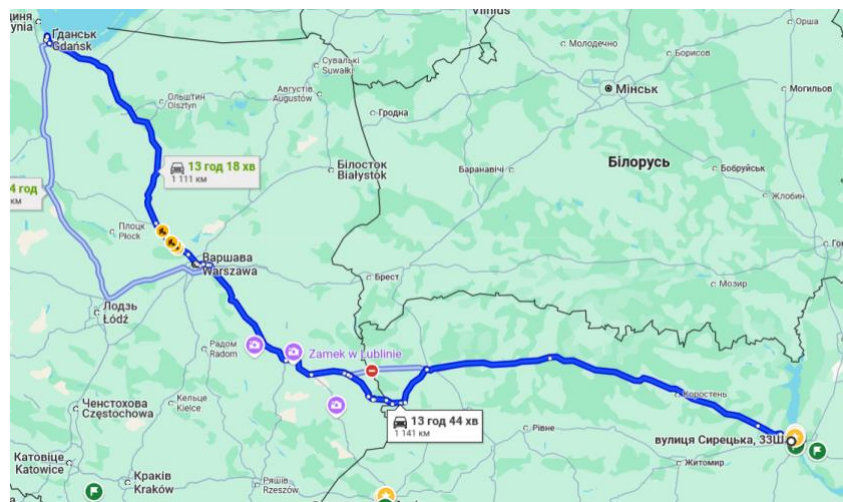


Рисунок 2.8 Зображення маршруту на Гданськ – Київ (створено автором на основі Google maps)

Після прибуття до Києва товар направляється на склад ЕСКО, де проходить сортування, контроль якості та підготовку до подальшої дистрибуції. Звідти продукція експортується, доставляється у власні відділи роздрібної та оптової торгівлі компанії, або розповсюджується через розгалужену дилерську мережу по всій Україні. Цей структурований і контрольований ланцюг поставок гарантує, що продукція під маркою «Sequoia» доставляється своєчасно і ефективно, зберігаючи свою якість і надійність.

Тепер перейдемо до опису нашого маршруту з України (див. рис. 2.2.5. та 2.2.6). За приклад у нас йде акумуляторна пила бренду «Sequoia». Вона виїжджає з складу компанії «ЕСКО» в місті Київ. Далі буде рухається до кордону з Молдовою,

а саме на митницю Могилів-Подільський, Осніța, 24001. Всього дорога має зайняти 8 години, без урахування зупинок. Весь маршрут займає 592 км. Під час транспортування товару буде перетинати Україно-Молдовський кордон. Кінцевою зупинкою маршруту буде сортувальний центр магазину TEOCOM-LUX SRL у місті Кишинів.



Рисунок 2.9 Схема транспортування акумуляторної пили за умовою Інкотермс 2020 FCA. Створено автором на основі [54]

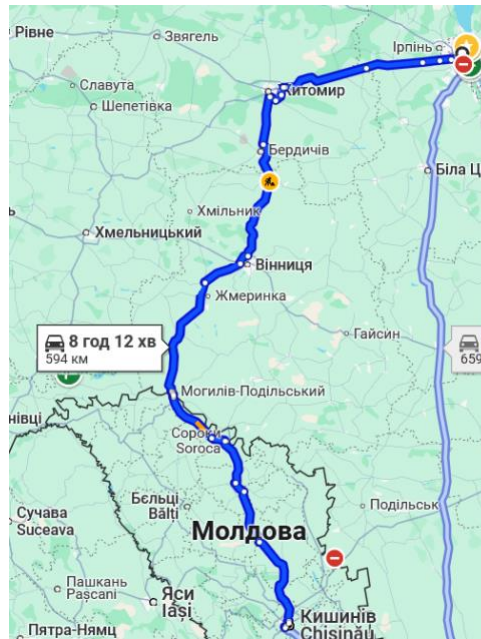


Рисунок 2.10 Зображення маршруту на мапі (створено автором на основі Google maps)

Валютою ціни та платежу в нашому контракті є долар США (USD), оскільки він широко використовується в міжнародній торгівлі та зручний для розрахунків для обох сторін. Він також виступає як надійний інструмент для фінансових операцій, що знижує валютні ризики для експортерів та імпортерів. Умови оплати передбачають прямий переказ на валютний рахунок уповноваженого доларового банку. Імпортер здійснює оплату в два етапи:

1. Передоплата 50% від загальної вартості контракту до відвантаження товару.
2. Сплата залишкових 50% після отримання вантажу та перевірки відповідності документації.

Умовою доставки має бути «франко-перевізник», що означає, що продавець доставить товар перевізнику, зазначеному покупцем, у вказане покупцем місце доставки. З цього моменту ризик втрати переходить до покупця. Ці ризики також включають витрати на транспортування та інші, а також супутні ризики. Цей метод гарантує експортеру високу якість доставки до визначеного пункту передачі без будь-яких додаткових витрат і ризиків, пов'язаних з транспортуванням.

Процес оплати та виконання умов FCA виглядає так:

1. Імпортер сплачує аванс у розмірі 50% вартості замовлення, який забезпечує гарантію фінансової спроможності та серйозності намірів покупця.
2. Експортер організовує відвантаження товару до обраного перевізника.
3. Після передачі товару експортер готує та передає необхідну документацію імпортеру (інвойс, товарно-транспортну накладну, сертифікати відповідності, документи про походження товару тощо).
4. Імпортер перевіряє отримані документи, після чого здійснює оплату решти 50% вартості товару, переводячи кошти на валютний рахунок експортера.
5. Після отримання повного платежу товар передається імпортеру.

Як вже було зазначено, основним іноземним партнером є компанія «StanleyBlack&Decker». Дана компанія є одним із провідних світових виробників інструментів, обладнання та рішень для промислового та домашнього застосування.

Компанія була заснована в 1843 році як «The Stanley Works», компанія за понад 175 років стала надійним партнером для мільйонів клієнтів у всьому світі. StanleyBlack&Decker має понад 50 брендів, у тому числі «DeWalt», «Black+Decker», «Craftsman», «Irwin», «Lenox» і «Proto», і пропонує широкий асортимент таких продуктів, як електроінструменти та ручні інструменти, промислові рішення, системи безпеки та контролю доступу, будівельне обладнання, тощо.

Що стосується фінансової стабільності, «StanleyBlack&Decker» є дуже надійною компанією. У 2024 році компанія отримала понад 15,4 мільярдів доларів доходу та понад 286 мільйонів доларів чистого прибутку. Крім того, компанія має високі фінансові показники з високою прибутковістю, позитивним грошовим потоком та ефективним управлінням запасами.

Таблиця 2.3 Фінансові показники компанії «Stanley Black & Decker»

Показник	Значення
Дохід	\$15,4 млрд
Чистий прибуток	\$286 млн
Валова маржа	29,40%
Скоригована валова маржа	30,00%
Операційний грошовий потік	\$1,107 млрд
Вільний грошовий потік	\$753 млн

Складено автором на основі джерела [12] за 2024 рік

«Stanley Black & Decker» посідає провідні позиції завдяки комплексній стратегії, яка поєднує інновації, гнучкість та соціальну відповідальність. Її конкурентоспроможність ґрунтується на широті асортименту продукції, що охоплює не лише інструменти для професійного та побутового використання, а й рішення для промисловості, систем безпеки, кріплення та навіть технологій для "розумного" дому. Наприклад, під брендами «DeWalt», «Craftsman», «Stanley», «Lenox» та іншими компанія пропонує тисячі товарів, адаптованих під потреби будівельників, майстрів-аматорів, виробничих підприємств і навіть розробників інноваційних технологій. Така диверсифікація дозволяє закріпитися в різних сегментах ринку одночасно, мінімізуючи ризики вразливості до коливань попиту в окремих галузях.

Важливим фактором успіху є постійні інвестиції в R&D (Research and Development) — щороку компанія витрачає сотні мільйонів доларів на дослідження та розробки, що дозволяє їй не лише вдосконалювати існуючі продукти, але й створювати революційні технології. Так, серед останніх ініціатив — інтеграція IoT

(Internet of Things) в інструменти, розробка акумуляторних систем нового покоління з підвищеною енергоємністю, а також використання матеріалів зі зниженим вуглецевим слідом. Наприклад, лінійка інструментів «DeWalt» з технологією «POWERSTACK» встановила новий стандарт потужності для компактних акумуляторів, а проекти в галузі кібербезпеки для промислових систем демонструють здатність компанії адаптуватися до викликів цифрової ери. [39]

Репутаційні переваги «Stanley Black & Decker» ґрунтуються на понад 180-річній історії, протягом якої компанія завоювала довіру клієнтів якістю, прозорістю та відкриттям до діалогу. Вона посідає високі позиції в рейтингах «Forbes», «Fortune» та «Bloomberg» як один із найбільш інноваційних і стабільних виробників у світі. Система логістики та глобальна мережа дистрибуції (понад 60 країн) забезпечують оперативність постачання, а програми лояльності, навчальні вебінари для клієнтів і технічна підтримка 24/7 роблять взаємодію з брендом максимально комфортно. Важливо, що компанія активно використовує зворотній зв'язок: дані від споживачів аналізуються за допомогою AI, що дозволяє швидко адаптувати продукти під зміни ринку. Наприклад, під час пандемії COVID-19 «Stanley Black & Decker» за кілька тижнів розширила виробництво інструментів для домашніх майстерень, передбачивши різкий зріст попиту на такі товари.

Соціальна відповідальність — ще один стовп іміджу компанії. Вона є учасником ініціатив ООН у сфері сталого розвитку, зокрема досягла угоди про углеродну нейтральність до 2030 року, а її заводи по всьому світу використовують відновлювальну енергію та технології рециклінгу. Проекти на кшталт «Empower Makers» спрямовані на підтримку малого бізнесу в країнах, що розвиваються, через навчання та фінансування. Крім того, компанія інвестує в освітні програми для дітей та молоді, співпрацюючи з організаціями типу FIRST (For Inspiration and Recognition of Science and Technology), щоб заохочувати інтерес до STEM-професій. Усі ці кроки не лише покращують соціальний лічильник, але й зміцнюють довіру споживачів, які все частіше обирають бренди з чіткою етичною позицією. [61, 50]

Щодо надійності, продукція «StanleyBlack&Decker» є високоякісною та надійною. Компанія відома своєю репутацією виробника високоякісного інструменту та обладнання, що забезпечує користувачам надійність і довговічність. Крім того, компанія пропонує високий рівень підтримки клієнтів, включаючи сервісну підтримку та гарантії.

У сучасному конкурентному середовищі продукція «StanleyBlack&Decker» надзвичайно конкурентоспроможна. Компанія має широкий асортимент продукції, що охоплює різні сегменти ринку та задовольняє потреби різних клієнтів. Крім того, компанія постійно інвестує у дослідження та розробку нових продуктів і технологій, що допомагає залишатися конкурентоспроможними на ринку. «StanleyBlack&Decker» має дуже позитивний імідж у діловому світі. Компанія має солідну репутацію надійного та інноваційного ділового партнера, що пропонує високоякісні продукти та послуги. [50]

До того ж, вона має великий досвід взаємодії з клієнтами та партнерами, що дозволяє будувати довгострокові відносини з клієнтами та розвивати їхній бізнес. Крім того, компанія бере активну участь в ініціативах соціальної відповідальності та збалансовано вирішує соціальні, екологічні та економічні проблеми.

Підсумовуючи, можна впевнено стверджувати, що «StanleyBlack&Decker» є якісною та надійною компанією з відмінним іміджем у діловому світі. Компанія продовжує розвивати свої продукти та послуги, інвестуючи в дослідження та розробки, щоб залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку та задовольняти потреби своїх клієнтів і партнерів. Просування продукції «StanleyBlack&Decker» відбувається методом реалізації через дилерській та партнерські мережі.

Нижче можна розглянути схему реалізації в Україні.

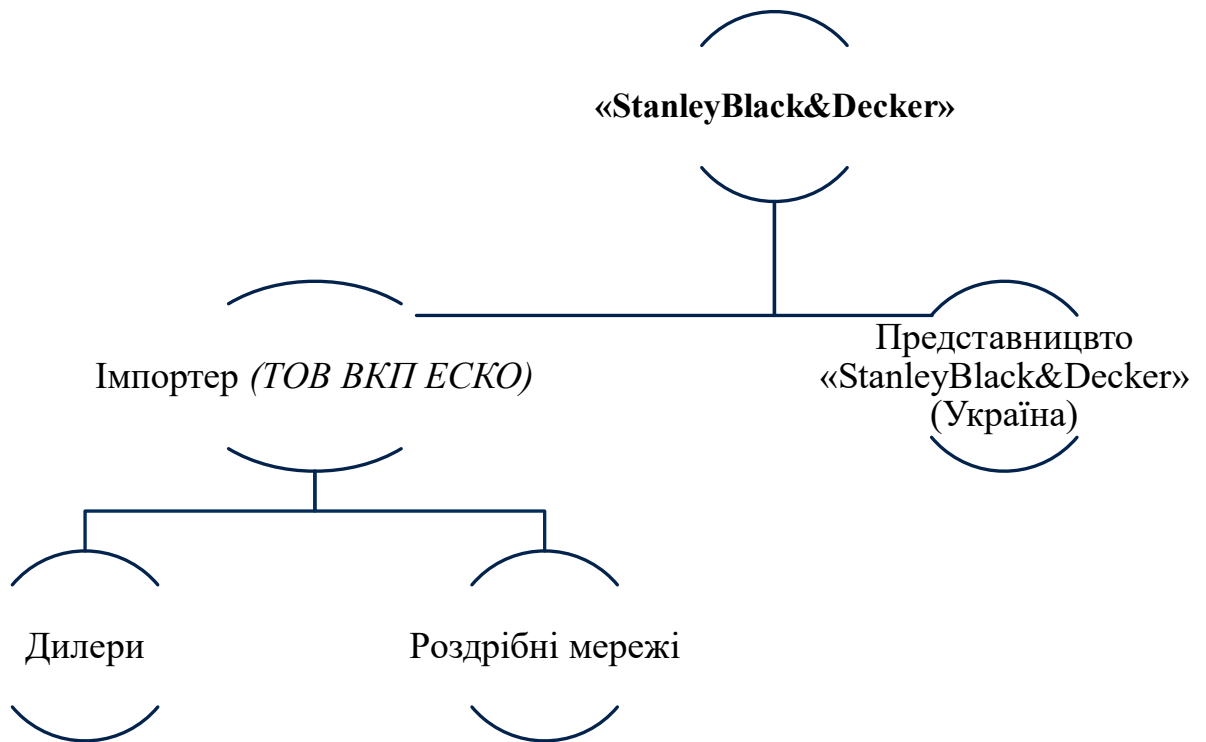


Рисунок 2.11 Схема реалізації. Створено автором на основі [52]

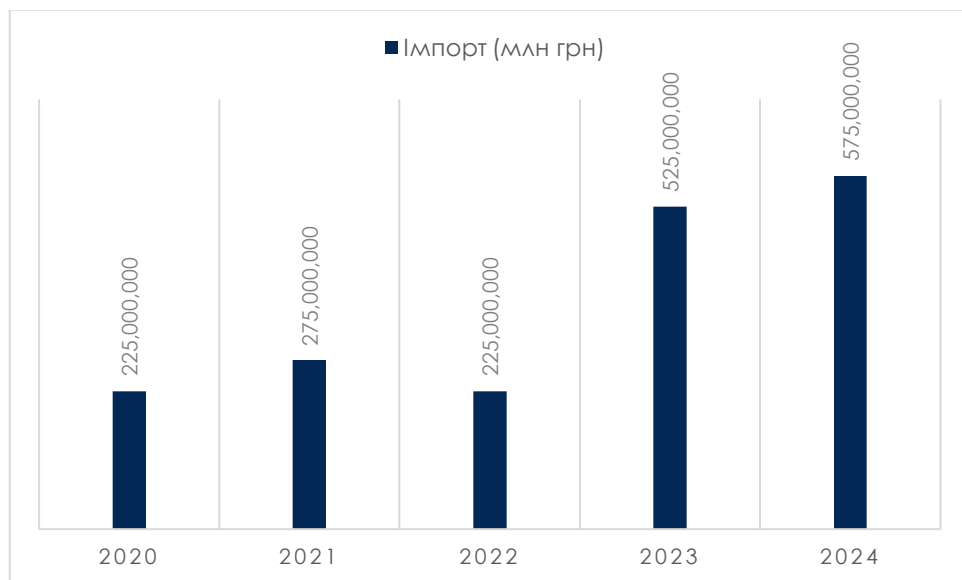


Рисунок 2.12 Обсяг імпорту ТОВ ВКП «ЕСКО». Створено автором на основі [40]

Імпорт ТОВ ВКП "ЕСКО" демонструє позитивну тенденцію зростання протягом 2020–2024 років. Особливо помітний стрибок відбувся у 2022 році, коли обсяги імпорту суттєво збільшилися порівняно з попередніми роками. Надалі, у 2023 та 2024 роках, фірма продовжила збільшувати імпортні поставки, досягнувши найвищих показників за п'ятирічний період — від 550 до 600 мільйонів гривень у 2024 році. [40]

Кількість імпортованих одиниць також залишається високою та стабільною, що свідчить про сталий попит і налагоджену логістику. Така динаміка вказує на успішну адаптацію фірми до ринкових умов, ефективне планування та активне розширення присутності на українському ринку. Якщо говорити про країни звідки компанія імпортує товар то перелік, то тут можна відзначити наступні країни: Німеччина, Польща, Китай, Італія та Швейцарія.

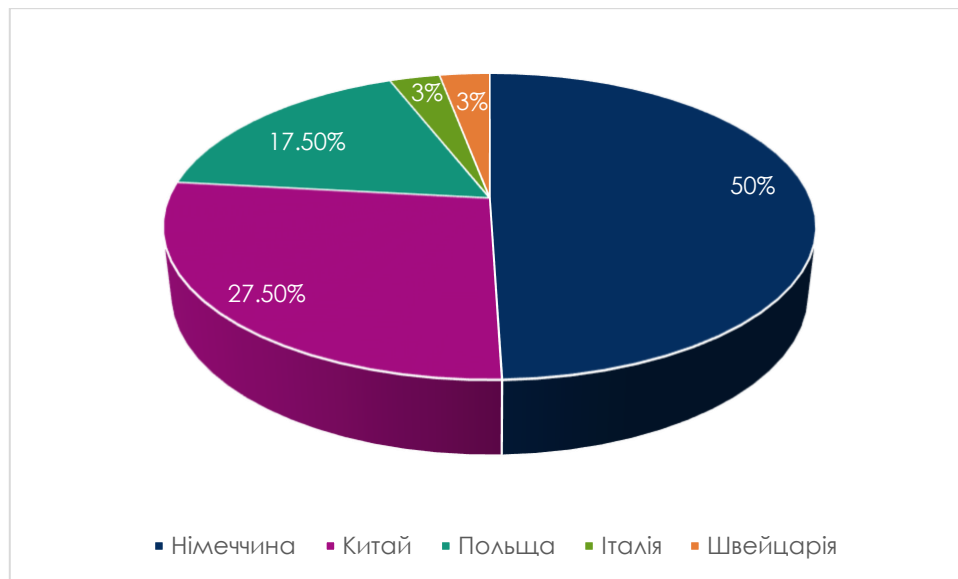


Рисунок 2.13 Обсяг імпорту по країнах ТОВ ВКП «ЕСКО». Створено автором на основі [40]

Як ми бачимо обсяг імпорту ТОВ ВКП «ЕСКО» за 2024 рік розподілився між кількома державами. Лідирує Німеччина з часткою 50%, що складає половину загального обсягу. Друге місце посідає Китай — 27,50%, забезпечуючи вагому частину поставок. Польща має 17,50% імпорту, відіграючи помітну роль у постачанні. Італія та Швейцарія представлені меншими частками — по 3% кожна.

Цей розподіл підкреслює переважну орієнтацію компанії на європейських партнерів із значним внеском Китаю.

Далі представлена схема здійснення імпортової угоди з Польщі, основного хабу «StanleyBlack&Decker» для України. [52]

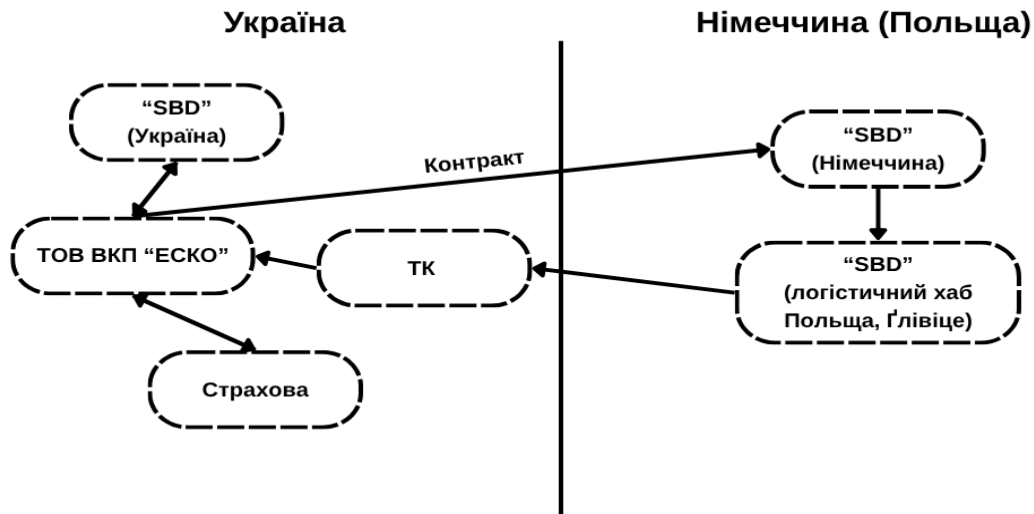


Рисунок 2.14 Схема здійснення імпортової угоди
(закупівля електроінструменту на умовах FCA з Польщі) Створено автором на основі [52]

1. Корпорація «StanleyBlack&Decker» (або скорочено «SBD») з власним складом у Польщі, який є окремою юридичною особою, що входить до складу концерну, та штаб-квартирою в Європі, а саме в Німеччині, проводить перемовини з компанією «ЕСКО» щодо поставки продукції власного виробництва.
2. Компанія «ЕСКО» укладає договір з «Stanley Black & Decker», щодо придбання електроінструментів з місцем поставки FCA (франко-перевізник), склад в Польщі.

3. «ЕСКО» здійснює оплату за електроінструменти шляхом відкриття валютного рахунку в банку, придбання валюти на визначену суму та перерахування коштів «StanleyBlack&Decker» згідно інвойса.
4. «SBD» забезпечує наявність електроінструментів на своєму складі в Польщі та готовність їх передачі покупцеві.
5. Після отримання оплати «StanleyBlack&Decker» готує всі необхідні товаросупровідні документи, включаючи комерційний рахунок-фактуру (invoice), пакувальний лист та коносамент, компанії «ЕСКО».
6. «SBD» акумулює електроінструменти для компанії «ЕСКО» на своєму складі в Польщі.
7. «ЕСКО» надсилає лист до страхової компанії, з якою він раніше уклав генеральний договір страхування свого вантажу, з проханням застрахувати інструменти на період транспортування.
8. «ЕСКО» організовує транспортування електроінструментів зі складу «StanleyBlack&Decker» у Польщі до свого складу в Україні через власні логістичні ресурси або через домовленість з транспортною компанією (ТК).
9. Митні операції обробляються співробітниками компанії «ЕСКО» відділом митно-ліцензійного розмитнення.
10. Товар доставляється на склад «ЕСКО» в Україні відповідно до умов поставки FCA.
11. «ЕСКО» отримує від «StanleyBlack&Decker» всі необхідні товаросупровідні документи, включаючи комерційний рахунок-фактуру, пакувальний лист та коносамент.
12. «ЕСКО» перевіряє товаросупровідні документи на відповідність умовам угоди, шляхом перерахунку товару та відповідності номенклатури замовлення.

13. Якщо документи в порядку, «ЕСКО» приймає електроінструменти та підтверджує отримання, шляхом підписання доставочного ордеру або іншого відповідного документа.

14. «ЕСКО» використовує придбані електроінструменти згідно своїх потреб.

Це спрощена послідовність дій в рамках схеми FCA для поставки електроінструментів від «StanleyBlack&Decker» до «ЕСКО» без участі банків.

Для імпорту електроінструментів використовується FCA (Free Carrier) є однією з міжнародних торговельних умов (Incoterms), яка визначає відповідальність та обов'язки сторін у питаннях доставки товарів. Основна функція FCA полягає в передачі контролю над товаром від продавця до покупця. [47]

Згідно з умовами FCA, продавець має зобов'язання доставити товари у вказане місце, яке може бути пунктом завантаження, терміналом або іншим зазначеним місцем, де товари будуть передані покупцеві або його представнику. Продавець несе витрати та ризики, пов'язані з доставкою товару до зазначеного місця. [47]

Термін передбачає два можливі місця відвантаження продавцем товару:

- місце, що належить продавцеві (наприклад, його склад, фабрика, магазин);
- зазначене в договорі місце, яке не належить продавцеві (наприклад, морський порт, термінал).

Поставка відбулася в момент, коли продавець у встановленому місці передав товар, що пройшов митне очищення для експорту, зазначеному покупцем перевізникові або іншій особі.

- Перехід ризиків – з моменту поставки.
- Розподіл затрат – у місці поставки.
- Вид транспорту – будь-який (у нашому випадку TIR)

Основними елементами FCA є передача контролю над товаром, визначення місця доставки та розподіл витрат і ризиків між продавцем та покупцем. Використання умов FCA дозволяє сторонам чітко визначити свої обов'язки та

відповідальність у процесі доставки товару. ФСА також передбачає, що продавець зобов'язується забезпечити відповідну митну декларацію та оформлення товарів для експорту. Завдання покупця включає організацію митного клірингу та ввезення товарів в країну призначення.

Покупець також має відповідальність за вибір та організацію транспортування товару з місця передачі до кінцевого пункту призначення. Він також несе витрати та ризики, пов'язані з цим перевезенням. Нижче більш детально, можна побачити таблицю з описом.

Таблиця 2.4 – Обов'язки продавця та покупця при базисній угоді FCA

Обов'язки продавця	Обов'язки покупця
Продавець зобов'язаний доставити товар у вказане місце, яке може бути пунктом навантаження, терміналом або іншим зазначеним місцем, де товари будуть передані покупцеві або його представнику.	Покупець зобов'язаний вибрати та організувати транспортний засіб для доставки товару з місця передачі (вказаного у контракті) до пункту призначення.
Продавець повинен забезпечити необхідну митну декларацію та документи для експорту товару.	Покупець має відповідальність за здійснення митного клірингу та виконання всіх необхідних митних формальностей для ввезення товарів в країну призначення.
Продавець несе ризики втрати або пошкодження товару до моменту його передачі покупцеві або його представнику в зазначеному місці.	Покупець повинен отримати від продавця необхідні документи, такі як комерційна накладна, транспортний документ, страховий поліс та інші відповідні документи, які підтверджують передачу товару.
Продавець повинен повідомити покупця про те, що товар готовий до передачі, а також про інші деталі, необхідні для організації доставки.	Покупець зобов'язаний оплатити всі витрати, пов'язані з перевезенням товару з місця передачі до пункту призначення, включаючи транспортні витрати, митні збори, страхові внески та інші пов'язані витрати.

Продовження таблиці 2.4

Обов'язки продавця	Обов'язки покупця
Продавець має забезпечити, що товар відповідає умовам, опису та якості, визначеним у контракті чи комерційній угоді.	Покупець повинен прийняти доставлений товар від транспортного засобу та перевірити його на відповідність в упаковці та кількості. Якщо виявляються недоліки або пошкодження, покупець повинен негайно повідомити продавця та здійснити всі необхідні кроки для вирішення цих проблем.

Створено автором на основі [54]

Отже, можна зазначити, що використання умов FCA (Free Carrier) для імпорту перфораторів і шурупвертів є досить вигідним. Адже ця умова надає покупцеві більший контроль над логістичними процесами та можливість прямого співробітництва з постачальником. В результаті, покупець може забезпечити точне виконання своїх вимог щодо транспортування та доставки товару. Використання FCA також сприяє зміцненню партнерських відносин та полегшує комунікацію між сторонами.

У ціноутворенні своїх інструментів компанія «Stanley Black & Decker» керувалася кількома основними факторами. По-перше, це витрати на виробництво, тобто прямі витрати, такі як компоненти, матеріали, виробництво та складання. «Stanley Black & Decker» використовує дорогі та високоякісні компоненти для своїх інструментів, такі як батарея, безпечні кнопки, та інші. Вартість цих компонентів є високою, та довговічною, адже компанія дотримується високих стандартів якості. Компанія має власні заводи для виробництва інструментів та забезпечення їх збирання. Підприємство має власний завод з виготовлення та монтажу інструменту. Виробничі витрати можуть включати оренду приміщення, зарплату співробітників, електроенергію, транспорт та інші операційні витрати.

До непрямих витрат можна віднести витрати на розробку, дослідження, маркетинг, рекламу та інтелектуальну власність. Компанія вкладає значні кошти в

дослідження та розробку нових технологій та функцій для своїх інструментів. Ці витрати можуть включати витрати на наукові дослідження, тестування, розробку та ін. «Stanley Black & Decker» також витрачає гроші на маркетинг та рекламу своїх продуктів. Компанія є спонсором команди «McLaren» у формулі та у турнірі «Nascar», також вони безпосередньо спонсорують команду «Борнмут» у англійському футбольному чемпіонаті «АПЛ». «Stanley Black & Decker» запускають рекламні кампанії, проводять презентації на своїх заходах та інвестують у спонсорські заходи, щоб просунути свою продукцію на ринку. Також «Stanley Black & Decker» має велику кількість патентів на свої технології та функції, які використовуються в їх інструментах, наприклад акумулятори з технологією «FlexVolt». Саме ця технологія використовується виключно у їхніх інструментах

Конкуренція та попит також є важливими факторами для інструментів ціноутворення. «Stanley Black & Decker» стежить за цінами конкурентів на ринку і прагне пропонувати свою продукцію за прийнятними цінами, щоб зберегти свою конкурентну позицію. У той же час компанія аналізує попит на свою продукцію і може змінювати ціну відповідно до рівня попиту. Тож, компанія «Stanley Black & Decker» при встановленні цін на свої інструменти звертає увагу на різноманітні фактори, такі як вартість виробництва, витрати на дослідження та розробку, маркетинг та рекламу, інтелектуальну власність, а також на рівень попиту на ринку та конкуренцію з іншими виробниками. Крім того, «Stanley Black & Decker» прагне зберігати свій імідж як виробника преміум-класу, тому ціни на їх продукцію можуть бути значно вищими, ніж у конкурентів, що продають інструменти середнього та нижчого цінового сегментів. Узагальнюючи, компанія «StanleyBlack&Decker» встановлює ціни на свою продукцію, керуючись вартістю виробництва, непрямими витратами, конкуренцією та попитом на ринку. Вони забезпечують високу якість своїх продуктів, інвестують у дослідження та розробку, та активно просувають свою продукцію на ринку.

При імпорті на умовах FCA, при визначенні вартості товару потрібно

враховувати такі витрати як: собівартість продукції , вартість товару на експортному ринку, запланований прибуток, транспортні витрати, вартість послуг експедитора, страхування, витрати на митні збори та документи.

Розрахуємо вартість продукції за умовами FCA, якщо обсяг ЗЕО припустимо дорівнює – 100 одиниць. (для прикладу візьмемо перфоратор та шуруповерт)

Таблиця 2.5 - Розрахунок вартості імпортої продукції

Параметри	Розрахунок	Кінцевий результат
1. Вартість на умовах EXW: – одиниці продукції, грн. – обсягу ЗЕО, грн.	$2500 \cdot 100 = 250\,000$ (перфоратор) $2100 \cdot 100 = 210\,000$ (шуруповерт)	- 2 500 грн. - 250 000 грн. - 2 100 грн. - 210 000 грн
2. Витрати на транспортування, розвантажувально-навантажувальні роботи та страхування до України	$125 \cdot 100 = 12\,500$ $105 \cdot 100 = 10\,500$	- 12 500 грн. - 10 500 грн
3. Митна вартість: – одиниці продукції, грн. – обсягу ЗЕО, грн.	$2500 + 125 = 2625$ $2625 \cdot 100 = 262\,500$ $2100 + 105 = 2205$ $2205 \cdot 100 = 220\,500$	- 2625 грн. - 262 500 грн. - 2205 грн. - 220 500 грн
4. Митні збори, грн.	$262\,500 \cdot 0,2\% = 525$ $220\,500 \cdot 0,2\% = 441$	525 грн. 441 грн.
5. Мито: – на одиницю продукції, грн. – на обсяг ЗЕО, грн.	$2625 \cdot 10\% = 263$ $262\,500 \cdot 10\% = 262\,500$ $2205 \cdot 10\% = 221$ $220\,500 \cdot 10\% = 220\,500$	- 263 грн. - 26 250 грн. - 221 грн. - 220 500 грн
6. Акцизний збір: – на одиницю продукції, грн. – на обсяг ЗЕО, грн.	Акцизний збір не стягується	
7. ПДВ: – на одиницю продукції, грн. – на обсяг ЗЕО, грн.	$2\,625 + 263 + 5,25 = 2\,893,25$ $2\,893,25 \times 20\% = 578,65$ $2\,205 + 221 + 4,41 = 2\,430,41$ $2\,430,41 \times 20\% = 486,08$	- 2 893,25 грн. - 578,65 грн. - 2 430,41 грн. - 486,08 грн
8. Ціна відповідно до умови поставки: – одиниці продукції, грн. – обсягу ЗЕО, грн.	$2500 + 125 = 2625$ $250\,000 + 12\,500 = 212\,500$ $2100 + 105 = 2205$ $210\,000 + 10\,500 = 220\,500$	- 2625 грн. - 262 500 грн. - 2205 грн. - 220 500 грн

Створено автором на основі [52]

Відповідно до умов FCA, під час розрахунку ціни включають вартість на умовах FCA, а саме собівартість продукції та запланований прибуток, та витрати на

транспортування, розвантажувально-навантажувальні роботи та страхування до митного кордону України, тощо. Тоді ціна обсягу ЗЕО відповідно до умови поставки буде складати: перфоратор 262 500 грн.(6 562,5 €) і шуруповерт 220 500грн. (5 512,5 €) .

Ціна на продукцію " Stanley Black & Decker " встановлюється під час укладання контракту і діє протягом тривалості контракту, який зазвичай становить один рік. Визначення ціни здійснюється згідно діючого прайс-листа на момент оформлення замовлення. Зазвичай, після укладання контракту, ціна залишається стабільною протягом усього періоду його виконання. Однак, існують випадки, коли ціна може змінюватися.

У контракті можуть бути враховані зміни ціни на продукцію " Stanley Black & Decker " в односторонньому порядку виробником. Однак, виробник зобов'язується повідомити покупця про такі зміни заздалегідь, надавши достатній попереджувальний строк. Таким чином, покупець буде проінформований про можливі зміни ціни і матиме можливість відповідно реагувати на них.

Враховуючи це, ціна на продукцію "SBD" залишається стабільною протягом контракту, якщо не відбувається заздалегідь попередженого змінного втручання з боку виробника, наприклад, у випадку змін цін на сировину, що можуть вплинути на вартість виробництва.

У процесі імпорту електроінструментів, валютою операцій та валютою платежу буде використовуватися євро € (EUR). Це пояснюється тим, що євро є широко прийнятою міжнародною валютою для здійснення платежів. Незважаючи на те, що багато постачальників фіксують ціни своїх товарів в доларах США, в даному випадку використовується євро через те, що постачальник розташований в Європі.

Також, існує перевага в тому, що банківські установи в країні, де знаходиться товар, мають першочерговий доступ до операцій з євро. Це сприяє більш

ефективному здійсненню міжнародних фінансових операцій та зменшує витрати на конвертацію валют.

За умовою, розрахунки під час імпоротної операції будуть проводитися за допомогою авансового платежу. Платіж з авансом означає, що покупець передбачає часткове або повну сплату за товар або послугу перед їх отриманням. Це може бути зроблено як зобов'язання вказане у контракті, або як вимога продавця.

Платіжний аванс є одним із способів забезпечення фінансової стабільності та довіри між експортерами та імпортерами. Основний механізм попередньої оплати імпорту полягає в тому, що імпортер перераховує певну суму грошей експортеру до отримання товару або послуги.

Основні кроки у процесі платіжного авансу у імпорті:

1. *Укладання угоди:* Експортер та імпортер укладають угоду, в якій визначають умови поставки товарів або послуг, включаючи суму платіжного авансу, його терміни та умови повернення.
2. *Договір про платіжний аванс:* Імпортер та експортер підписують договір про платіжний аванс, який містить деталі щодо суми авансу, термінів сплати та умов його використання.
3. *Сплата авансу:* Імпортер здійснює платіж експортеру, переказуючи певну суму грошей на його банківський рахунок. Ця сума може становити частку вартості товарів або послуг, або ж повну передоплату.
4. *Виконання угоди:* Після отримання платіжного авансу, експортер розпочинає виконання угоди з поставки товарів або послуг відповідно до умов, визначених у контракті.
5. *Залишок платежу:* Після виконання угоди імпортер здійснює сплату залишку вартості товарів або послуг. Це може бути зроблено шляхом банківського переказу, акредитиву або іншими методами оплати, визначеними в угоді.

6. *Документи та ввезення:* Після сплати залишку, експортер надсилає імпортеру необхідні документи, такі як переказ, накладні, комерційні рахунки, пакувальні списки, сертифікати якості, страхові поліси та інші документи, необхідні для митного оформлення та ввезення товарів в країну імпортера.
7. *Митне оформлення та ввезення:* Імпортер пред'являє отримані документи митним органам своєї країни для митного оформлення та розмитнення товарів. Після проходження митного контролю, товари дозволяються ввозити в країну імпортера.
8. *Використання платіжного авансу:* Сума платіжного авансу, яку імпортер сплатив експортеру, використовується для покриття вартості товарів або послуг, а також для відшкодування витрат експортера на виробництво або поставку.
9. *Умови повернення авансу:* Угода про платіжний аванс може містити умови щодо повернення авансу, якщо угода не була виконана через непередбачені обставини або інші причини. Ці умови можуть включати зобов'язання експортера повернути аванс повністю або частково, або його використання для майбутніх покупок.

2.3 Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності є важливим етапом в аналізі загального стану підприємства на міжнародному ринку. Вона дозволяє визначити рівень фінансової стабільності, результативності експортно-імпортних операцій, а також виявити ключові проблемні аспекти у веденні зовнішньої торгівлі. Одним із першочергових елементів такого аналізу є дослідження фінансових показників, що відображають динаміку розвитку підприємства та його здатність ефективно функціонувати в умовах міжнародної конкуренції.

Нижче представлено узагальнену таблицю основних фінансових показників підприємства за останні п'ять років:

Таблиця 2.6 - Фінансові індикатори (2020–2024)

Фінансовий індикатор	2020	2021	2022	2023	2024
Фінансовий скоринг	A/3.8	A/3.8	A/4	A/3.7	A/3.7
Частка у секторі, %	0,01%	0,01%	0,02%	0,01%	0,01%
Частка ринку, %	0,09%	0,09%	0,17%	0,16%	0,14%
Частка на субринку, %	0,54%	0,55%	1,08%	1,01%	0,79%
Місце компанії в секторі	1599	1392	757	839	920
Місце компанії на ринку	161	141	83	94	99
Місце компанії на субринку	32	29	14	16	16
Абсолютний приріст виручки за рік, млн грн	49,1	58,5	208,3	143,4	31,4
Відносний приріст виручки за рік, %	17,0%	17,3%	52,6%	23,7%	4,2%
Абсолютний середньорічний приріст виручки за 3 роки, млн грн	38,0	40,3	105,3	136,7	127,7
Сукупний середньорічний темп зростання виручки за 3 роки, %	14,7%	12,9%	27,9%	30,4%	25,3%

Створено автором на основі [40]

Компанія демонструє стабільно високий рівень фінансової стійкості, про що свідчить незмінно позитивний індекс фінансового скорингу, який утримується на рівні «А» протягом всього періоду з 2020 по 2024 рік. Це говорить про добрий фінансовий стан, відповідність стандартам ринку та стабільність ведення бізнесу.

Частка компанії в секторі залишається незмінною протягом усіх років і становить лише 0,01%, що вказує на відносно невеликий масштаб її діяльності у межах усього сектору. Водночас частка компанії на ринку зазнала деяких змін: у 2020–2021 роках вона становила 0,09%, а у 2022 році зросла до 0,17%, що може свідчити про посилення конкурентної позиції в той період. У наступні роки цей показник дещо зменшився (до 0,14% у 2024 році), однак залишився вищим за стартовий рівень. Частка на субринку зросла більш суттєво: з 0,54% у 2020 році до 1,08% у 2022 році. Після цього рівень дещо зменшився до 0,79% у 2024 році, але все ж залишається вищим, ніж у перші роки, що свідчить про збереження сильних позицій на конкретній ніші.

Позиція компанії серед конкурентів покращилася. Якщо у 2020 році вона займала 1599 місце в секторі, то вже у 2022 році – 757, що демонструє динамічне зростання. У 2024 році позиція дещо погіршилась до 920 місця, однак це все одно кращий результат, ніж на початку періоду. Схожі тенденції спостерігаються і в загальному ринковому рейтингу: з 161 місця у 2020 до 83 у 2022, з невеликим відкатом до 99 у 2024. У межах субринку компанія стабільно зберігає сильні позиції – 14–16 місця у 2022–2024 роках.

Фінансові показники компанії демонструють значне зростання у 2022 році: абсолютний приріст виручки досяг 208,3 млн грн, а відносний приріст — 52,6%. Проте у 2023 та особливо у 2024 ці показники зменшилися: у 2024 році абсолютний приріст становив лише 31,4 млн грн, а відносний — 4,2%. Попри це, середньорічний абсолютний приріст за останні 3 роки у 2024 залишився досить високим (127,7 млн грн), а сукупний середньорічний темп зростання виручки склав 25,3%, що свідчить про стабільне довгострокове зростання компанії.

Таким чином, компанія пережила стрімкий етап зростання у 2022 році, після якого динаміка дещо сповільнилася. Проте загальна тенденція свідчить про стійке розширення, покращення ринкових позицій та потенціал для подальшого розвитку за умов правильної стратегії.

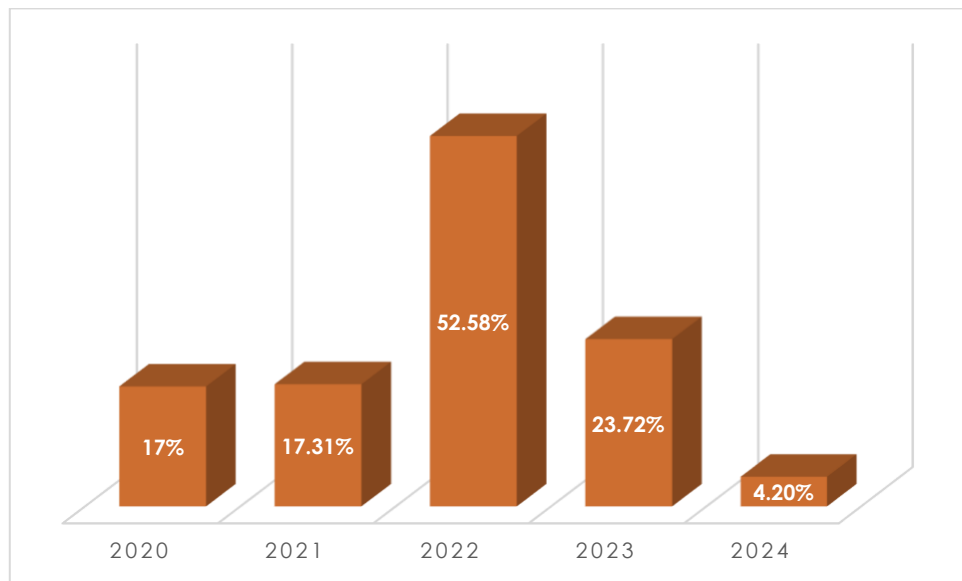


Рисунок 2.15 Динаміка зростання обсягу продажів підприємства у 2020–2024 роках, у %. Створено автором на основі [40]

На рис. 2.15 зображено зміну темпів зростання продажів підприємства упродовж 2020–2024 років. У 2020 році темп зростання становив 17 %, що вказує на помірне та стабільне збільшення обсягів реалізації продукції. У 2021 році цей показник незначно зріс до 17,31 %, підкреслюючи поступове зміцнення позицій підприємства на ринку.

Максимального рівня продажі досягли у 2022 році, склавши 52,58 %, що є рекордною величиною за весь аналізований період. Такий стрибок був зумовлений зовнішніми факторами, насамперед початком повномасштабної війни в Україні. Воєнне вторгнення з боку росії спричинило різке зростання попиту на електроінструменти, генератори, засоби автономного живлення та іншу техніку,

необхідну для безперебійної роботи підприємств, інфраструктури, армії, а також для задоволення побутових потреб населення.

У 2023 році темп приросту продажів скоротився до 23,72 %. Це, ймовірно, пов'язано з частковим насиченням ринку цією продукцією та стабілізацією активності покупців. Попередні дані за 2024 рік свідчать про подальше уповільнення: темп зростання становить лише 4,2 %. Загалом, підприємство вдало скористалося підвищеним попитом у 2022 році. Проте подальше зниження темпів приросту продажів вимагає адаптації бізнес-стратегії для збереження стійких позицій на ринку.

У структурі прибутку ТОВ ВКП "ЕСКО" ключовими напрямками залишаються електроінструменти, садова техніка та генератори, кожен з яких має свій внесок у формування доходу компанії.

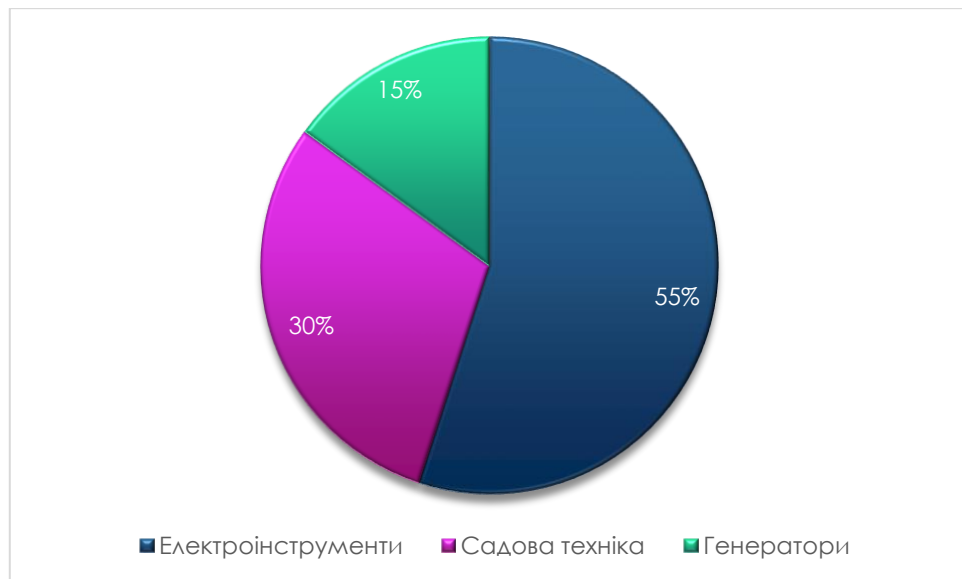


Рисунок 2.16 Структура прибутку ТОВ ВКП «ЕСКО» за товарними групами у %. Створено автором на основі [52]

Водночас саме електроінструменти займають лідируючу позицію завдяки стабільному і високому попиту. Ця категорія користується популярністю як серед професіоналів у галузі будівництва, ремонту й монтажу, так і серед приватних користувачів, які використовують інструменти для побутових чи аматорських завдань. Широкий асортимент, зручність у використанні та репутація провідних

брендів, таких як DeWALT, BLACK+DECKER та STANLEY, роблять цю групу товарів конкурентоспроможною та забезпечують стабільний потік прибутків.

Сегмент садової техніки займає вагоме місце в доходах компанії, особливо виділяючись у весняно-літній період. Попит на цю продукцію залишається стабільним протягом останніх років завдяки зростанню приватного сектору, збільшенню кількості дач та присадибних господарств, а також загальної популярності догляду за власними ділянками. Компанія працює з кількома важливими брендами, зокрема з власною торговою маркою Sequoia і міжнародно визнаним брендом Stiga. Техніка Sequoia орієнтована на широке коло споживачів завдяки доступності та оптимальному співвідношенню ціни й якості. Асортимент включає обладнання для косіння, обробки ґрунту та прибирання. Натомість продукція Stiga, яка входить у середній і преміальний сегменти, приваблює клієнтів із підвищеними вимогами до надійності, ергономіки й інноваційних технологій. Завдяки взаємодоповнюваності цих торгових марок компанія ефективно охоплює різні групи споживачів, що позитивно впливає на загальний дохід у цьому напрямку. Реалізація садової техніки значно збільшується навесні, коли стартує сезон активних робіт, що створює чітко виражену сезонну динаміку.

Генератори, які раніше демонстрували значне зростання продажів, зараз поступово втрачають свою актуальність. Пік їхнього попиту припав на часи масових відключень електроенергії та нестабільності в енергетичному секторі країни, коли і побутові споживачі, і бізнес активно шукали автономні рішення для живлення. У той період генератори посідали провідне місце в портфелі ТОВ ВКП "ЕСКО", забезпечуючи високу маржинальність та значну частку доходу. Проте зі стабілізацією енергопостачання та зникненням частих аварійних відключень попит пішов на спад. Ринок досягнув насичення: більшість клієнтів вже забезпечили себе необхідним обладнанням, через що рівень нових продажів поступово знижується.

Попри це генератори залишаються важливою товарною групою завдяки постійній потребі в резервному електроживленні для бізнесу, медичних установ,

сільського господарства та критичної інфраструктури. До того ж цей сегмент продовжують цікавити покупці, які акцентують увагу на якості та довговічності обладнання. У довгостроковій перспективі генератори, ймовірно, не будуть настільки домінуючими, як у кризові часи, однак збережуть стабільний рівень продажів завдяки оновленню обладнання та спеціалізованим запитам.

Кожна категорія робить різний внесок у формування загального прибутку та показує власні тенденції розвитку, залежно від ринкових умов, сезонних чинників і попиту. У наступній таблиці наведено зміни в обсягах прибутку за цими категоріями протягом 2022–2024 років, а також виділено товари, які найбільше впливають на фінансові результати компанії.

Таблиця 2.7 Структура прибутку ТОВ ВКП «ЕСКО» за основними товарними групами

Рік	Електроінструменти	Садова техніка	Генератори	Усього
2022	160 млн ₴	90 млн ₴	130 млн ₴	380 млн ₴
2023	175 млн ₴	110 млн ₴	65 млн ₴	350 млн ₴
2024	196 млн ₴	145 млн ₴	40 млн ₴	381 млн ₴
Разом	531 млн ₴	345 млн ₴	235 млн ₴	1 111 млн ₴

Створено автором на основі [52]

У період з 2022 по 2024 рік структура прибутків ТОВ ВКП "ЕСКО" демонструє чіткий поділ за трьома ключовими товарними групами: електроінструменти, садова техніка та генератори. Домінуючу позицію в доходах компанії стабільно займають електроінструменти, які залишаються основним джерелом прибутку. У 2022 році дохід від цієї категорії досягав близько 105 млн грн, у 2023 — зріс до 180 млн грн, а в 2024 році склав вже 190 млн грн.

Така динаміка вказує на стабільне зростання попиту в сегменті, що значною мірою пояснюється розвитком будівельного ринку та підвищеним оновленням інструментів серед професійної та побутової аудиторії. Наступною за важливістю стала категорія садової техніки, що також демонструє позитивну динаміку. У 2022 році прибуток від її реалізації становив близько 60 млн грн, у 2023 — зріс до 85 млн грн, а у 2024 — сягнув 95 млн грн. Попит на садову техніку залишався високим завдяки потребі у догляді за приватними ділянками і територіями. Особливим попитом користуються товари брендів Sequoia та Stiga, які вирізняються якістю, функціональністю і привабливою ціною. Сезонність попиту у весняно-літній період додає значення цій категорії в загальній структурі доходів.

Сегмент генераторів, попри зниження обсягів продажів, залишається важливим джерелом прибутку. У 2022 році він зафіксував найбільший показник доходів — близько 130 млн грн, що було викликано енергетичною кризою в Україні. У наступні роки дохід від продажу генераторів скоротився: у 2023 році він становив 65 млн грн, а у 2024 — лише 40 млн грн. Незважаючи на спад, генератори залишаються високорентабельним продуктом, що забезпечує стабільний дохід навіть при скороченні попиту. Очікується, що цей сегмент збереже свою значущість у структурі доходів компанії завдяки стабілізації попиту на новому рівні. Загалом у зазначений період спостерігається зростання загального прибутку компанії, що стало можливим завдяки продуманій диверсифікації товарного портфеля та оперативній адаптації до змін ринку. Електроінструменти залишаються провідною категорією, садова техніка активно зміцнює свої позиції, а генератори продовжують відігравати стратегічну роль у діяльності ТОВ ВКП "ЕСКО".

Експортна діяльність ТОВ ВКП «ЕСКО» наразі зосереджена на поставках продукції до Республіки Молдова, що становить 4,3% від загального обсягу реалізації. Водночас основним джерелом доходів компанії залишаються внутрішні продажі, які охоплюють 95,7%. Це чітко демонструє наступна діаграма зі структурою продажів за напрямками.

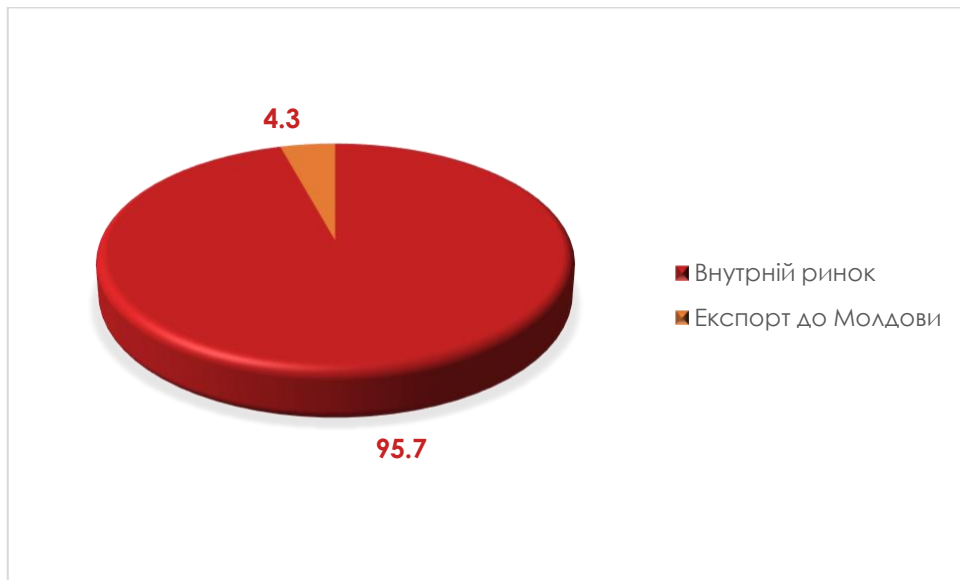


Рисунок 2.17 Структура продажів ТОВ ВКП "ЕСКО" за напрямками (внутрішній ринок та експорт) у %. Створено автором на основі [52]

Така структура демонструє чітку орієнтацію бізнесу на український ринок, що забезпечує стабільні фінансові результати та формує основну клієнтську базу. Хоча частка експорту не є значною в абсолютному вираженні, її стратегічна важливість залишається незаперечною. Вихід на зовнішні ринки дає змогу компанії оцінити конкурентоспроможність своїх брендів у міжнародному середовищі, адаптувати маркетингові та логістичні процеси до нових умов ринку, а також посилити репутацію надійного партнера за межами країни. Це особливо актуально для галузі електроінструментів і садової техніки, де розширення за межі внутрішнього ринку є закономірним етапом розвитку. Наразі експорт переважно виконує репутаційну та тестову функції, створюючи основу для подальшого зростання.

Молдова, як найближчий закордонний ринок, слугує зручним плацдармом для тестування ефективності дистрибуційних каналів, адаптації маркетингових матеріалів і вибудови мережі продажів. Ураховуючи позитивну динаміку загального обсягу реалізації продукції компанії, розвиток експортного напрямку може стати важливим джерелом довгострокового зростання. При правильній

стратегії просування та географічного розширення постачання експортна складова поступово зможе зайняти вагомішу частку у структурі доходів компанії.

Що стосується основних експортних товарів, то в рамках зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» варто виділити три ключові позиції, що відносяться до категорії садова техніка. Ця товарна група наразі єдина представлена на зовнішніх ринках – зокрема, на ринку Республіки Молдова, яка є єдиним зовнішньоторговельним партнером компанії. Експортний асортимент включає електропилки, тримери та газонокосарки – продукти, які мають спільну функціональність, орієнтовані на споживачів у приватному секторі та є сезонними. Їхній експорт обумовлений не тільки стабільним попитом з боку молдовських колег, але й ефективним поєднанням ціни, якості та простоти у використанні, що робить продукцію привабливою для кінцевого споживача.

Ці товари складають майже 100% від загальної експортної виручки компанії, а поставки здійснюються в рамках довгострокових договірних відносин з надійним партнером. Такий формат співпраці забезпечує передбачуваність, мінімізує ризики та дозволяє компанії зосереджувати ресурси на вдосконаленні якості товару та логістичних процесів. У контексті загальної експортної стратегії, садова техніка наразі виконує роль стартового майданчика для розширення міжнародної присутності, демонструючи, що навіть обмежений асортимент може забезпечити стабільну валютну виручку й укріпити бренд за межами внутрішнього ринку.

Таблиця 2.8 Динаміка експорту садової техніки ТОВ ВКП "ЕСКО" до Республіки Молдова у 2022–2024 рр.

Рік	Електропилки, грн	Тримери, грн	Газонокосарки, грн	Усього, грн
2022	2 574 212	1 711 245	1 224 121	5 509 578
2023	3 248 413	1 141 237	2 784 231	7 173 881
2024	3 728 451	1 942 683	3 264 861	8 935 995

Створено автором на основі [52]

Представлена таблиця ілюструє динаміку експорту садової техніки ТОВ ВКП "ЕСКО" до Республіки Молдова в розрізі окремих товарних позицій — електропилок, тримерів і газонокосарок — за період 2022–2024 років. Наведені дані свідчать про стабільне зростання обсягів поставок, що вказує на позитивну тенденцію розвитку зовнішньоекономічної діяльності компанії та закріплення її позицій на цільовому ринку.

У 2022 році обсяги експорту були ще відносно помірними — на рівні трохи більше ніж 5 млн грн, однак вже тоді простежувалася активна динаміка щодо електропилок і тримерів. У 2023 році експорт зріс майже на 40%, що може бути зумовлено зміцненням торгових відносин із контрагентом та підвищенням попиту на українську продукцію в Молдові. Найбільший стрибок відбувся у 2024 році — загальна сума експорту перевищила 8,9 млн грн, що свідчить про високий рівень довіри до бренду та конкурентоспроможність продукції на міжнародному ринку.

У структурі поставок переважають електропилки, які щороку формують найбільшу частину експортної виручки. Це зумовлено їхньою функціональністю та широким спектром застосування. Тримери стабільно посідають друге місце, демонструючи зростання майже на третину щороку. Газонокосарки, хоча й мають найменший показник, також демонструють поступову позитивну динаміку.

Загалом таблиця відображає ефективність обраної спеціалізації у зовнішньоекономічній діяльності, яка базується на поставках якісної садової техніки, адаптованої до потреб споживачів у Молдові. Стабільне зростання експортної виручки протягом трьох років підтверджує правильність обраної товарної стратегії та доцільність подальшої експансії на інші сусідні ринки. Нижче можна побачити динаміку продажів у відсотковому значенні.

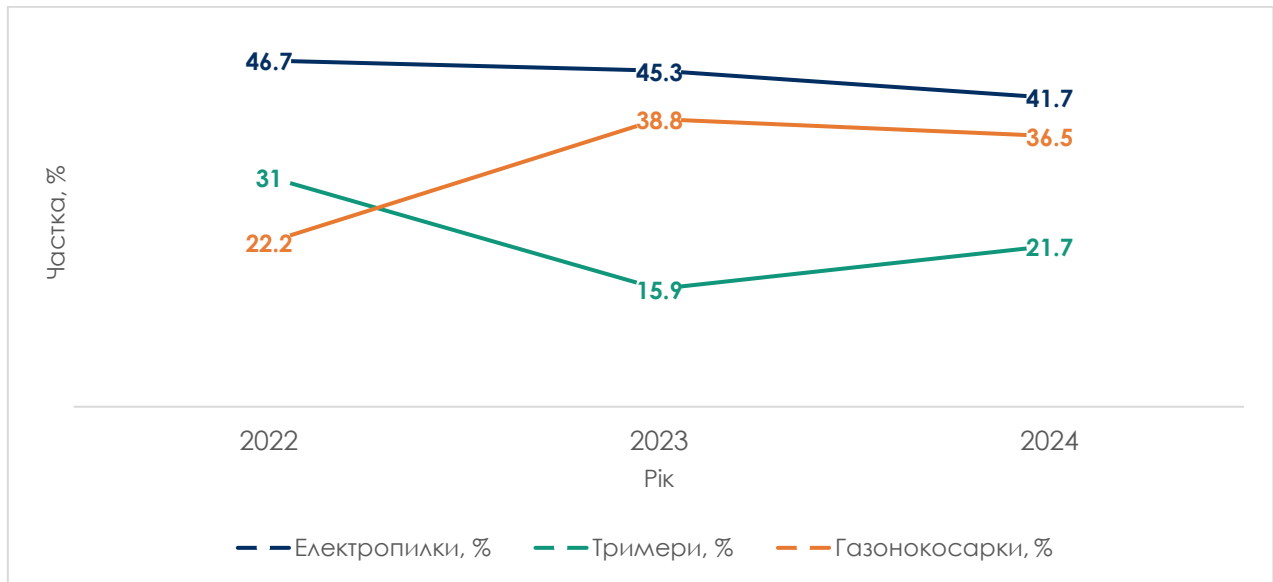


Рисунок 2.18 Динаміка продажів ТОВ ВКП "ЕСКО" товарів «Sequoia» (на ринку Молдови у %. Створено автором на основі [52])

Говорячи про український ринок та її гравців на ринку інструментів, то український ринок електроінструментів демонструє стрімкий розвиток, особливо помітний після початку повномасштабної війни в 2022 році. Збільшений попит на генератори, шуруповерти, різачки, відбійники, багатофункціональні інструменти та акумуляторні системи став наслідком як пошкодження інфраструктури, так і прагнення домогосподарств і бізнесів забезпечити автономну роботу. Така тенденція призвела до зростання конкуренції серед ключових міжнародних брендів на українському ринку. Серед найбільш вагомих гравців особливо вирізняються Bosch, Makita та Milwaukee. Кожен із брендів має чітку спеціалізацію, засновану на власних цінових стратегіях, асортименті продукції та маркетингових підходах.

Bosch (Німеччина) Bosch — один із найстаріших і найавторитетніших брендів у галузі. В Україні компанія присутня і в професійному сегменті (серія Bosch Professional), і на ринку побутових інструментів. Відомість бренду забезпечується завдяки якості, інноваційним рішенням і багатофункціональності продукції. Bosch активно інвестує в розвиток акумуляторних технологій і розумних рішень, таких як інтегровані сенсори безпеки та антивібраційні системи. Її ключове позиціонування базується на високій німецькій надійності професійного обладнання. Асортимент включає широкий спектр ручного електроінструменту, доповнений аксесуарами та системами видалення пилю.

Makita (Японія) Makita сприймається в Україні як символ міцності, зручності у використанні та простоти обслуговування. Бренд підходить як професіоналам, так і аматорам, пропонуючи універсальні рішення для різних завдань. Компанія робить акцент на акумуляторних платформах із численними бездротовими пристроями, що працюють на одному типі батарей. Makita довела свою ефективність в умовах українського ринку, демонструючи стійкість до кліматичних і експлуатаційних особливостей. Ціновий сегмент орієнтований на середній плюс, а окремі моделі можуть конкурувати з Bosch за функціоналом і ціною. Розгалужена мережа дистриб'юторів забезпечує присутність бренду в сферах будівництва, сільського господарства й ремонту.

Milwaukee (США) Milwaukee позиціонується як преміальний бренд із фокусом на професійний сегмент. Його продукція орієнтована на майстрів, сервісні компанії та будівельників. Відмінними характеристиками бренду є сучасний дизайн, передові технології (зокрема інтелектуальні акумулятори RedLithium) та увага до ергономічності. Незважаючи на більш високий ціновий рівень, Milwaukee виправдовує витрати якістю, довговічністю й продуктивністю своєї техніки. У межах України бренд користується попитом переважно для масштабних проєктів, включно з інфраструктурними роботами, та асоціюється з вибором тих, хто не йде на компроміси в якості.

Таблиця 2.9 Порівняльна таблиця основних гравців ринку
електроінструментів в Україні

Критерій	Bosch Україна (Німеччина)	Makita Україна (Японія)	Milwaukee Україна (США)	ТОВ ВКП «ЕСКО» (Stanley B&D, США)
Країна походження бренду	Німеччина	Японія	США	США
Наявність на українському ринку	Присутність понад 15 років, широка впізнаваність	Стабільна присутність, хороша дистрибуція	Агресивне зростання з 2021–2025 рр.	Присутній через ТОВ ВКП «ЕСКО» понад 30 років
Сегмент	Побутовий + професійний	Побутовий + професійний	Професійний	Побутовий + професійний
Цінова категорія	Середня – вище середньої	Середня	Висока	Середня-вище середньої
Рівень інноваційності	Високий: впровадження Smart-технологій, акумуляторна платформа Bosch Power For All	Інновації у сфері автономних інструментів	Високий: акцент на безщіткових двигунах та M18 / M12 платформах	Високий: бренди Stanley B&D активно розвивають акумуляторні рішення
Канали збуту	Мережі, дилери, онлайн	Мережі, дилери, онлайн	Професійні платформи	Офіційна дистрибуція + дилери
Позиціонування на ринку України	Один з найстаріших і найнадійніших брендів	Надійний вибір для професіоналів	Новаторський бренд для demanding professionals	Офіційне представництво потужного американського бренду
Унікальні переваги	Інтеграція у «розумні» екосистеми (Bosch Smart Home)	Традиційна японська якість, довговічність	Ефективність, висока потужність, компактність	Поєднання декількох брендів в одному портфелі (Stanley, DeWalt, B+D), офіційна підтримка від виробника

Створено автором на основі даних [52, 64, 65, 66]

Ринок електроінструментів в Україні характеризується високою конкуренцією та присутністю світових брендів, наприклад таких як Bosch, Makita та Milwaukee. Кожен із цих брендів має свої сильні сторони, зокрема інноваційність, широкий асортимент та надійність продукції. ТОВ ВКП «ЕСКО», як офіційний дистриб'ютор Stanley Black & Decker, займає важливу нішу на ринку, пропонуючи якісні інструменти для професійного використання.

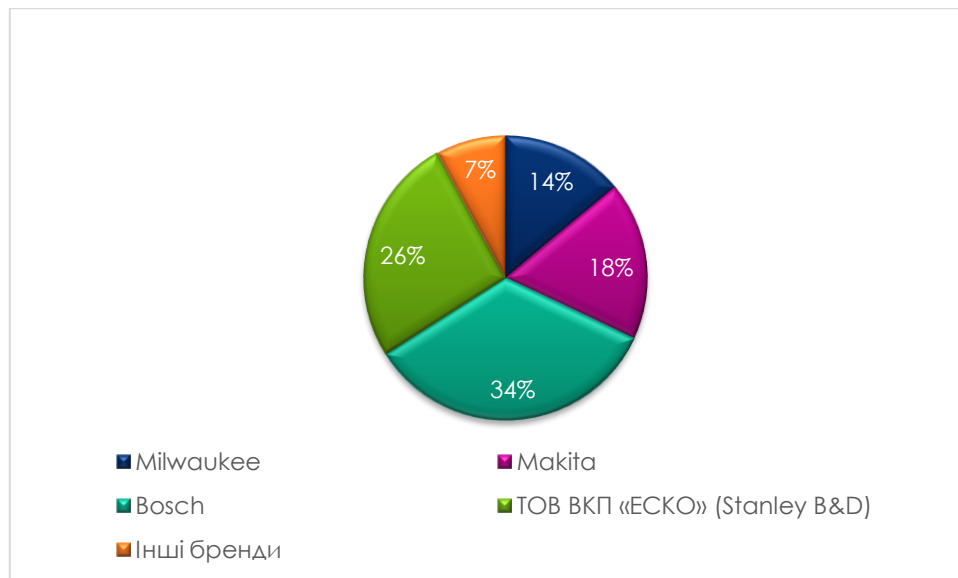


Рисунок 2.19 Структура ринку електроінструментів в Україні за частками основних брендів у %. Створено автором на основі [52]

Дані ілюструють структуру ринку електроінструментів в Україні, в якій чітко проглядається диференціація між ключовими брендами. Лідером ринку є Bosch із часткою 34%, що підтверджує його провідну позицію та статус основного гравця.

На другому місці закріпилось ТОВ ВКП «ЕСКО» (Stanley B&D) із показником 26%, демонструючи стійкі конкурентні позиції. Інші учасники ринку представлені нижчими частками: Makita має 18%, а Milwaukee — 14%. Ці бренди формують сегмент із помірною присутністю, тоді як сукупна частка інших виробників становить лише 8%. Така ситуація свідчить про суттєву консолідацію ринку навколо двох провідних гравців. Різниця в 8 процентних пунктів між лідером і другим учасником свідчить про достатньо конкурентне середовище, у якому все

ще існує потенціал для змін у розподілі ринкових часток. Загальна картина відображає типовий для галузі тренд, коли споживачі надають перевагу провідним міжнародним брендам, які мають добре налагоджену дистрибуцію й підтверджену якість продукції.

Згідно з чинною методикою оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, одним із ключових показників є економічний ефект експорту (ЕЕЕКС). Його доцільно розраховувати для оцінки фінансової результативності експортних операцій, особливо в умовах обмеженого доступу до міжнародних ринків та високої вартості логістичних послуг. Розрахунок цього показника дає змогу підприємству зробити висновок про доцільність продовження чи розширення експортної діяльності на обраних ринках.

У випадку ТОВ ВКП «ЕСКО» експорт у 2024 році здійснювався виключно до Республіки Молдова за умовами поставки FCA, тобто зі зобов'язанням продавця забезпечити доставку продукції до митного кордону України, включаючи витрати на логістику, пакування, митне оформлення та документацію. Загальна валютна виручка від експорту становила 8 935 995 грн.

З урахуванням норм валютного регулювання в Україні, на 2024 рік обов'язковий продаж частини валютної виручки становив 50%, що відповідає 4 467 997,5 грн. Це кошти, які підприємство повинно було реалізувати на валютному ринку України за встановленим курсом, забезпечуючи таким чином надходження гривні до свого валютного фонду.

Для визначення економічного ефекту було також враховано повні витрати на експортну діяльність (ВЕКС), які включають транспортування, пакування, оформлення документів, логістичне супроводження, заробітну плату персоналу, а також витрати на зберігання й обслуговування замовлення. Ураховуючи характер продукції (будівельний інструмент і техніка) та її відносно невеликий експортний обсяг (лише 4,3% у структурі продажів компанії), повні витрати склали приблизно 6 910 000 грн.

Застосувавши формулу:

$$E_{EKC} = V_{BF} + V_T - V_{EKC} \quad (2.1)$$

$$E_{EKC} = 8\,935\,995 + 4\,467\,997,5 - 6\,910\,000 = 6\,493\,992,5 \text{ грн}$$

Таким чином, економічний ефект від експортної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» у 2024 році склав 6 493 992,5 грн. Отриманий результат підтверджує доцільність експортної стратегії на ринку Молдови, яка забезпечує компанії позитивний економічний ефект навіть за умов обмеженої географії присутності.

[32]

Також розрахуємо оцінку економічної ефективності імпорту яка є важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності підприємства, оскільки вона дозволяє визначити доцільність і фінансову результативність закупівлі продукції з-за кордону. У випадку ТОВ ВКП «ЕСКО» проведено розрахунок ефективності імпортової операції на прикладі постачання 100 одиниць шурупів з Польщі за умовами FCA.

Вартість реалізації одного шурупа на внутрішньому ринку становить 3 452 грн, при цьому повна собівартість одиниці продукції з урахуванням усіх витрат на імпорт (вартість EXW, транспортування, митне оформлення, ПДВ тощо) дорівнює 2 625 грн. Для визначення економічної ефективності імпорту застосовується наступна формула:

$$E_{IMP} = \frac{C_p}{C_c} \quad (2.2)$$

- E_{IMP} — показник ефективності імпорту за одиницю продукції,
- C_p — ціна продажу одиниці на внутрішньому ринку (грн),
- C_c — повна собівартість імпортованої одиниці продукції (грн).

Підставивши дані:

$$E_{IMP} = \frac{3\,425}{2\,625} = 1,315$$

Це означає, що на кожну вкладену гривню у закупівлю імпортного товару підприємство отримує понад 31,5% прибутку.

Витрати на імпорт = 1 грн

Виручка = 1,315 грн

Прибуток = 1,315 - 1 = 0,315 грн (або 31,5%)

Аналогічно розраховується ефективність за обсягом реалізації партії:

$$E_{\text{ІМП1}} = \frac{O_{\text{п}}}{B_{\text{ІМП}}} \quad (2.3)$$

- $E_{\text{ІМП2}}$ — показник ефективності імпорту за партію,
- $O_{\text{п}}$ — обсяг реалізації продукції у внутрішніх цінах (грн),
- $B_{\text{ІМП}}$ — загальні витрати на імпорт продукції (грн).

$$E_{\text{ІМП2}} = \frac{345\,200}{262\,500} = 1,315$$

Таким чином, обидва показники демонструють стабільну ефективність імпорту, що підтверджує економічну доцільність здійснення подібних операцій. Такий результат дозволяє ТОВ ВКП «ЕСКО» не лише зберігати конкурентоспроможність на внутрішньому ринку, а й підвищувати загальний рівень рентабельності своєї зовнішньоекономічної діяльності. Імпортні операції за умови правильної логістики та контролю за витратами стають джерелом стабільного прибутку, особливо в умовах нестабільного внутрішнього виробництва. [38]

Висновки до розділу 2

У другій частині роботи подано поглиблений аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО», провідної української компанії у сфері виробництва та постачання електроінструменту та промислового обладнання, з акцентом на її фінансові показники, конкурентоспроможність та перспективи стратегічного розвитку.

По-перше, дається детальний опис компанії, включаючи її історію з моменту створення в 1996 році, її організаційну структуру, основні види діяльності та асортимент продукції. ТОВ ВКП «ЕСКО» є сильним гравцем на українському ринку завдяки контрактному виробництву власних брендів Sequoia та EnerSol та співпраці з провідними міжнародними компаніями, зокрема Stanley Black & Decker. Асортимент продукції компанії включає електроінструменти, садове обладнання, генератори та супутні аксесуари, які відповідають міжнародним стандартам якості та задовольняють потреби професійних і домашніх споживачів.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності показує, що компанія досягла певних досягнень, але також зіткнулися з певними проблемами. З 2021 року компанія почала експорт до Молдови, що є важливим кроком у розширенні її міжнародної присутності. Експорт садової техніки (бензопили, тримери, газонокосарки) під брендом Sequoia демонструє стабільне зростання і становитиме 8,9 млн грн у 2024 році проти 5 млн грн у 2022 році. Партнерство з молдовським партнером TEOCOM-LUX SRL та використання умов FCA забезпечує ефективність логістичного процесу та відповідність міжнародним стандартам. При цьому значну частину діяльності становить імпорт, переважно з Німеччини, Китаю та Польщі, який до 2024 року становитиме 600 млн грн, що свідчить про добре налагоджену систему постачання сировини та готової продукції.

Фінансові результати компанії демонструють позитивну динаміку: доходи зросли з 337,7 млн грн у 2020 році до 779,3 млн грн у 2024 році, чистий прибуток досяг піку в 2022 році – 68,2 млн грн. Проте рентабельність у 2024 році впала до 29 млн грн, а рентабельність чистого прибутку впала до 3,67%, що свідчить про зростання витрат і посилення конкуренції. Про міцне фінансове становище компанії свідчить показник рентабельності активів 6,06% та стабільний фінансовий рейтинг «А». На українському ринку електроінструментів ТОВ ВКП «ЕСКО», як дистриб'ютор Stanley Black & Decker, займає 26% частки, поступаючись лише

Bosch (34%) і випереджаючи Makita (18%) та Milwaukee (14%), що підкреслює його конкурентоспроможність.

Ефективна організаційна структура та чітко налагоджені бізнес-процеси відіграють ключову роль в успіху компанії. Централізована система управління забезпечує координацію між підрозділами, включаючи департаменти продажів, закупівель, логістики, митної справи та сервісного обслуговування. Багатоступенева система контролю якості гарантує відповідність продукції європейським стандартам, а оптимізований ланцюг поставок, що включає транспортування з Китаю через порт Гданськ до України, забезпечує своєчасність і надійність доставки. Стратегічна співпраця з міжнародними партнерами, зокрема Stanley Black & Decker, і розвиток власних брендів Sequoia та EnerSol дозволяють компанії утримувати сильні позиції у середньоціновому сегменті.

Незважаючи на досягнуті результати, підприємство наразі демонструє обмежену активність у розширенні географії зовнішньоекономічної діяльності. Експортна діяльність наразі зосереджена лише на Молдові (4,3% продажів), і залежністю від внутрішнього ринку (95,7% продажів).

Загалом, ТОВ ВКП «ЕСКО» демонструє стійкість, адаптивність і високий потенціал для розвитку на міжнародному ринку електроінструментів. Завдяки стратегічним партнерствам, диверсифікованому портфелю продукції, ефективному управлінню та налагодженій логістиці компанія залишається конкурентоспроможною навіть у складних економічних умовах.

3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ВКП «ЕСКО»

3.1 Пріоритетні шляхи покращення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО»

У сучасних умовах трансформації глобальних економічних зв'язків і зміщення векторів постачання товарів і послуг на світових ринках ключовим завданням для українських підприємств є переосмислення підходів до формування зовнішньоекономічної стратегії. Для ТОВ ВКП «ЕСКО», діяльність якого на сьогодні зосереджена переважно на внутрішньому ринку України, особливої актуальності набуває вдосконалення структури імпорتنих операцій як чинника зниження залежності від локальних постачальників, розширення асортименту та оптимізації витрат.

Незважаючи на позитивну динаміку фінансових результатів протягом останніх років, зокрема подвоєння річного доходу з 2020 до 2023 року, частка зовнішньоекономічної діяльності залишається обмеженою. Як вже згадувалось у минулому розділі, основним експортним напрямом компанії виступає Республіка Молдова, на ринок якої припадає лише близько 4,3% загального товарообігу. Решта 95,7% продажів зосереджені на внутрішньому споживанні, що створює дисбаланс і певну стратегічну вразливість, особливо в умовах коливань купівельної спроможності населення, інфляційного тиску, політичної нестабільності та зростаючої конкуренції.

У відповідь на виклики ринку, а також з метою забезпечення сталого довгострокового розвитку, ТОВ ВКП «ЕСКО» визначити одним із пріоритетних завдань перегляд імпоротної політики з орієнтацією на залучення нових партнерів і джерел поставок продукції. Передусім йдеться про розширення асортименту електроінструментів шляхом імпорту інноваційних моделей, що дозволить сформувати конкурентну пропозицію на внутрішньому ринку України. Такий

підхід забезпечує гнучкість у формуванні товарного портфеля та мінімізацію залежності від цінових коливань на продукцію окремих постачальників

У процесі відбору потенційних партнерів я пропоную розглянути три основні країни — Китай, Італія та Польща. Вибір обґрунтовується аналізом низки чинників: вартість продукції, якість виготовлення, відповідність європейським технічним нормам, логістичні витрати та часові горизонти постачання, стабільність митного оформлення, сертифікація та гнучкість у переговорах.

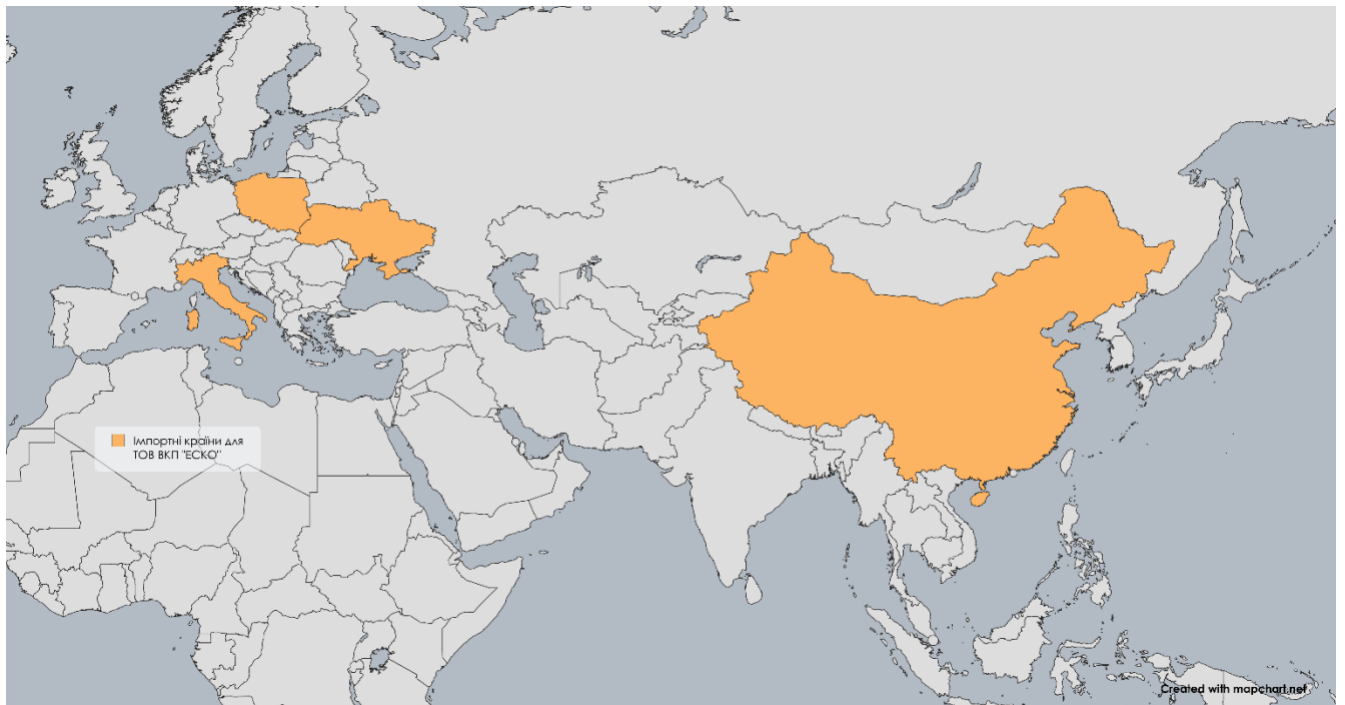


Рисунок 3.1 Мапа варіантів імпорту для ТОВ ВК «ЕСКО». Створено автором на основі [51]

Китай, з одного боку, пропонує найнижчий рівень закупівельних цін, широку номенклатуру продукції та можливість виготовлення товару під власним брендом. Водночас співпраця з китайськими партнерами супроводжується низкою ризиків: нестабільністю постачання, мовним та часовим бар'єром, потребою в додаткових витратах на сертифікацію та складною системою рекламацій. Логістика з Китаю є довшою та потребує точного планування. Італія забезпечує беззаперечну якість, імідж «європейського походження» та відповідність технічним регламентам ЄС, однак її пропозиції є значно дорожчими, що може зменшити цінову

конкурентоспроможність на українському ринку. Крім того, італійські постачальники працюють у більш жорстких контрактних рамках, що не завжди зручно для гнучкої стратегії імпорту.

Польща виглядає як найбільш збалансований варіант. По-перше, країна є членом ЄС, а отже — постачання супроводжується спрощеними митними процедурами, стандарти відповідають європейським вимогам, а логістичні витрати є помірними. По-друге, ТОВ ВКП «ЕСКО» вже має налагоджені зв'язки з польськими логістичними партнерами, що дає змогу значно скоротити операційні витрати. Важливо також, що польські виробники здатні забезпечити гнучкість в обсягах замовлення та короткі строки виконання контрактів.

Таблиця 3.1 Порівняльна характеристика країн-постачальників

Критерій	Китай	Італія	Польща
Вартість продукції	Помірна	Висока	Помірна
Сертифікація	Складна	Відповідність ЄС	Відповідність ЄС
Терміни поставки	30-60 днів	10-20 днів	5-10 днів
Логістичні витрати	Високі	Дуже високі	Помірні
Митне оформлення	Складне	Стандартне для ЄС	Спрощене
Гнучкість замовлень	Обмежена	Жорсткі умови	Висока
Мовний бар'єр	Високий	Середній	Низький
Геополітичні ризики	Високі	Низькі	Мінімальні
Основні переваги	Стабільність	Італійська збірка	Близькість, стабільність

Створено автором на основі власних досліджень та [52]

На фоні зменшення попиту на генератори, що спостерігалось після 2022 року, разом зі зміною структури споживчих пріоритетів, мийки високого тиску залишаються стабільним сегментом на сучасному ринку завдяки їхній багатофункціональності та широкому спектру застосування. Популярність цього обладнання продовжує зростати як серед приватних споживачів, так і в комерційній

сфері. Власники будинків все частіше використовують мийки для очищення території, миття автотранспорту і догляду за садовим інвентарем. У бізнес-середовищі вони відіграють ключову роль на СТО, у клінінгових компаніях, у закладах харчування та в секторі аграрного виробництва, допомагаючи ефективно очищувати обладнання, фасади будівель та техніку.

Економічна ефективність мийок високого тиску є ще одним важливим фактором їхньої популярності. Вони дають змогу істотно знизити витрати води та скоротити час, необхідний для виконання завдань, порівняно з традиційними методами. У бізнесі це сприяє зменшенню операційних витрат і підвищенню продуктивності. Зростаючий попит на професійне обладнання також відзначається серед малих підприємств, таких як мобільні автомийки, що стимулює розвиток відповідного сегмента ринку.

Окремої уваги заслуговує набираюча популярність мийок самообслуговування, які стають все більш привабливими для підприємців у пошуках перспективних інвестицій у сфері послуг. У цих умовах для ТОВ «ЕСКО» відкриваються цікаві можливості. Компанія може зосередити свої зусилля на імпорті як доступних моделей для домашнього використання, так і професійного обладнання для задоволення потреб бізнесу. Однак для цього необхідно врахувати низку ключових факторів, які впливають на рентабельність і стабільність зовнішньоекономічної діяльності.

Перш за все, варто оптимізувати логістичні маршрути — враховуючи такі аспекти, як вартість транспортування, швидкість доставки і наявність складів або митних хабів. Це сприятиме прискоренню обігу капіталу й мінімізації ризиків затримок постачання.

Також важливим є аналіз цінової політики постачальників, беручи до уваги не тільки закупівельні ціни, але й маржинальність продукції на внутрішньому ринку. Вибір країни-експортера має базуватися на таких критеріях, як стабільність постачань, можливість формування гнучких партій товару та терміни попередньої

співпраці на міжнародному рівні. У свою чергу, технічна підтримка або швидке сервісне обслуговування що є суттєвим фактором для завоювання лояльності клієнтів.

Висококонкурентний характер українського ринку змушує дедалі більше споживачів орієнтуватися не лише на ціну товару, але й на рівень обслуговування після придбання. Крім того, продукція має відповідати очікуванням цільової аудиторії. Це передбачає гармонійне поєднання технічних характеристик, дизайну, енергоефективності й репутації бренду. Важливо враховувати тенденції раціонального споживання, що стають усе більш поширеними в Центральній та Східній Європі. Недостатня популярність або низьке позиціонування бренду створюють додаткові ризики для виходу на нові ринки і формування оптимального товарного портфеля. Для успішної реалізації стратегічного підходу до зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» важливим є проведення детального техніко-економічного аналізу потенцій

На етапі перегляду імпортової політики важливим чинником є аналіз поточного стану українського ринку мийок високого тиску, зокрема рівня конкуренції серед провідних іноземних брендів. Відповідно до досліджень як з боку компанії та даних відкритих джерел, український ринок побутових і професійних мийок активно розвивається в умовах зростаючого попиту з боку як приватних споживачів, так і малого бізнесу. Основну частку ринку займають імпортовані моделі, що мають визнання в Європі та користуються стабільним попитом в Україні.

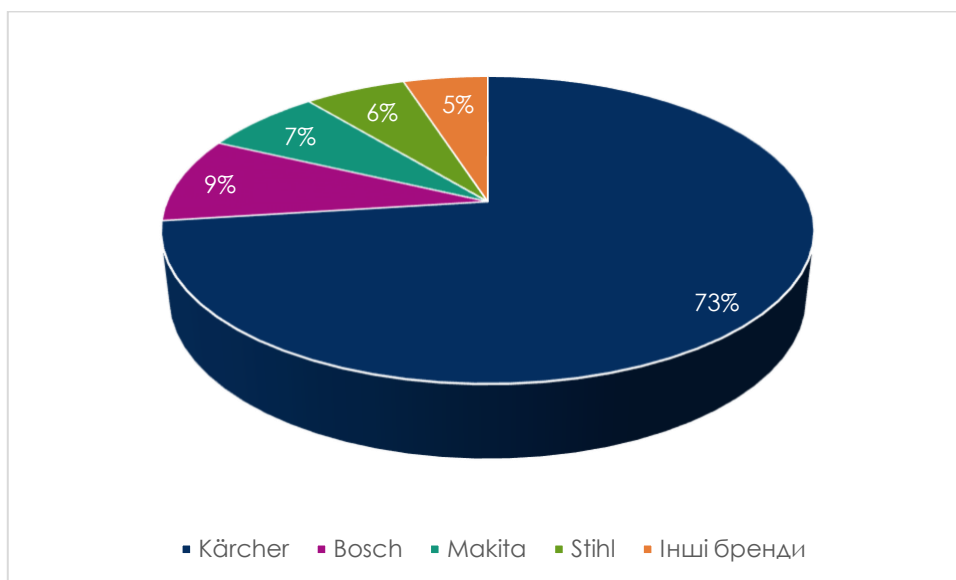


Рисунок 3.2 Оцінка часток ринку мийок високого тиску в Україні. Створено автором на основі [52, 55]

Оцінка структури ринку мийок високого тиску в Україні свідчить про домінування бренду Kärcher, який займає 73% загального обсягу продажів. Це зумовлено високою впізнаваністю, довірою споживачів та розвиненою мережею сервісного обслуговування. Інші ключові гравці — Bosch (9%), Makita (7%) та Stihl (6%) — займають помітно скромніші частки. Ще 5% ринку припадає на інші менш відомі бренди. [59]

Якщо говорити про бренди преміального сегмента, зокрема Husqvarna та Makita, зміцнюють позиції за рахунок високої якості та надійності. Водночас активно зростає частка Oleo-Mac, що пропонує техніку з європейським походженням за конкурентною ціною. [43]

Попри насиченість ринку, існує незадоволений попит у сегменті «ціна-якість», особливо на моделі для малого бізнесу та приватного користування, які поєднують надійність, базову функціональність та помірну вартість. У цьому контексті можливості для виходу нових брендів залишаються актуальними.

Успішне просування продукції в цьому сегменті потребує не лише конкурентної ціни, але й продуманого позиціонування, локальної підтримки, привабливого дизайну та оптимального сервісу. Саме тому подальше дослідження

моделей, потенційно придатних для імпорту, є логічним кроком на шляху стратегічного оновлення імпортного портфеля ТОВ ВКП «ЕСКО».

З урахуванням зазначених факторів, доцільним кроком стане порівняння конкретних моделей продукції, яка розглядається для подальшого імпорту до України. У цьому контексті увагу буде зосереджено на трьох конкурентних зразках мийок високого тиску, що походять із країн, які розглядаються як потенційні постачальники. Зокрема, буде проаналізовано моделі Oleo-Mac PW (виробництво Італія), Husqvarna PW 125 (Швеція) та STANLEY SXP (США), які відповідають європейським стандартам і мають достатній рівень попиту на ринках Центральної та Східної Європи.

Порівняння цих моделей дозволить зробити обґрунтований висновок щодо вибору оптимального варіанту продукції для імпорту, враховуючи технічні характеристики, ринкову привабливість та економічну доцільність поставок.

3.2 Обґрунтування заходів з удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» та аналіз їх ефективності.

При вивченні зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» визначено один із ключових напрямів її вдосконалення – оптимізацію імпортних операцій шляхом оновлення товарного портфеля, зокрема, шляхом імпорту нової групи товарів: мийки високого тиску. Такий підхід зумовлений як зміною структури споживчих запитів на українському ринку, так і необхідністю підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом розширення асортименту продукції.

Аналіз показав, що ТОВ ВКП «ЕСКО» вже має достатню логістичну інфраструктуру для організації імпортних поставок: зокрема, налагоджено партнерські відносини з польськими логістичними центрами. Однак наразі компанія не імпортує апарати високого тиску напряму, що створює залежність від третіх сторін і обмежує гнучкість у встановленні цін і політики щодо продукції.

Отже, є сенс розглянути можливість імпорту цієї категорії продукції безпосередньо від виробників чи офіційних дистриб'юторів за кордоном. В межах дослідження було виділено три ймовірні напрямки постачання — Китай, Італія та Польща. Подальший аналіз передбачає економічне зіставлення пропозицій з цих країн за низкою ключових критеріїв: ціна закупівлі, умови постачання, обсяг логістичних витрат, сертифікація товарів, гнучкість партнерів та репутація на ринку. На основі підсумків порівняння буде обґрунтовано вибір одного з постачальників, котрий є найприйнятнішим для імпорту мийок високого тиску в Україну. Розрахунки будуть включати орієнтовну вартість імпортової партії, витрати на транспортування, супутні платежі та прогнозований прибуток з урахуванням поточного рівня попиту на цю продукцію в Україні

Розпочнемо з порівняння мийок. Мийки цих трьох різних брендів мають різні характеристики. Husqvarna є досить добре відомим бренд на українському ринку, передусім завдяки широкому асортименту садово-паркової та лісогосподарської техніки, зокрема газонокосарок, тримерів, бензопил та аксесуарів. Багатогалузева присутність компанії впродовж тривалого періоду сприяла формуванню стабільного іміджу надійного виробника техніки. Це, своєю чергою, може позитивно впливати на сприйняття нових товарних категорій бренду, зокрема мийок високого тиску. Українські споживачі, ймовірно, асоціюють продукцію Husqvarna із якістю, довговічністю та професійним підходом, що може забезпечити успішне входження й утримання позицій у сегменті мийок для побутового та напівпрофесійного використання. З урахуванням сформованого реноме компанії, є підстави вважати, що бренд здатен конкурувати в середньо-високому ціновому сегменті, орієнтуючись як на приватних, так і на комерційних споживачів.

Oleo-Mac — італійський бренд, який на європейських ринках відомий своєю технікою для садово-паркових робіт та іншого обладнання. В Україні цей бренд знаходиться на початкових етапах формування своєї присутності, тому його впізнаваність серед широкої аудиторії поки обмежена. Проте, з огляду на

європейське походження та стандарти якості, продукція Oleo-Mac має потенціал для розширення на українському ринку. Варто відзначити, що впровадження нових товарних категорій, таких як мийки високого тиску, може отримати підтримку серед споживачів, які цінують європейську якість та довговічність. При цьому успішність цього процесу залежатиме від здатності бренду адаптуватися до місцевих умов та побудови ефективної системи просування. [41]

STANLEY відомий насамперед у сегменті ручного та електроінструменту. В Україні він вже має встановлену позицію завдяки офіційному дистриб'ютору та певній впізнаваності серед споживачів. Продукція STANLEY характеризується балансом між доступністю та якістю, що робить бренд привабливим для широкого кола користувачів. Розширення асортименту за рахунок мийок високого тиску є логічним кроком у стратегії розвитку, що може допомогти бренду закріпитися у новому сегменті. З огляду на вже сформовану репутацію, бренд має можливість швидко адаптуватися до потреб українського ринку та підтримувати конкурентоспроможність.

З метою обґрунтування перспективного напрямку удосконалення зовнішньоекономічної діяльності, у межах даного проєкту мною було проведено аналітичне порівняння трьох моделей мийок високого тиску, які можуть бути імпортовані до України для розширення товарного портфеля ТОВ ВКП «ЕСКО». Аналіз охоплює дві моделі, вже присутні на українському ринку — Oleo-Mac PW та Husqvarna PW 125, — а також модель STANLEY SXP, яка наразі не представлена в роздрібному продажі, проте розглядається як потенційна для імпорту, враховуючи репутацію бренду, який офіційно представляє компанія ТОВ ВКП «ЕСКО».

Таке порівняння дозволяє виявити сильні та слабкі сторони кожної з моделей за низкою ключових критеріїв: технічні параметри, вартість, енергоефективність, рівень брендової впізнаваності, потенціал продажів і відповідність очікуванням цільового споживача. Застосування структурованого підходу в аналізі дає змогу зробити висновки щодо доцільності імпорту тієї чи іншої моделі та оцінити

економічну ефективність такого рішення в контексті загальної імпортової стратегії підприємства.

Таблиця 3.2 – Порівняльна характеристика моделей мийок високого тиску для імпорту

Критерій	Oleo-Mac PW	Husqvarna PW 125	STANLEY SXP
Потужність двигуна, кВт	2,1	1,5	2
Робочий тиск, бар	150	125	160
Макс. витрата води, л/год	510	460	520
Вага, кг	10,7	7,1	11,2
Ціна в роздріб, грн	6 100	5 300	5 100
Гарантія, міс	12	12	24
Країна виробництва	Італія	КНР	КНР
Доступність сервісу в Україні	низька	середня	висока
Позиціонування на ринку	Напівпрофесійна	Побутова	Універсальна
Рівень брендової впізнаваності	Середній	помірний	хороший

Складено автором на основі відкритих джерел та технічного аналізу

Проведений аналіз техніко-економічних показників трьох моделей мийок високого тиску дозволяє зробити низку важливих висновків щодо їх конкурентних переваг та перспектив реалізації на українському ринку. Італійська модель Oleo-Mac PW демонструє найвищі технічні характеристики - потужність двигуна 2,1 кВт, робочий тиск 150 бар та витрату води 510 л/год, що робить її ідеальним рішенням для напівпрофесійного використання. Однак висока роздрібна ціна на рівні 6 100 грн та обмежена доступність сервісного обслуговування в Україні можуть

обмежити її масовий попит. Модель STANLEY SXP пропонує збалансоване поєднання технічних параметрів (2 кВт, 160 бар) та прийнятної ціни (5 500 грн), а також має найтривалішу гарантію серед аналізованих моделей - 24 місяці, що значно підвищує її привабливість для споживачів. Важливою перевагою цієї моделі є висока доступність сервісного обслуговування в Україні та хороший рівень впізнаваності бренду. Модель Husqvarna PW 125, орієнтована переважно на побутових споживачів, що підтверджується її технічними характеристиками (1,5 кВт, 125 бар) та найнижчою ціною в лінійці (5 300 грн). Легкість конструкції (7,1 кг) робить її зручною для домашнього використання, проте обмежена потужність звужує сферу застосування. Враховуючи проведений аналіз, для ТОВ ВКП «ЕСКО» на етапі характеристик найбільш перспективною виглядає модель STANLEY SXP, яка поєднує оптимальні технічні показники, конкурентну цінову політику, довгострокову гарантійну підтримку та розвинену сервісну мережу в Україні. Ця модель може стати базовою для формування асортиментної політики компанії, тоді як Oleo-Mac PW може бути запропонована для преміум-сегменту, а Husqvarna PW 125 - для масового ринку. [42, 43]

Перейдемо до логістичних маршрутів для мийок STANLEY у Польщі, так як вони найближчі. Для організації поставок ТОВ "ЕСКО" залучає логістичну компанію, яка здійснює перевезення палетованого вантажу автотранспортом TIR за маршрутом Київ-Глівіце-Київ. Замовлення обсягом 100 одиниць мийок формується у 8 стандартних європалет (по 14 одиниць на палеті), що відповідає повній завантаженості єврофури.

Приблизно на один палета поміщається: Близько 8 мийок в один шар.

У два шари поміститься: Приблизно $8 \text{ мийок} * 2 = 16 \text{ мийок}$ на палету.

Скільки піддонів потрібно: $100 \text{ мийок} / 16 \text{ мийок на палету} = 6.25 \text{ палет}$.

Заокруглюємо до цілого: Оскільки піддонів не може бути дробовим, потрібно 7 палет. [25]

Але ми також; врахуємо місце для фіксації: Можливо, на один піддон поміститься трохи менше, наприклад, 14 мийок у два шари. Тоді:

- 100 мийок / 14 мийок на палету = 7.14 палет.
- Заокруглюємо: 8 палет.

Приймання товару відбувається на складі продавця у місті Глівіце на умовах FCA (Free Carrier), що означає перехід усіх ризиків та витрат на ТОВ "ЕСКО" з моменту завантаження на транспорт. Після оформлення супровідних документів та митного очищення вантаж транспортується до центрального складу компанії у Києві для подальшого розподілу.

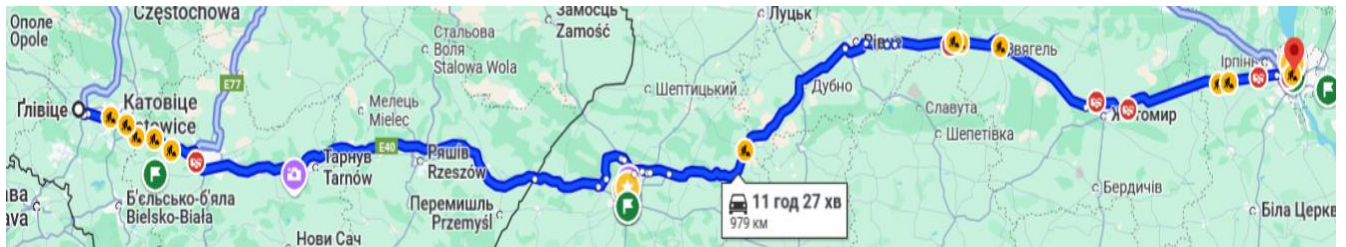


Рисунок 3.3 Зображення маршруту на мапі (створено автором на основі Google maps)

Для оцінки економічної ефективності обраної логістичної схеми нижче наведено детальні розрахунки основних витратних компонентів, включаючи вартість товару на умовах FCA, витрати на транспортування, митні платежі та податкові нарахування. Особливу увагу приділено розрахунку митної вартості, яка формується як сума вартості товару та витрат на транспортування до митного кордону України.

Розрахуємо вартість продукції за умовами FCA, якщо обсяг ЗЕО становить 100 одиниць (мийки високого тиску).

Таблиця 3.2 – Розрахунок вартості імпортої продукції з Польщі

Параметри	Розрахунок	Кінцевий результат
1. Вартість на умовах FCA (ціна товару)	$3\,400 \times 100$	340 000 грн
2. Витрати на транспортування, розвантаження, страхування до України	Фіксовано	20 000 грн
3. Митна вартість	$340\,000 + 20\,000$	360 000 грн
4. Митні збори (0,2%)	$0,2\% \times 360\,000$	720 грн
5. Мито (10%)	$10\% \times 360\,000$	36 000 грн
6. Акцизний збір	—	—
7. ПДВ (20% від п.3 + п.4 + п.5)	$20\% \times (360\,000 + 720 + 36\,000) = 20\% \times 396\,720$	79 344 грн
8. Загальна кінцева вартість партії (FCA + усі податки та витрати)	$340\,000 + 20\,000 + 720 + 36\,000 + 79\,344$	476 064 грн

Розраховано автором на основі аналізу та [52]

Згідно з умовами FCA, при обчисленні вартості одиниці продукції враховується базова ціна (FCA), а також витрати на транспортування, вантажно-розвантажувальні операції та страхування до моменту перетину митного кордону України. Таким чином, загальна вартість доставки 100 мийок високого тиску за вибраними умовами складе 476 064 грн, що дорівнює 10 166 євро за курсом 46,45 грн/євро. Ціна мийок бренду Stanley визначається відповідно до чинного контракту та узгодженого прайс-листа. Після підписання договору вартість зазвичай залишається стабільною протягом усього терміну його дії, який зазвичай триває один календарний рік. У разі значних змін у ціні сировини, транспортних послугах або валютному курсі можливе коригування цін шляхом переговорів між сторонами.

Проведений аналіз логістичного маршруту для поставок мийок STANLEY з Польщі є лише частиною комплексного дослідження. Окремо варто зазначити, що паралельно буде проведено аналогічні розрахунки для інших потенційних напрямів постачання. Зокрема, досліджуються варіанти імпорту з Китаю (з акцентом на тривалість доставки та контроль якості) та з Італії (з урахуванням вищих виробничих стандартів). Кожен з цих маршрутів має свої особливості формування логістичних витрат і термінів поставки, що потребує окремого детального аналізу.

Однак для формування збалансованої імпортової стратегії одного лише співробітництва з польськими партнерами недостатньо. З метою розширення товарного портфеля та диверсифікації джерел постачання ТОВ ВКП «ЕСКО» також розглядає можливість налагодження ділових зв'язків з іншими відомими виробниками, зокрема брендом Husqvarna. Компанія має глобальну структуру виробництва, і значна частина її продукції, у тому числі мийки високого тиску, виготовляється на сучасних виробничих потужностях у Китаї. Це дає змогу запропонувати продукцію з привабливим співвідношенням ціни та якості.

Тепер розглянемо бренд Husqvarna, продукція якого, зокрема модель Husqvarna PW 125 має потенціал на ринку України. Хоча бренд не є найпоширенішим у даному сегменті українського ринку, його присутність поступово зростає завдяки репутації надійного виробника садово-паркової техніки. Husqvarna здійснює виробництво в Китаї, що дозволяє компанії оптимізувати витрати та запропонувати продукцію з привабливим співвідношенням ціни та якості.

Оцінюючи логістичну доцільність імпорту мийок високого тиску Husqvarna PW 125 із Китаю, необхідно окреслити повний маршрут доставки та розрахувати вантажну потребу з урахуванням обсягів партії. У рамках зовнішньоекономічної операції передбачається використання умов поставки FOB (Free On Board), згідно з якими постачальник у Китаї (місто Веньчжоу) бере на себе всі витрати до моменту завантаження товару на судно в порту відправлення. Далі, починаючи з порту Веньчжоу, відповідальність за транспортування переходить до української сторони.

Доставка товару здійснюється морським шляхом до порту Гданськ (Польща), який є одним із найближчих великих європейських портів із налагодженими ланцюгами логістичного сполучення з Україною. У Гданську передбачено перевантаження товару з морського транспорту на автомобільні вантажні засоби. Наземне транспортування від Гданська до логістичного хабу ТОВ ВКП «ЕСКО» у Києві буде здійснюватися за участі тієї ж логістичної компанії, яка вже обслуговує

імпортні постачання продукції Stanley з Польщі, що забезпечує послідовність і спрощену координацію усіх етапів логістичного процесу.

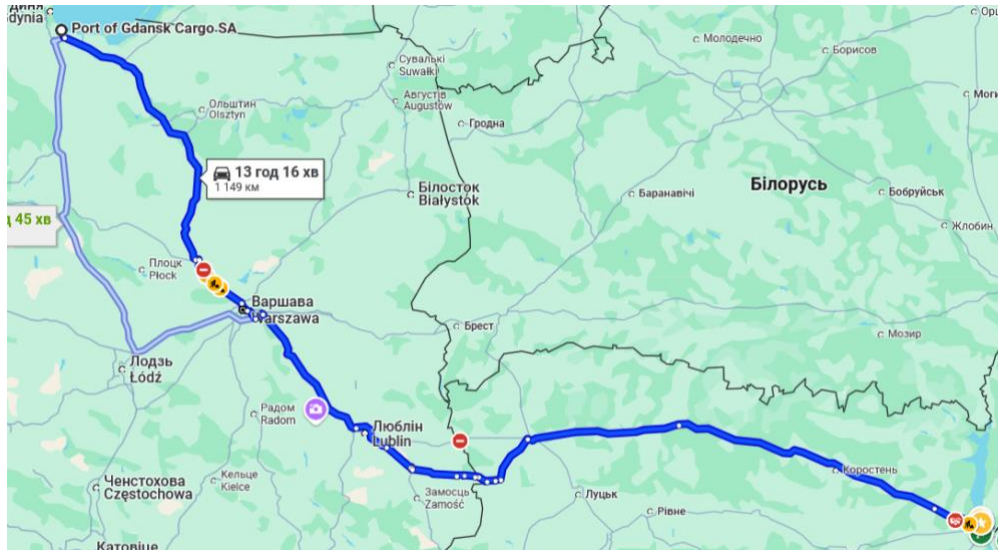


Рисунок 3.3 Зображення маршруту на мапі (створено автором на основі Google maps)

Особливістю поставки є транспортування в межах одного стандартного 40-футового морського контейнера. Враховуючи орієнтовні габарити однієї мийки високого тиску Husqvarna PW 125 (приблизно $0,45 \text{ м} \times 0,35 \text{ м} \times 0,90 \text{ м}$), об'єм однієї упаковки становить близько $0,14 \text{ м}^3$. Загальний об'єм партії з 100 одиниць продукції дорівнює приблизно 14 м^3 . З урахуванням того, що корисний об'єм одного контейнера становить близько $57\text{--}60 \text{ м}^3$ ($85\text{--}90\%$ від загального об'єму $67,7 \text{ м}^3$), можна констатувати, що вся партія з легкістю поміститься в одному контейнері.

Для детального обрахунку зауважу, що стандартний 40-футовий морський контейнер має внутрішній об'єм приблизно $67,7$ кубічних метрів (м^3). Корисний об'єм трохи менший — зазвичай $85\text{--}90\%$ від загального, тобто приблизно $57\text{--}60 \text{ м}^3$. Це враховує простір, який займають стінки, двері і нерациональне заповнення. Таким чином:

Габарити мийки Husqvarna PW 125 — 0,45 м × 0,35 м × 0,90 м, що дає об'єм приблизно:

$$0,45 \times 0,35 \times 0,90 = 0,14175 \approx 0,14 \text{ м}^3$$

Об'єм 100 мийок:

$$100 \times 0,14 = 14 \text{ м}^3$$

14 м³ — це значно менше за корисний об'єм одного 40-футового контейнера (57–60 м³), тому вся партія в 100 мийок без проблем поміститься в одному контейнері. [53]

Таблиця 3.3 – Розрахунок вартості імпортої продукції з Китаю

Параметр	Розрахунок	Результат за партію, грн
1. Вартість на умовах FOB (ціна закупівлі)	3 250 × 100	325 000
2. Морське транспортування (Китай – Польща)	Фіксовано	62 467
3. Митна вартість (FOB + морська доставка)	325 000 + 62 467	387 467
4. Митні збори (0,2%)	0,2% × 387 467	775
5. Мито (10%)	10% × 387 467	38 747
6. ПДВ (20% від п.3 + п.4 + п.5)	20% × (387 467 + 775 + 38 747)	85 798
7. Доставка Гданськ – Київ (фура)	Фіксовано	22 000
8. Розвантаження + оформлення транзитних документів	21 000 + 5 000	26 000
9. Загальна кінцева вартість партії (FOB + усі витрати)	325 000 + 62 467 + 775 + 38 747 + 85 798 + 22 000 + 26 000	560 787 грн

Створено автором на основі аналізу та [52]

В результаті проведеного аналізу вартості імпортої продукції за умовами FOB для партії з 100 одиниць мийок високого тиску марки Husqvarna, можна відзначити значну частку витрат, пов'язаних із логістикою та митним оформленням. Загальна кінцева ціна одиниці продукції формується не лише з базової вартості на умовах FOB, а й включає витрати на транспортування, страхування, митні збори, мито, а також ПДВ, що розраховується від суми митної вартості, мита та зборів. Важливим фактором у загальній структурі собівартості є

також організація розвантаження та внутрішня доставка на території України, а також оформлення необхідної документації для транзиту товару.

Особливу увагу варто звернути на те, що всі ці елементи взаємопов'язані і разом впливають на кінцеву ціну продукції, що постачається за умовами FOB. При цьому ефективне планування логістичних процесів і оптимізація супутніх витрат може суттєво вплинути на конкурентоспроможність товарів на внутрішньому ринку. [54]

Детальний аналіз імпорту мийок високого тиску Husqvarna на умовах FOB показує, що початкова вартість партії з 100 одиниць продукції становить 325 000 грн, яка є лише відправною точкою в процесі формування кінцевої ціни. До цієї суми додаються витрати на морське транспортування з китайського порту Венчжоу до порту Гданськ (Польща), які у 2024 році становили близько 1 500 доларів США, або орієнтовно 62 467 грн. Це формує митну вартість на рівні 387 467 грн.

Подальші витрати пов'язані з обов'язковими фіскальними платежами, а саме: митними зборами у розмірі 0,2% (775 грн), ввізним митом у 10% (38 747 грн) та податком на додану вартість — 20% від суми митної вартості, мита і зборів, що складає 85 798 грн. Ці платежі суттєво збільшують загальну собівартість товару ще до моменту його прибуття на територію України.

Окрім цього, до кінцевої вартості партії включаються витрати на доставку продукції з порту Гданськ до Києва фурою, а також вартість розвантаження та оформлення транзитних документів. Сукупно ці витрати становлять ще 26 000 грн. Враховуючи всі перелічені складові, загальна вартість поставки партії мийок Husqvarna сягає 538 012 грн.

І останній варіант для розгляду — мийка високого тиску італійського виробництва, яку пропонується постачати до України напряму з міста Реджо-Емілія. Це місто розташоване в одному з найбільш промислово розвинених регіонів

Італії — Емілія-Романья, де зосереджено багато підприємств, що спеціалізуються на виробництві техніки для побутового та професійного використання.

Для даного постачання передбачено використання умов FCA (Free Carrier) — Реджо-Емілія – Київ. Згідно з цією формою контракту, відповідальність за доставку вантажу до погодженого перевізника покладається на постачальника, тоді як подальші витрати, включаючи транспортування до митниці в Україні, бере на себе покупець — ТОВ ВКП «ЕСКО». Такий підхід дозволяє уникнути посередницьких схем та забезпечити повний контроль над логістичними витратами.

Перевагою такого варіанту є вже наявний досвід ТОВ ВКП «ЕСКО» у співпраці з італійськими виробниками, зокрема при імпорті садово-паркової техніки бренду Stiga. Завдяки цьому компанія має напрацьовані логістичні маршрути, перевірених перевізників та налагоджену комунікацію з митними брокерами.

Доставка з Італії до України здійснюється автомобільним транспортом. Стандартний маршрут охоплює перевезення з Реджо-Емілії через Словенію та Угорщину до українського кордону (Лужанка - Берегшурань), після чого продукція транспортується до складу в Києві. Орієнтовна тривалість логістичного циклу — 10 і більше днів, залежно від завантаженості митниць, погодних умов і транзитних формальностей у країнах ЄС.

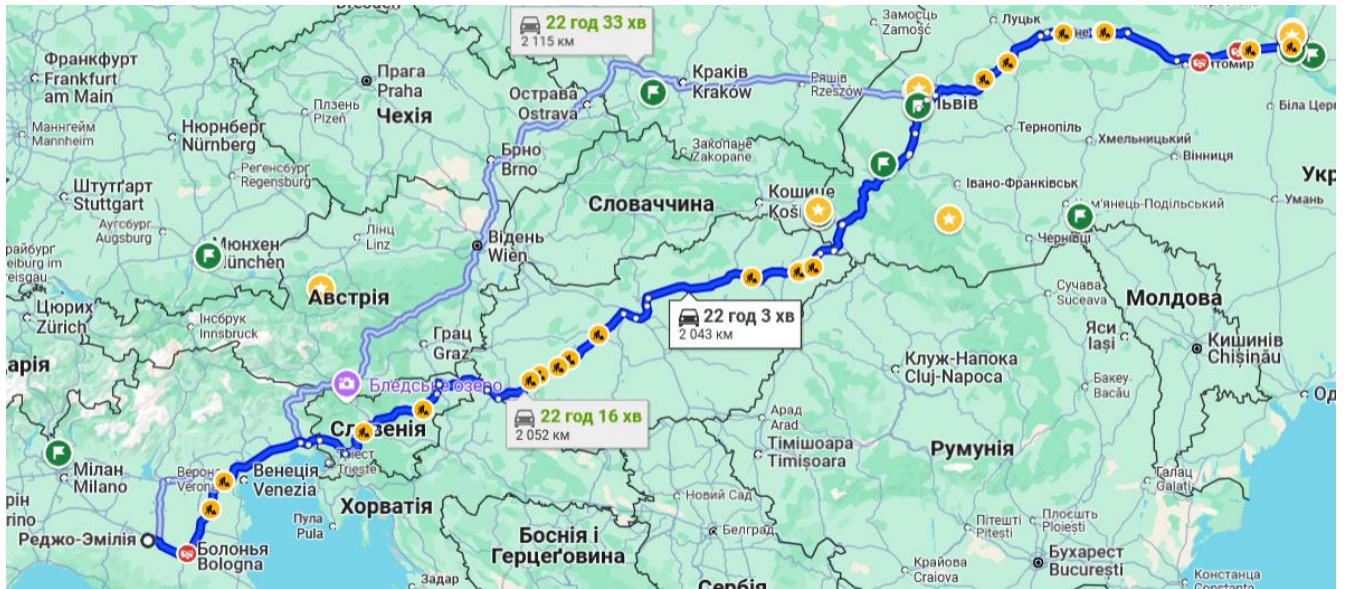


Рисунок 3.3 Зображення маршруту на мапі (створено автором на основі Google maps)

Особливістю транспортування є розміщення продукції на європіддонах (палетах). Такий підхід вже зарекомендував себе при поставках з Польщі та дозволяє забезпечити збереження товару, полегшити завантаження та розвантаження, а також оптимізувати використання транспортного простору.

Виходячи з середніх габаритів упаковки італійської мийки високого тиску та стандартних розмірів палети, вся партія зі 100 одиниць продукції може бути ефективно розміщена в одному вантажному транспортному засобі або контейнері.

Далі перейдемо до розрахунку вартості імпорту італійської мийки високого тиску за умовами FCA, із врахуванням вартості товару, витрат на транспортування, митного оформлення та оподаткування.

Таблиця 3.4 – Розрахунок вартості імпортої продукції з Італії

Параметр	Розрахунок	Кінцевий результат
1. Вартість на умовах FCA (ціна товару)	$3\,650 \times 100$	365 000 грн
2. Витрати на транспортування, страхування, розвантаження	Фіксовано	35 000 грн
3. Митна вартість (п.1 + п.2)	$365\,000 + 35\,000$	400 000 грн
4. Митні збори (0,2%)	$0,2\% \times 400\,000$	800 грн
5. Мито (10%)	$10\% \times 400\,000$	40 000 грн

Продовження таблиці 3.4

Параметр	Розрахунок	Кінцевий результат
6. Акцизний збір	—	—
7. ПДВ (20% від п.3 + п.4 + п.5)	$20\% \times (400\,000 + 800 + 40\,000) = 88\,160$	88 160 грн
8. Загальна кінцева вартість партії (FCA + усі витрати)	$365\,000 + 35\,000 + 800 + 40\,000 + 88\,160$	528 960 грн

Створено автором на основі аналізу та [52]

Проведений детальний розрахунок вартості імпорту 100 одиниць мийок високого тиску з Італії на умовах FCA підтверджує важливість комплексного підходу до оцінки ефективності імпортової діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО». Базова ціна продукції на умовах FCA, встановлена на рівні 3 650 грн за одиницю, формується до моменту передачі товару перевізнику в Реджо-Емілії, після чого компанія бере на себе всі витрати з доставки продукції в Україну.

Логістична складова, що включає транспортування з Італії до Києва (35 000 грн), істотно впливає на митну вартість партії, яка становить 400 000 грн. Додатково до вартості додаються митні збори (800 грн), ввізне мито (40 000 грн), а також податок на додану вартість (88 160 грн), що нараховується на суму митної вартості та обов'язкових платежів. Таким чином, сукупна сума митних і податкових зобов'язань перевищує 128 тис. грн, що значно впливає на фінальний рівень витрат.

З урахуванням усіх витрат — як зовнішньоекономічних, так і внутрішніх, — кінцева собівартість партії з 100 одиниць продукції становить 507 773 грн, або 5 077,73 грн за одиницю. Цей показник відображає не лише ціну придбання, а й витрати на забезпечення фізичного переміщення товару до складу підприємства, включаючи розмитнення, доставку по території України та оформлення документації.

Вибір умов FCA для даної країни є стратегічно обґрунтованим рішенням для ТОВ ВКП «ЕСКО», оскільки надає компанії прямий контроль над ключовими етапами ланцюга постачання, починаючи з моменту передачі вантажу перевізнику. Це дозволяє ефективно управляти витратами на міжнародне транспортування,

самостійно обирати оптимальних логістичних партнерів та контролювати процес митного оформлення в Україні. Наявний позитивний досвід співпраці з італійськими виробниками, зокрема при імпорті продукції Stiga, є значною конкурентною перевагою, оскільки вже напрацьовані логістичні маршрути, встановлені зв'язки з перевізниками та митними брокерами, що мінімізує ризики та потенційні затримки.

Оптимізація логістичних процесів, включаючи використання палетування для забезпечення збереження вантажу та ефективного використання транспортного простору, також сприяє контролю витрат. Розуміння всіх складових собівартості імпортованого товару є критично важливим для подальшого формування цінової політики ТОВ ВКП «ЕСКО» на внутрішньому ринку. Встановлення конкурентоспроможної роздрібної ціни, яка б забезпечувала бажаний рівень рентабельності, вимагає ретельного аналізу ринкової кон'юнктури та цін конкурентів, а також урахування всіх понесених витрат на імпорт.

Отже, у процесі дослідження альтернативних варіантів імпорту мийок високого тиску для розширення товарного асортименту ТОВ ВКП «ЕСКО», було здійснено порівняльний аналіз трьох напрямків поставок: Польща (Stanley), Китай (Husqvarna) та Італія (Oleo-Mac). Усі три варіанти мають свої переваги та обмеження, однак результати фінансових розрахунків чітко вказують на економічну доцільність вибору постачання продукції саме з Польщі.

Однією з ключових причин вибору саме цього варіанта є поєднання помірної закупівельної ціни, зручної логістики, стабільного обсягу постачань та позитивного досвіду попередньої співпраці з брендом Stanley&BlackDecker. Мийки Stanley, що пропонуються для імпорту, відповідають технічним стандартам ЄС, мають привабливу якість, впізнаваний бренд, і що не менш важливо — вигідну собівартість постачання.

Таблиця 3.5 – Порівняльна таблиця ефективності імпорту мийок високого тиску

Бренд	Собівартість, грн	Ціна продажу, грн	Прибуток з 1 од., грн	Загальний прибуток (100 од.), грн	Рентабельність, %
Stanley	4 760	5 900	1 140	114 000	19,32%
Husqvarna	5 607	6 600	993	99 300	15,05%
Oleo-Mac	5 289	6 200	911	91 100	14,66%

Розраховано автором на основі попередніх розрахунків

Зображені дані у таблиці це співвідношення прибутку з однієї одиниці до ціни продажу, виражене у відсотках:

$$\text{Рентабельність} = \left(\frac{\text{Прибуток за 1 од.}}{\text{Ціна продажу}} \right) \times 100\% \quad (3.1)$$

Для Stanley

- Собівартість: 4 760 грн
- Ціна продажу: 5 900 грн
- Прибуток з одиниці:

$$5\,900 - 4\,760 = 1\,140 \text{ грн}$$

- Загальний прибуток (100 шт):

$$1\,140 \times 100 = 114\,000 \text{ грн}$$

- Рентабельність:

$$\left(\frac{1\,140}{5\,900} \right) \times 100\% = 19,32\%$$

Для Husqvarna

- Собівартість: 5 607 грн
- Ціна продажу: 6 600 грн
- Прибуток з одиниці:

$$6\,600 - 5\,607 = 993 \text{ грн}$$

- Загальний прибуток (100 шт):

$$993 \times 100 = 99\,300 \text{ грн}$$

- Рентабельність:

$$\left(\frac{993}{6\ 600}\right) \times 100\% = 15,05\%$$

Для Oleo-Mac

- Собівартість: 5 289 грн
- Ціна продажу: 6 200 грн
- Прибуток з одиниці:

$$6200 - 5\ 289 = 911 \text{ грн}$$

- Загальний прибуток (100 шт):

$$911 \times 100 = 91\ 100 \text{ грн}$$

- Рентабельність:

$$\left(\frac{911}{6\ 200}\right) \times 100\% = 14,66\%$$

[63]

Таким чином, результати проведених розрахунків свідчать про фінансову ефективність імпорту мийок високого тиску бренду Stanley з Польщі. За умовами поставки FCA (Польща – Київ), повна собівартість однієї одиниці продукції становить 4 760 грн, що включає витрати на закупівлю, транспортування, навантажувально-розвантажувальні роботи, митне оформлення, податки та доставку до складу в Україні.

При цьому орієнтовна роздрібна ціна реалізації встановлена на рівні 5 900 грн, що забезпечує прибуток з одиниці у 1 140 грн. Відповідно, прибуток від реалізації партії обсягом у 100 одиниць продукції може сягати 114 000 грн. Рівень рентабельності реалізації при такій моделі становить приблизно 19,32%, що є значно вищим за середній показник чистої прибутковості компанії в цілому за 2024 рік (3,72%).

Таблиця 3.6 – Показники рентабельності імпорту мийок Stanley з Польщі (FCA).

Показник	Значення
Повна собівартість (FCA)	4 760 грн/од.
Роздрібна ціна продажу	5 900 грн/од.
Прибуток з одиниці	1 140 грн
Загальний прибуток з партії (100)	114 000 грн
Рентабельність на одиницю	19,32%

Створено автором на основі попередніх розрахунків

Враховуючи фінансові показники діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» у 2024 році, де загальний дохід компанії становив 779 303 000 грн, а чистий прибуток досяг 28 987 000 грн, що відповідає рентабельності чистого прибутку на рівні близько 3,72%, доцільність розширення імпортних операцій, зокрема за рахунок мийок високого тиску бренду Stanley, набуває особливої актуальності. Аналіз потенціалу даної товарної групи свідчить про можливість суттєвого впливу на фінансові результати підприємства. За результатами попередніх розрахунків, імпорт навіть однієї стандартної партії мийок Stanley обсягом 100 одиниць та їх подальша реалізація згідно з ринковими цінами здатні забезпечити додатковий прибуток у розмірі 114 000 грн. Оцінка частки цього додаткового прибутку у загальному чистому прибутку компанії за 2024 рік свідчить про його вагомість навіть при незначних обсягах поставок:

$$\frac{114\,000}{28\,987\,000} \times 100\% = 0,39\%$$

Таким чином, реалізація лише ста одиниць мийок Stanley здатна збільшити чистий прибуток ТОВ ВКП «ЕСКО» приблизно на 0,39%.

Щодо оцінки економічної ефективності імпорту. Проведемо розрахунок ефективності імпортової операції постачання мийок високого тиску бренду Stanley. Для визначення показника ефективності імпорту за одиницю продукції застосовується наступна формула:

$$E_{\text{ІМПІ}} = \frac{Ц_{\text{п}}}{Ц_{\text{с}}} \quad (3.2)$$

де:

- $E_{\text{ІМП1}}$ — показник ефективності імпорту за одиницю продукції,
- $Цп$ — ціна продажу одиниці на внутрішньому ринку (грн),
- $Цс$ — повна собівартість імпортованої одиниці продукції (грн).

Підставивши дані для мийки Stanley:

$$E_{\text{ІМП1}} = \frac{5\,900}{4\,760} = 1,239$$

Це означає, що на кожну вкладену гривню у закупівлю та імпорт мийки Stanley підприємство отримує приблизно 1,24 грн виручки. Різниця між цим показником та 1 ($1,2395 - 1 = 0,2395$) свідчить про прибуток: приблизно 0,24 грн прибутку на кожну гривню, витрачену на собівартість (або близько 24% прибутку від собівартості).

Аналогічно ефективність можна розрахувати за обсягом реалізації партії, наприклад, 100 одиниць:

$$E_{\text{ІМП2}} = \frac{Оп}{Вімп} \quad (3.3)$$

де:

- $E_{\text{ІМП2}}$ — показник ефективності імпорту за партію,
- $Оп$ — обсяг реалізації партії продукції у внутрішніх цінах (грн),
- $Вімп$ — загальні витрати на імпорт партії продукції (грн).

Для партії зі 100 одиниць Stanley: Обсяг реалізації партії ($Оп$) = $5900 \times 100 = 590000$ грн
Загальні витрати на імпорт партії ($Вімп$) = $4760 \times 100 = 476000$ грн

$$E_{\text{ІМП2}} = \frac{590\,000}{476\,000} = 1,239$$

Таким чином, показники $E_{\text{ІМП1}}$ та $E_{\text{ІМП2}}$ демонструють однакову ефективність імпорту мийок Stanley. Отриманий показник близько 1,24 свідчить про стабільну та позитивну ефективність імпорту даного товару, що підтверджує його економічну доцільність для ТОВ ВКП «ЕСКО». Прибуткові імпортні операції, такі як постачання мийок Stanley, можуть стати джерелом стабільного доходу для компанії. [38]

Здійснення імпорту супроводжується не лише можливостями розширення асортименту продукції та підвищенням конкурентоспроможності підприємства, але й низкою ризиків, які можуть вплинути на фінансові результати та стабільність роботи ТОВ ВКП «ЕСКО». У процесі імпорту мийок високого тиску з Республіки Польща важливо враховувати як зовнішні, так і внутрішні ризики, що можуть виникнути на різних етапах зовнішньоекономічної діяльності.

Серед основних зовнішніх ризиків особливої уваги потребують валютні коливання. Оскільки розрахунки за угодою виконуються в євро, зростання курсу цієї валюти щодо гривні може підвищити вартість імпортованої продукції, що знизить рентабельність. У періоди економічної нестабільності чи політичної напруги ризик валютних коливань набуває гострішого характеру.

Ще одним істотним чинником є ймовірність змін у митному й податковому законодавстві. Введення нових правил оформлення імпорту, збільшення митних платежів чи ускладнення митних процедур загрожує затримками поставок, зростанням витрат на розмитнення та збільшенням адміністративного навантаження на персонал.

Також при посиленні контролю на кордоні між Україною та Польщею логістичні ризики можуть посилитися. Сюди відносяться затримки перевезень, сезонні обмеження, форс-мажорні обставини, що включають негоду чи протестні акції в транзитних державах, які можуть порушити графік поставок.

Окрему небезпеку становить ненадійність постачальника. Якщо «StenleyBlack&Decker» зіткнеться з внутрішніми проблемами, дефіцитом ресурсів чи зміною стратегічних пріоритетів, це може порушити стабільність відвантажень. Такі ситуації погіршать виконання умов договору й негативно позначаться на діловій репутації українського дистриб'ютора серед партнерів і споживачів.

Не менш значущими є й внутрішні ризики, що пов'язані із внутрішнім функціонуванням підприємства. Серед них фінансові ризики займають ключову позицію. Потреба у попередній оплаті великої партії товару чи авансуванні

закупівлі може спричинити труднощі при обмежених обігових коштах. У таких умовах підприємство може бути змушене звертатися до кредитів, що підвищує фінансове навантаження та знижує загальну рентабельність проєкту.

Є також ризик помилок у митному оформленні товару. Недостатній досвід або неуважність персоналу можуть призвести до невірного заповнення митних документів, використання некоректних кодів продукції чи браку необхідних сертифікатів. Це призводить до штрафів, вилучення вантажу для з'ясування обставин та затягування строків реалізації. Важливим аспектом є недооцінка попиту на імпортований товар.

Якщо підприємство неправильно оцінить місткість ринку, його сезонність, конкуренцію чи платоспроможність клієнтів, існує ризик накопичення зайвих товарних залишків. Це знижує оборотність і призводить до додаткових витрат на зберігання або необхідності продажу зі знижкою, що впливає на прибутковість діяльності.

Не можна також недооцінювати кадрові ризики. Нестача досвіду чи кваліфікації у працівників може призвести до управлінських помилок, які вплинуть як на ефективність операцій, так і на репутацію підприємства в міжнародному середовищі.

Для впорядкування та порівняння ризиків доцільно здійснити їх оцінку з урахуванням ймовірності виникнення та ступеня впливу на роботу підприємства. У рамках цього дослідження підготовлено таблицю, в якій наведено основні ризики, пов'язані з імпортованими операціями, їхні характеристики та запропоновані заходи щодо їх мінімізації.

Таблиця 3.7 – Основні ризики імпортової операції ТОВ ВКП «ЕСКО»

Назва ризику	Потенційні наслідки	Імовірність	Вплив	Заходи зниження ризику
Валютний ризик	Зростання собівартості продукції	Висока	Високий	Хеджування, моніторинг курсу, використання валютних резервів
Затримки доставки	Порушення строків реалізації	Середня	Середній	Страховання вантажу, робота з перевіреними логістичними партнерами
Митні ускладнення	Штрафи, затримка продукції	Низька	Високий	Залучення митного брокера, перевірка документації
Недооцінка попиту	Надлишки продукції, уповільнення реалізації	Середня	Середній	Маркетингове дослідження, гнучка цінова політика
Ризики постачальника	Порушення графіка поставок	Низька	Високий	Укладання контракту з чіткими умовами, диверсифікація постачальників
Фінансові труднощі підприємства	Неможливість виконання зобов'язань	Низька	Середній	Планування фінансових потоків, забезпечення резервів

Створено автором на основі аналізу підприємства

Загалом, проведений аналіз свідчить про наявність ризиків, але більшість з яких можуть бути ефективно знижені за умови належного управління. Зокрема, підприємству доцільно впровадити комплексну систему ризик-менеджменту, яка передбачає регулярний моніторинг зовнішнього середовища, зокрема валютного ринку, законодавчих змін та логістичних умов, а також своєчасну оцінку внутрішніх ресурсів і можливостей.

Таким чином, реалізація проєкту імпорту мийок високого тиску з Польщі для ТОВ ВКП «ЕСКО» є економічно доцільною і може бути здійснена з прийнятним рівнем ризику за умови впровадження превентивних заходів та постійного контролю за ключовими параметрами зовнішньоекономічної діяльності.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі дипломної роботи було проведено комплексне дослідження перспективних напрямів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства ТОВ ВКП «ЕСКО». Визначено, що в умовах трансформації глобальних економічних зв'язків та зважаючи на значну орієнтацію компанії переважно на внутрішній ринок України, оптимізація структури імпорتنих операцій набуває ключового значення для забезпечення сталого розвитку, зниження залежності від локальних постачальників та розширення асортименту.

Незважаючи на позитивну динаміку фінансових результатів, частка зовнішньоекономічної діяльності залишається обмеженою, що створює певні стратегічні вразливості.

Одним із пріоритетних завдань, визначених ТОВ ВКП «ЕСКО», є перегляд імпоротної політики з метою залучення нових партнерів та джерел поставок, передусім у сегменті електроінструментів. На фоні зменшення попиту на окремі товарні групи, зокрема генератори, мийки високого тиску визначено як стабільний та зростаючий сегмент ринку з високим потенціалом. Попит на них зростає як серед приватних споживачів, так і в бізнес-середовищі завдяки багатофункціональності та економічній ефективності. Аналіз ринку мийок високого тиску в Україні показав домінування імпортованих моделей та наявність незадоволеного попиту у сегменті «ціна-якість», що відкриває можливості для виходу нових брендів.

В рамках дослідження було розглянуто три потенційні країни-постачальники – Китай, Італія та Польща, вибір яких обґрунтовано на основі аналізу вартості продукції, якості, логістики, термінів постачання та митного оформлення. Проведено порівняльний аналіз конкретних моделей мийок високого тиску, що розглядаються для імпорту: Oleo-Mac PW (Італія), Husqvarna PW 125 (Китай) та STANLEY SXP (Китай/Польща). Зіставлення їх технічних характеристик, ціни, гарантійних умов, доступності сервісу та рівня брендової впізнаваності дозволило оцінити їх конкурентні переваги. За результатами аналізу, модель STANLEY SXP

виглядає найбільш перспективною для формування базового асортименту завдяки збалансованим параметрам, конкурентній ціні, тривалій гарантії та розвиненій сервісній мережі. Моделі Oleo-Mac PW та Husqvarna PW 125 також мають потенціал для охоплення преміум- та масового сегментів відповідно.

Ключовим етапом дослідження стало економічне обґрунтування імпорту обраних моделей. Проведено детальні розрахунки вартості імпорту 100 одиниць мийок для кожного з напрямків постачання (Польща для Stanley, Китай для Husqvarna, Італія для Oleo-Mac) з урахуванням умов поставок (FCA, FOB), логістичних витрат, митних платежів та податків. Порівняльний аналіз ефективності імпорту показав, що постачання з Польщі (Stanley) є найбільш економічно доцільним, забезпечуючи найвищий рівень рентабельності реалізації.

Розрахунки фінансового впливу показали, що імпорт та реалізація навіть однієї партії мийок Stanley обсягом 100 одиниць може забезпечити додатковий чистий прибуток у розмірі 114 000 грн, що становить близько 0,39% від загального чистого прибутку компанії у 2024 році. На основі проведеного аналізу економічної ефективності імпортих операцій, показник $E_{\text{ІМП}}$ для мийок високого тиску бренду Stanley складає близько 1,24. Цей коефіцієнт є ключовим індикатором рентабельності імпорту на одиницю продукції, відображаючи співвідношення між виручкою від реалізації та повною собівартістю імпорту. Значення $E_{\text{ІМП}}$ більше одиниці прямо свідчить про прибутковість операції: у даному випадку, кожна гривня, інвестована у собівартість імпорту мийки Stanley, генерує приблизно 1,24 гривні доходу від її продажу на внутрішньому ринку. Такий високий показник ефективності наочно демонструє фінансову доцільність та привабливість включення мийок високого тиску бренду Stanley до асортименту ТОВ ВКП «ЕСКО».

Загалом, результати дослідження підтверджують, що оптимізація імпортих операцій ТОВ ВКП «ЕСКО» шляхом включення до асортименту мийок високого тиску є обґрунтованим та економічно привабливим напрямом удосконалення

зовнішньоекономічної діяльності. Реалізація запропонованих заходів дозволить підприємству розширити товарний портфель, підвищити конкурентоспроможність на внутрішньому ринку та суттєво збільшити показники прибутковості. Вибір Польщі як основного напрямку імпорту мийок Stanley забезпечує оптимальне співвідношення ціни, логістики та потенційної рентабельності, створюючи міцну основу для подальшого розвитку зовнішньоекономічних зв'язків компанії.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання дипломної роботи на тему «Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО»» було досягнуто поставлену мету — визначено шляхи підвищення ефективності ЗЕД підприємства шляхом аналізу його поточної діяльності, виявлення проблемних аспектів та розробки пропозицій щодо оптимізації імпортних процесів і логістичних витрат. Дослідження підтвердило, що зовнішньоекономічна діяльність є важливим елементом діяльності сучасного підприємства, який значною мірою впливає на його конкурентоспроможність, фінансову стабільність і стратегічний розвиток в умовах глобалізованої економіки.

У теоретичній частині дипломної роботи було розглянуто сутність зовнішньоекономічної діяльності, її основні форми, функції та значення для підприємств в умовах відкритої економіки. Особливу увагу приділено специфіці ЗЕД у галузі електроінструментів, яка характеризується високим рівнем конкуренції, залежністю від імпорту, технологічною насиченістю та частими змінами ринкових трендів. Було також досліджено методологічні засади аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності, зокрема оцінювання економічних, фінансових, логістичних та організаційних параметрів, що дозволяють комплексно оцінити стан та перспективи розвитку ЗЕД на підприємстві.

В аналітичному розділі проведено характеристику ТОВ ВКП «ЕСКО», визначено напрямки його зовнішньоекономічної активності, ринки збуту, структуру постачань, а також проаналізовано фінансові показники за останні роки. Компанія є активним учасником імпортних операцій, основними постачальниками для якої виступають країни Європи та Азії. Було встановлено, що частка імпортованої продукції в структурі реалізації є високою, а собівартість значною мірою залежить від логістичних витрат і умов контрактів із постачальниками.

У ході дослідження виявлено основні проблеми ЗЕД підприємства: обмеженість вибору постачальників, неефективна логістика, валютні ризики та відсутність системного підходу до оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

З метою підвищення ефективності ЗЕД у практичному розділі роботи було запропоновано здійснити порівняльний аналіз імпорту продукції з трьох країн — Польщі, Китаю та Італії. Для кожного варіанту були розраховані логістичні витрати, строк постачання, вартість одиниці товару, а також очікувані економічні переваги. На основі розрахунків зроблено висновок про доцільність переорієнтації частини постачань у бік постачальника з Італії, що дозволить оптимізувати структуру імпорту, скоротити витрати та забезпечити стабільне оновлення асортименту. Також запропоновано заходи з удосконалення логістичних процесів, зокрема оптимізація маршруту доставки, використання логістичних хабів та налагодження більш гнучких контрактних умов із партнерами.

Практична значущість дипломної роботи полягає в тому, що запропоновані заходи можуть бути реалізовані на підприємстві з мінімальними організаційними затратами, не потребують значних інвестицій і вже в короткостроковій перспективі можуть забезпечити економічний ефект у вигляді зниження витрат на постачання, підвищення рівня обслуговування клієнтів і зростання частки на ринку електроінструментів.

Таким чином, результати дипломного дослідження мають як теоретичне, так і прикладне значення. Теоретичні положення роботи можуть бути використані в подальших наукових розробках з проблематики ЗЕД, а практичні рекомендації — впроваджені в діяльність ТОВ ВКП «ЕСКО» для забезпечення стійкого розвитку та зміцнення його позицій на зовнішньому ринку. Робота підтвердила необхідність системного підходу до управління зовнішньоекономічною діяльністю, орієнтованого на стратегічні цілі підприємства, гнучке реагування на зміни зовнішнього середовища та постійне вдосконалення механізмів міжнародної взаємодії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Луцький національний технічний університет. Сутність Зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Кафедра товарознавства та експертизи в митній справі. URL: <https://e-tk.lntu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=6182> (дата звернення: 12.03.2025).
2. Дунська А.Р., Жалдак Г.П., Бондар В.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/aa459821-5825-40ee-8926-152d76d757ad/content> (дата звернення: 25.03.2025).
3. Сутність, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вінниця: ВНАУ, 2023. URL: https://www.vsau.org/old/files/kaf_v/marketing/z_d/2.1.%20Zovnishnoekonomichna%20diyalnist.pdf (дата звернення: 07.05.2025).
4. Будякова О., Задорожний В. Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Будякова О., Задорожний В. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* Київ: КНУТД, 2020. С. 44-45. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/16856/1/PIONBUG_2020_P044-045.pdf (дата звернення: 19.04.2025).
5. Фурсін О.О. Поняття, види та суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності. Запоріжжя: ЗНУ, 2023. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=367368> (дата звернення: 03.03.2025).
6. Сутність, види та принципи зовнішньоекономічної діяльності. Вінниця: ВНАУ, 2023. URL: https://www.vsau.org/old/files/kaf_v/marketing/z_d/2.1.%20Zovnishnoekonomichna%20diyalnist.pdf (дата звернення: 14.05.2025).

7. Козак Ю. Сутність, види та принципи ЗЕД. Одеса: ОНЕУ, 2023. URL: <https://ir.oneu.edu.ua/bitstream/123456789/4146/1/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%202.pdf> (дата звернення: 28.02.2025).
8. Музиченко С. Сутність та поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Біла Церква: БНАУ, 2023. URL: <https://dspace.btsau.edu.ua/bitstream/873456789/1344/1/%D0%93%D0%BB.%201%20%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%96%D1%8F.pdf> (дата звернення: 10.04.2025).
9. Кузнецова К., Чорній В., Ченуша О. Міжнародна торгівля: навчальний посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstreams/0f2e3db5-a1a3-4e22-a8df-c9847daccdf0/download> (дата звернення: 15.03.2025).
10. Аналіз ринку електроінструменту в Україні. 2021 рік. *Pro-Consulting*: Вебсайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elektroinstrumenta-v-ukraine-2021-god> (дата звернення: 01.04.2025).
11. Аналіз ринку електроінструментів в Туреччині 2023 рік. *Pro-Consulting*: Вебсайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elektroinstrumentov-v-turcii-2023-god> (дата звернення: 17.05.2025).
12. Регулювання міжнародної торгівлі: види та інструменти. Львів: УАД, 2023. URL: <https://nbuv.gov.ua/node/5617> (дата звернення: 22.03.2025).
13. Курцев О., Кощєєва Д. Регулювання міжнародної торгівлі: види та інструменти. *Вісник СНУ ім. В. Даля*. 2023. № 1. С. 31-33. URL: <https://journals.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/article/download/618/590> (дата звернення: 09.02.2025).
14. Курцев О., Кощєєва Д. Регулювання міжнародної торгівлі: види та інструменти. *Вісник СНУ ім. В. Даля*. 2023. № 1. С. 33-35. URL: <https://journals.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/article/view/618> (дата звернення: 30.04.2025).

15. World Power Tools Market Outlook (2022-2032). *Future Market Insights*: Вебсайт. URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/power-tools-market> (дата звернення: 05.03.2025).
16. Alaoui F. The Power Tool Industry: Driving Innovation for a Sustainable Future. *LinkedIn*: Вебсайт. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/power-tool-industry-driving-innovation-sustainable-future-fatih-alaoui> (дата звернення: 11.05.2025).
17. Distribution Channels of International Business. *ResearchGate*: Вебсайт. URL: https://www.researchgate.net/publication/322961559_Distribution_Channels_of_International_Business (дата звернення: 20.02.2025).
18. The Importance of After Sales Service in the Industrial Market. *Industrial Marketing Management*. 1986. № 15. С. 199-205. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0019850186900259> (дата звернення: 14.04.2025).
19. Counterfeit Tools: A Dangerous Problem. *Tools of the Trade*: Вебсайт. URL: https://www.toolsofthetrade.net/product-reviews/test-reviews/counterfeit-tools-a-dangerous-problem_o (дата звернення: 08.03.2025).
20. Горбаль Н.І., Шляйфель Б.М. Менеджмент. Львів: ЛНУ, 2023. С. 33-43. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/sep/31252/menedzhment-33-43.pdf> (дата звернення: 27.04.2025).
21. Кубів С.І., Федюк В.В. Журнал торгівлі. Проблеми підприємництва і торгівлі. 2023. № 1. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/703> (дата звернення: 16.02.2025).
22. Швагер О.Р. Тези доповідей / Швагер О.Р. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Житомир, 2017. С. 89. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/09/89.pdf> (дата звернення: 03.05.2025).

- 23.Хромушина Л.А. Методика та методологія дослідження зовнішньоекономічної діяльності. Суми: СНАУ, 2023. URL: <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/1962/3/...> (дата звернення: 12.04.2025).
- 24.Що таке ESG-принципи і чому компаніям важливо їх дотримуватися. *Fintech Insider*: Вебсайт. URL: <https://fintechinsider.com.ua/shho-take-esg-pryncyuru-i-chomu-kompaniyam-vazhlyvo-yih-dotrymuvatysya/> (дата звернення: 21.03.2025).
- 25.Бурачек І.В., Біленчук О.О. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 14. С. 60. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/60.pdf> (дата звернення: 05.02.2025).
- 26.Зовнішня торгівля України товарами: підсумки 2024 року. *NISS*: Вебсайт. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/zovnishnya-torhivlya-ukrayiny-tovaramy-pidsumky-2024-roku> (дата звернення: 10.05.2025).
- 27.Дунська А.Р., Пінчук О.В. Конференція з управління / Дунська А.Р., Пінчук О.В. Управління в сучасних умовах: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 2023. URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/303617> (дата звернення: 18.03.2025).
- 28.Бутинець Ф.Ф. Зовнішньоекономічна діяльність: лекційний матеріал. Тернопіль: НККЕП, 2020. URL: <http://nkkep.com/wp-content/uploads/2020/04/ZED-OO-31-lektsiya-03.04.pdf> (дата звернення: 29.04.2025).
- 29.Лаврик О.Л., Котляр К.О. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Економічний аналіз. 2018. Том 28. № 4. С. 200-205.

30. Економічні дослідження. Хмельницький: ХНУ, 2023. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b6929c27-543f-429c-9730-c4c366c445cd/content> (дата звернення: 07.04.2025).
31. Новий стандарт оренди: порівняння IFRS і GAAP US. Kreston Ukraine: Вебсайт. URL: <https://kreston.ua/novuuy-standart-orendy-porivniannia-ifrs-i-gaap-us/> (дата звернення: 13.02.2025).
32. Економіка і організація виробничої діяльності. Вінниця: ВНТУ, 2023. URL: https://web.posibnyku.vntu.edu.ua/fmib/17nebava_ekonomika_organizaciya_vir_obnichoyi_diyalnosti/163.htm (дата звернення: 16.05.2025).
33. Гулакова В.Л., Козак Ю.Г. Економіка і організація виробничої діяльності: навчальний посібник. Житомир: ЖТУ, 2018. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/255.pdf> (дата звернення: 24.03.2025).
34. Федотова Ю.В. Журнал Інтелект XXI. *Інтелект XXI*. 2021. № 4. С. 9. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2021/2021_4/9.pdf (дата звернення: 02.03.2025).
35. Індекс Герфіндаля-Гіршмана: Мікроекономіка. *EPI*: Вебсайт. URL: <https://epi.cc.ua/indeks-herfindalya-hirshmana-mikroekonomika.html> (дата звернення: 19.02.2025).
36. Шереметинська О.В. Економічні та соціальні аспекти. Бізнес, економіка, сталий розвиток, лідерство та інновації. 2017. № 24. С. 21. URL: http://bses.in.ua/journals/2017/24_2017/21.pdf (дата звернення: 11.04.2025).
37. Вакульчик О.М., Дубицький Д.П. Науковий вісник Ужгородського університету. Науковий вісник Ужгородського університету. 2012. № 2. С. 12. URL: http://www.scientificview.umsf.in.ua/archive/2012/2_48_2012/12.pdf (дата звернення: 06.05.2025).
38. Гулакова В.Л., Козак Ю.Г. Економіка і організація виробничої діяльності: навчальний посібник. Житомир: ЖТУ, 2018. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/255.pdf> (дата звернення: 23.02.2025).

39. DEWALT PowerStack. *DEWALT*: Вебсайт. URL: <https://www.dewalt.com/powerstack> (дата звернення: 15.04.2025).
40. Дані про контрагента. YouControl: Вебсайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=7200639&tb=file> (дата звернення: 09.05.2025).
41. ТОВ ВКП «ЕСКО» – профіль компанії. *OpenDataBot*: Вебсайт. URL: <https://opendatabot.ua/c/22579667> (дата звернення: 03.04.2025).
42. Husqvarna – офіційний сайт. *Husqvarna Ukraine*: Вебсайт. URL: <https://www.husqvarna.com/ua/> (дата звернення: 28.03.2025).
43. Oleo-Mac – офіційний сайт. *Oleo-Mac Ukraine*: Вебсайт. URL: <https://oleo-mac.ua/> (дата звернення: 17.02.2025).
44. ТОВ ВКП «ЕСКО». *Офіційний сайт компанії. ESCO*: Вебсайт. URL: <https://www.esco.ua/uk/> (дата звернення: 12.05.2025).
45. Компанія IMPERIA – про нас. *IMPERIA Moldova*: Вебсайт. URL: <https://imperia.md/ro/about.html> (дата звернення: 21.04.2025).
46. Компанія SC "TEOCOM LUX" SRL – профіль. *Data2B Moldova*: Вебсайт. URL: <https://www.data2b.md/en/companies/1003600155799/sc-teocom-lux-srl> (дата звернення: 05.03.2025).
47. System: Правила Інкотермс – таблиця-підказка. *Balance.ua*: Вебсайт. URL: <https://balance.ua/news/post/pravila-inkoterms-tablica-podskazka> (дата звернення: 14.03.2025).
48. Статистика міжнародної торгівлі. *TradeMap*: Вебсайт. URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx> (дата звернення: 08.05.2025).
49. Stanley Black & Decker: фінансова звітність за 4 квартал і 2024 рік. *Stanley Black & Decker*: Вебсайт. URL: <https://www.stanleyblackanddecker.com/stanley-black-decker-reports-4q-full-year-2024-results> (дата звернення: 27.02.2025).

50. Stanley Black & Decker – офіційний сайт. *Stanley Black & Decker*: Вебсайт. URL: <https://www.stanleyblackanddecker.com/> (дата звернення: 16.04.2025).
51. Інтерактивна карта світу. *MapChart*: Вебсайт. URL: <https://www.mapchart.net/world.html> (дата звернення: 10.03.2025).
52. Власні дані компанії «ЕСКО». (Непубліковані дані).
53. Maersk – глобальний контейнерний перевізник. *Maersk*: Вебсайт. URL: <https://www.maersk.com/> (дата звернення: 05.04.2025).
54. Умови Інкотермс: пояснення. *DiFreight*: Вебсайт. URL: <https://diffreight.com/blog/incoterms-conditions> (дата звернення: 22.02.2025).
55. Kärcher – офіційний сайт в Україні. *Kärcher Ukraine*: Вебсайт. URL: <https://www.kaercher.com/ua-uk/> (дата звернення: 13.05.2025).
56. ТОВ ВКП «ЕСКО» – дані з ЄДР. *Clarity Project*: Вебсайт. URL: <https://clarity-project.info/edr/22579667> (дата звернення: 19.03.2025).
57. Каталог SEQUOIA 2024. *SEQUOIA Ukraine*: Вебсайт. URL: https://sequoia.ua/wp-content/uploads/2024/03/catalog_sequoia_2024.pdf (дата звернення: 01.03.2025).
58. ENERSOL – офіційний сайт. *ENERSOL Ukraine*: Вебсайт. URL: <https://enersol.ua/> (дата звернення: 11.02.2025).
59. Топ-5 мийок високого тиску: рейтинг і рекомендації. *MOYO*: Вебсайт. URL: https://www.moyo.ua/ua/news/top_5_moek_vysokogo_davleniya_reyting_i_rekomendatsii.html (дата звернення: 17.04.2025).
60. HuanYang – інформація про компанію. *HuanYang China*: Вебсайт. URL: <http://www.chinahuanayang.com/about.asp> (дата звернення: 06.03.2025).
61. Stanley Black & Decker: Global Impact Challenge – FAQ. *Stanley Black & Decker*: Вебсайт. URL: https://www.stanleyblackanddecker.com/sites/default/files/2022-10/sbd_global_impact_challenge_faq_101322.pdf (дата звернення: 14.02.2025).

62. Розміри піддонів: стандарти та відмінності. *Cargoson*: Вебсайт. URL: <https://www.cargoson.com/uk/blog/rozmiry-piddoniv> (дата звернення: 09.04.2025).
63. Що таке рентабельність бізнесу і як її розрахувати. *UNEX Bank*: Вебсайт. URL: <https://unexbank.ua/blog/sho-take-rentabelnist-biznesu-i-yak-yiyi-rozrahuvati> (дата звернення: 03.05.2025).
64. MITOOL – офіційний сайт. *MITOOL Ukraine*: Вебсайт. URL: <https://mitool.com.ua/> (дата звернення: 20.03.2025).
65. Bosch Professional – офіційний сайт. *Bosch Professional Ukraine*: Вебсайт. URL: <https://www.bosch-professional.com/ua/uk/> (дата звернення: 12.02.2025).
66. Makita Ukraine – офіційний сайт. *Makita Ukraine*: Вебсайт. URL: <https://makita.com.ua/> (дата звернення: 16.05.2025).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

ІНВОЙС КОМПАНІЇ (ПРИКЛАД)

PCE "ESCO" Ltd.

Staronavodnytska St., apt. 55,
Ukraine, Kyiv city


INVOICE

INVOICE No	TRY/011	SENDER/PRODUCER: "PCE "ESCO" Ltd. Staronavodnytska St., apt. 55 Kyiv, UKRAINE 01015				
DATE OF INVOICE	20.12.2025					
CONTRACT No	TR 07/05					
DATE OF CONTRACT	09.12.2024					
CARGO PACKED IN ctns 50		CONSIGNEE/BUYER: S.C. 'Teocom-Lux' S.R.L street G. Asachi 66/1, apt. 67 Republica Moldova, m. Chisinau MD-2038				
TERMS OF DELIVERY	FCA-Kyiv					
OTHER REFERENCES						
COUNTRY OF ORIGIN IS China		CNT R No CLHU8108157				
No	DESCRIPTION OF GOODS	GWT kg/кг	NWT kg/кг	QTY pcs/ шт	Price \$ Цена \$	AMOUNT \$ Всего \$
1	Акумуляторна пила С/м	4	3,5	50	92	5 734,28
TOTAL/Загальна кількість		4	3,5			5 734,28

INVOICE					
Invoice number	24752	Shipment			
date :20.12.245					
Date	20.12.25	Delivery terms	:	2 days	Model
number :0-1		Payment conditions : letter of credit File/ref			
number		Currency		USD	
Supplier invoice nr. :					
PRODUCT/ARTICLE		QUANTITY/kg		PRICE	
PU TOTAL PRICE					usd
usd					usd
Chain saw battery SEQUOIA (SBC2012BC-EV)				50/4	5 734,28
Transport expenses					
TOTAL ORDER AMOUNT					
USD					5 734,28
CONSIGNEE:	MD325				
BANK:	Otp Bank, RZOOAN2L484				
	DQ89 4704 0074 0582 0150 00				

Джерело: Надано підприємством

АВТОТРАНСПОРТНА НАКЛАДНА ДЛЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

<p>1. Відправник (найменування, адреса, країна) ТОВ ВКП "ЕСКО" 01015, Україна, місто Київ, вулиця Старонаводницька, буд. 55 Телефон: +38 (044) 230-80-16</p>	<p>Міжнародна товарно-транспортна накладна International consignment note</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Це перевезення, не дивлячись ні на які інші договори виконується згідно з умовами Конвенції про договір міжнародного дорожнього перевезення вантажів (КДПВ)</p> <p>This carriage is subject notwithstanding any clause to the contrary, to the Convention on the Contract for the international Carriage of goods by road (CMR)</p>
<p>2. Одержувач (найменування, адреса, країна) S.C. 'Teocom-Lux' S.R.L. MD-2038, Republica Moldova, m. Chisinau, street G. Asachi 66/1, apt. 67</p>	<p>16. Перевізник (найменування, адреса, країна) ТОВ ВКП "ЕСКО" 01015, Україна, місто Київ, вулиця Старонаводницька, буд. 55 Телефон: +38 (044) 230-80-16</p>

Продовження таблиці

3. Місце розвантаження вантажу S.C. 'Teocom-Lux' S.R.L. MD-2038, Republica Moldova, m. Chisinau, street G. Asachi 66/1, apt. 67			17. Наступний перевізник (найменування, адреса, країна)			
4. Місце і дата завантаження ТОВ ВКП "ЕСКО" 01015, Україна, місто Київ, вулиця Сирецька, буд. 33Щ Телефон: +38 (044) 230-80-16			18. Зауваження та застереження перевізника			
5. Документи, які додаються						
6. Знаки та номери	7. Кількість	8. Вид пакування	9. Назва вантажу	10. Статист.№	11. Вага бруто, кг	12. Об'єм, см ³
КА 5489 ОР	50	Палета	«Пила акумуляторна»		4	
Клас	Цифра	Літера	(SCA*)			
13. Вказівки відправника			19. Особливі узгоджені умови			
			20. Підлягає до сплати	Відправник	Валюта	Отримувач
			Ставка		Долар	5 734,28
			Знижка			
14. Умови оплати Документарне інкасо			Різниця			
			Додатки. збори			
			Інше			
			Разом до сплати			5 734,28
21. Складена	Дата	2025	15. Сплата, яка підлягає поверненню -			
	20.12					
22.		23.		24. Вантаж одержано		
Підпис та штамп відправника		Підпис та штамп перевізника		Підпис та штамп одержувача		

Джерело: Надано підприємством

ДОДАТОК Б
КОНТРАКТ №20/12

міжнародної купівлі-продажу товарів

м. Київ

20 грудня 2025 р.

ТОВ ВКП "ЕСКО" (м. Київ, Україна), надалі іменоване «Продавець», в особі Директора Нігматулліна Марата Нуровича, який діє на підставі Статуту, з одного боку, та S.C. TEOCOM-LUX S.R.L. (Кишинів, Молдова), надалі іменоване «Покупець», в особі Директора Віктор Сірбу, який діє на підставі Статуту, з другого боку, уклали цей договір про наступне:

Розділ 1. Предмет контракту

- 1.1 Продавець зобов'язується виготовити і поставити на умовах FCA (Інкотермс-2020) 50 одиниць акумуляторних пил моделі «**Sequoia**» у відповідності з специфікацією до даного договору, що в подальшому іменується «Вироби».
- 1.2 Оплата за поставлені «Вироби» проводиться в доларах авансовим платежем і перераховується на рахунок Продавця.
- 1.3 «Вироби», що поставляються повинні бути виготовлені у повній відповідності з технічними характеристиками та вимогами ДСТУ 28927:2015 «Інструменти ручні. Вимоги до пакування, транспортування та методи випробування», ДСТУ EN 60950-1:2015. Вони повинні відповідати вимогам щодо електричної безпеки, які встановлені відповідними національними або міжнародними стандартами. Частина 1. Загальні вимоги», ДСТУ 7655:2014 «Вироби електронної техніки. Загальні вимоги щодо надійності та методи випробування» та ДСТУ EN 28662-2-2001 Ручні інструменти повинні мати вбудовані системи безпеки для захисту оператора. Це може включати системи захисту від пошкодження, які можуть виникнути внаслідок розлому матеріалів або перевантаження, а також системи захисту від випадкового запуску. Частина 1. Технічні вимоги та методи випробування"
- 1.4 Продавець гарантує, що товар, який постачається Покупцю належить

йому на правах власності, і не знаходиться в заставі чи під арештом, а також вільний від повних або часткових прав власності на нього третіх осіб.

Розділ 2. Умови поставки

- 2.1 «Вироби» відвантажуються наземним транспортом на умовах «FCA – місце призначення (м. Кишинів, Молдова)». Продавець зобов'язаний повідомити покупця про доставку та підтвердити передання товару перевізникові до 15 лютого 2024 року.
- 2.2 Не пізніше ніж за три дні до передбачуваної дати відправки «Виробів» Продавець зобов'язаний передати Покупцю електронною поштою підтвердження замовлення із зазначенням точної назви, ціни, кількості «Виробів», що поставляються.
- 2.3 Датою виконання Продавцем зобов'язань при поставці товарів на умовах FCA – місце призначення (м. Київ, Україна) є дата складання акту прийому-передачі матеріальних цінностей.
- 2.4 У випадку невідповідності якості «Виробів» Продавець зобов'язаний протягом 24 годин з моменту повідомлення про результати приймання - передачі у письмовій формі сповістить Покупця про прибуття представника для спільного виконання приймання-передачі «Виробів».
- 2.5 Протягом 24 годин після виконаного приймання-передачі виробів Продавець зобов'язаний направити Покупцю електронною поштою копії накладної сертифікат походження форми А.
- 2.6 Якщо товар не відповідатиме вимогам якості виробів прописаним в першому розділі контракту, Продавець повинен у період однієї доби від моменту сповіщення його про незадовільні результати приймання-передачі письмово сповістити Покупця про прибуття представника для спільного виконання приймання-передачі «Виробів».

Розділ 3. Ціна товару і порядок розрахунків

- 3.1 Ціна виробів вказується в доларах (USD) з закріпленим курсом на рівні 1

USD = 42,00 UAH.

- 3.2 Ціна товару, вказаного в п. 1.1 цієї угоди, є фіксованою та становить акумуляторна пила 92 \$ (дев'яносто два долари)
- 3.3 Загальна сума договору складає 5 734,28 (п'ять тисяч сімсот тридцять чотири доларів, двадцять вісім центів) USD \$
- 3.4 Загальна сума відповідно до базису поставки в редакції Інкотермс 2020 включає врахування витрат Продавця на собівартість продукції, загальне страхування, транспортування, розвантажувально-навантажувальні роботи до місяця призначення.
- 3.5 Якщо виникне необхідність зміни цін, порядку розрахунків або розмірів поставки, тоді Сторони оформлюють зміни в додатках до даного договору.
- 3.6 Оплата за переказним авансовим платежем проводиться безготівково вже до дня поставки «Виробів».
- 3.7 Якщо товаросупровідні документи не надані або надані несвоєчасно, не відповідають вимогам законодавства, містять помилки або невідповідності, тоді замовник має право затримати оплату за товар.

Розділ 4. Якість товару, упаковка та маркування

- 4.1 Якість «Виробів» повинна відповідати узгодженим Покупцем і Продавцем технічним умовам та підтверджуватися сертифікатами якості виданими компетентними органами.
- 4.2 Продукція повинна бути упакована в пластикові контейнери з використанням захисних матеріалів, таких як пухирчаста плівка, для забезпечення безпеки під час транспортування.
- 4.3 Маркування повинно бути нанесено чітко, і включати назву продукції та надпис «Made in China».

Розділ 5. Відповідальність сторін

- 5.1 За невиконання або неналежне виконання своїх обов'язків по даному договору Сторони несуть відповідальність згідно законодавству України.

5.2 За порушення строків поставки Продавець зобов'язаний виплатити залікову неустойку 0,5% від вартості недовиконаних зобов'язань з поставки «Виробів». Нарахування здійснюється протягом усього періоду прострочення.

5.3 За порушення строків оплати Покупець сплачує Продавцю пеню в розмірі 0,3% від вартості неоплаченого в строк товару за кожний день прострочення. Нарахування здійснюється протягом усього періоду прострочення.

5.4 Сплата штрафних санкцій не звільняє винну сторону від виконання своїх зобов'язань за контрактом.

Розділ 6. Форс-мажор

6.1 Сторони звільняються від відповідальності за невиконання зобов'язань по даному договору, якщо це є наслідком форс-мажорних обставин. Форс-мажорними є обставини, що не підконтрольні Сторонам, які виникли після підписання даного контракту та безпосередньо вплинули на можливість виконання ними своїх зобов'язань, і які не могли бути ліквідовані, наприклад стихійні лиха, аварії, пожежі, масові страйки, військові дії, тощо.

6.2 Дія форс-мажорних обставин повинна бути підтверджена Торгово-промисловою палатою, або іншою організацією на яку покладено обов'язки з ліквідації надзвичайних обставин. При цьому строк виконання зобов'язань Сторонами відсувається на термін, протягом якого діяли дані обставини.

6.3 Сторона, яка не може виконати свої зобов'язання з причини дії форс-мажорних обставин, повинна негайно, але не пізніше 3 (трьох) днів після початку або припинення дії форс-мажорних обставин повідомити про це іншу сторону. У разі несвоєчасного повідомлення Сторона, яка не має можливість виконати свої зобов'язання, не має права для свого виправдання посилатися на форс-мажорні обставини.

6.4 Якщо форс-мажорні обставини будуть діяти більше 30 календарних днів, сторони можуть додатково обговорити умови та внести зміни до даного контракту.

При анулюванні контракту, ні одна зі сторін не має права вимагати від іншої сторони відшкодування збитків.

Розділ 7. Порядок вирішення спорів

7.1 Усі суперечки та розбіжності, які можуть виникнути за цим Договором або у зв'язку з ним, Сторони вирішують за можливістю шляхом взаємних переговорів.

7.2 Якщо Сторони не можуть досягнути компромісу, вирішення спірних питань та суперечок покладається на розгляд Міжнародного комерційного арбітражного суду при Торгово-промисловій палаті України (м.Київ).

7.3 Рішення Міжнародного комерційного арбітражного суду при Торгово-промисловій палаті України являються остаточними і обов'язковими для виконання Сторонами.

Розділ 8. Термін дії контракту

8.1 Даний контракт набирає чинності з моменту підписання його сторонами і діє до моменту його остаточного виконання зазначених у ньому умов.

Розділ 9. Конфіденційність

9.1 Сторони передбачають конфіденційність контракту, а також окремих його частин і приймають на себе зобов'язання не розголошувати його зміст без згоди обох Сторін.

9.2 Сторони зобов'язуються зберігати конфіденційність відносно умов Договору, якщо інше не витікає з вимог діючого законодавства України.

9.3 Надання інформації, що знаходиться в договорі третій стороні допускається лише у випадках прямо передбачених діючим законодавством України.

Розділ 10. Інші умови

10.1 Будь-які зміни та доповнення до даного контракту є дійсними лише при умові, що вони складені в письмовій формі і підписані уповноваженими представниками сторін.

10.2 Після підписання даного контракту всі попередні переговори, пов'язані з ним, які так чи інакше стосуються предмету даного контракту втрачають юридичну силу.

10.3 Будь-яка із сторін не має права в односторонньому порядку відмовитися від виконання своїх зобов'язань, за винятком випадків передбачених законодавством.

10.4 Будь-яка із Сторін не має права передавати свої зобов'язання і права третім особам без письмового погодження Сторін.

10.5 Взаємовідносини Сторін не передбачені даним контрактом регулюються у відповідності з діючим законодавством України.

10.6 Всі документи зазначені в даному контракті є його невід'ємною частиною.

10.7 Контракт складено українською мовою в супроводі синхронного перекладу на англійську в двох екземплярах, що мають однакову юридичну силу.

10.8 Сторони зобов'язуються негайно письмово повідомляти одна одну у випадку зміни будь-яких своїх реквізитів.

Розділ 11. Реквізити сторін

Продавець	Покупець
PCE "ESCO" Ltd. 01015, Ukraine, Kyiv city, 4 Staronavodnytska St., apt. 55 Tel.: +38(044)230-82-16, Fax +38(044)230-82-16	S.C. 'Teocom-Lux' S.R.L. MD-2038, Republica Moldova, m. Chisinau, street G. Asachi 66/1, apt. 67 Tel.: +(373 22) 63-67-20
IBAN: UA 83 300528 00000 26001455043442 Swift: OTPVUAUK	IBAN:MD34MO2224ASV22408037100 Swift: MOBBMD22

Джерело: Надано підприємством