

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Ефективність міжнародної комерційної діяльності підприємства–
імпортера
(на матеріалах ТОВ "ОПОЛЬТРАНС", м. Київ)**

Студентки 2 курсу, 1 групи,
спеціальності 051 «Економіка»,
спеціалізації «Міжнародна економіка»

Кулик
Дар'ї Сергіївни

Науковий керівник
к.е.н., доцент

Олейніков
Юрій Олександрович

Гарант освітньої програми
к.е.н., професор

Кудирко
Людмила Петрівна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Кулик Д. Ефективність міжнародної комерційної діяльності підприємства–імпортера (на матеріалах ТОВ "ОПОЛЬТРАНС", м. Київ)

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка», спеціалізацією «Міжнародна економіка».

Київський національний торговельно-економічний університет, 2018

У першому розділі досліджено сутність та принципи здійснення міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів, систематизовано методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера та визначено фактори підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера.

У другому розділі здійснено оцінку фінансово-господарської діяльності ТОВ «Опольтранс», проведено дослідження впливу зовнішнього середовища на ефективність міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс» та оцінку ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс».

У третьому розділі містяться обґрунтування резервів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс», комплекс заходів щодо вдосконалення міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс» та надано прогностичну оцінку запропонованих заходів.

Ключові слова: комерційна діяльність, імпорт, ефективність, зовнішнє середовище

ANNOTATION

Kulik D. Efficiency of the international commercial activity of the enterprise-importer (on the example of LLC "OPOLTRANS", Kiev)

Final qualifying paper for the master's degree in specialty 051 "Economics", specialization "International Economics".

Kiev National University of Trade and Economics, 2018

In the first section, the essence and principles of international commercial activities of importing enterprises are investigated, methodical approaches to

assessing the effectiveness of international commercial activities of an importing enterprise are systematized, and factors for increasing the efficiency of international commercial activities of an importing enterprise are identified.

In the second section, an assessment of the financial and economic activities of "Opoltrans" LLC was carried out, a study was conducted of the influence of the external environment on the efficiency of the international commercial activities of "Opoltrans" LLC and an assessment of the effectiveness of the international commercial activities of "Opoltrans" LLC.

The third section contains the substantiation of reserves for increasing the efficiency of the international commercial activity of "Opoltrans" LLC, a set of measures to improve the international commercial activity of "Opoltrans" LLC", and provided a predictive assessment of the proposed measures.

Keywords: commercial activity, import, efficiency, external environment

РЕФЕРАТ

Тема випускної кваліфікаційної роботи: Ефективність міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера (на матеріалах ТОВ "ОПОЛЬТРАНС", м. Київ)

Випускна кваліфікаційна робота містить 95 сторінок, 18 таблиць, 11 рисунки, список використаних джерел з 44 найменувань та 2 додатків.

Об'єктом дослідження є ефективність міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні засади забезпечення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера.

Мета дослідження - розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера. Досягненню поставленої мети сприяла реалізація наступних завдань:

- дослідження сутності та принципів здійснення міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів;

- аналіз методичних підходів до оцінки ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства–імпортера;
- визначення факторів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства–імпортера;
- оцінка фінансово-господарської діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- дослідження впливу зовнішнього середовища на ефективність міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- оцінка ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- обґрунтування резервів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- розробка комплексу заходів щодо вдосконалення міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- прогнозна оцінка запропонованих заходів.

У ході дослідження в I розділі визначено, що міжнародна комерційна операція підприємства–імпортера - комерційна діяльність, що пов'язана з закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності. Процес забезпечення ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств–імпортерів являє собою сукупність заходів у сфері планування, організації, контролю та регулювання імпортової діяльності з метою підвищення рівня її ефективності. Здійснення оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств–імпортерів виступає основним критерієм доцільності їх здійснення та визначається як співвідношення доходів підприємства, отриманих у результаті здійснення імпортової операції, та витрат, понесених для отримання цих доходів.

У II розділі представлені результати аналізу фінансового стану ТОВ

«Опольтранс». Виявлено, що за останні 5 років фінансовий стан ТОВ «Опольтранс» істотно покращився, оскільки відбулося зростання обсягів діяльності більш ніж у 165 разів, а також покращення показників ліквідності, рентабельності та ділової активності. Імпортні операції підприємства за виключенням 2014 року були ефективними, хоча протягом останніх років спостерігалось зменшення рівня ефективності імпорту (з 1,35 у 2015 р. до 1,09 у 2017 р.), що вказує на доцільність перегляду політики ціноутворення, а також асортименту

На ефективність міжнародних комерційних операцій ТОВ «Опольтранс» наразі впливають такі фактори зовнішнього середовища як макроекономічна ситуація в Україні, конкуренція на ринку, стан платоспроможного попиту, політичні рішення у сфері міжнародної діяльності, а також розвиток інноваційних технологій.

У III розділі обґрунтовано, що існують три резерви підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності: у сфері управління імпортом (автоматизація функцій планування і контролю шляхом купівлі програмного забезпечення “SAS”), у сфері мотивації працівників (виплата бонусів раз на квартал за результатами роботи окремих працівників; використання нематеріальних стимулів) та у сфері маркетингової підтримки збуту імпортової продукції (розподіл повноважень між менеджером зі збуту та маркетингологом, активізація заходів щодо просування імпортованих товарів). Визначено, що до основних заходів, що сприятимуть підвищенню ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ “Опольтранс” належать: налагодження зв’язків з новими постачальниками та розширення асортименту за рахунок автомобільної косметики, співпраця з приватними ремонтними компаніями, активізація маркетингу, у тому числі за рахунок використання соціальних мереж.

Рік виконання випускної кваліфікаційної роботи – 2017/2018 рік.

Рік захисту випускної кваліфікаційної роботи – 2018 рік.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. Теоретико-методичні засади оцінки ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства–імпортера	5
1.1. Сутність та принципи здійснення міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів	5
1.2. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства–імпортера	13
1.3. Фактори підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства–імпортера	22
Висновки до розділу 1.	31
2. Оцінка ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»	33
2.1. Оцінка фінансово-господарської діяльності ТОВ «Опольтранс»	33
2.2. Дослідження впливу зовнішнього середовища на ефективність міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»	43
2.3. Оцінка ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»	51
Висновки до розділу 2	61
3. Напрями підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»	63
3.1. Обґрунтування резервів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»	63
3.2. Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»	71
3.3. Прогнозна оцінка запропонованих заходів	79
Висновки до розділу 3	87
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92

ВСТУП

У сучасних умовах стабільний розвиток економіки країни значною мірою залежить від рівня успішності функціонування її бізнес-структур. При цьому ефективність даного процесу залежить від обґрунтованості міжнародної комерційної діяльності та відповідності основних інструментів управління умовам внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. З огляду на це, актуальним є дослідження інструментів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів.

Проблеми підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів вивчали у своїх роботах такі вчені як: Г.Г. Абрамшвілі, Б. Берман, Ю.П. Васильєв, В.Г. Виноградов Д.М. Гвішіані, В.Г. Герасимчук І.М. Герчикова, Є.П. Голубков С.І. Гончарук, П.С. Зав'ялов, П. Кінгстон, Ф. Котлер, Ж.Ж. Ламбен, О.Е. Кузьмінім, В.Я. Кардашем, Б. Міллером, А.Ф. Павленко, В.С. Пономаренком, П.Г. Перервою, Т.Б. Решетіловою, І.Л. Решетниковою, І.В. Семеняк, Х. Швальбе, Дж. Р. Евансом та ін. Проте подальшої систематизації потребують фактори підвищення результативності імпортерських операцій, а також галузеві аспекти їх здійснення. Це і обумовило вибір теми випускної кваліфікаційної роботи.

Об'єктом випускної кваліфікаційної роботи є ефективність міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера. Предмет роботи — теоретико-методологічні засади забезпечення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера. Досягненню поставленої мети сприяла реалізація наступних завдань:

- дослідження сутності та принципів здійснення міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів;
- аналіз методичних підходів до оцінки ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера;
- визначення факторів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства-імпортера;
- оцінка фінансово-господарської діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- дослідження впливу зовнішнього середовища на ефективність міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- оцінка ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- обґрунтування резервів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- розробка комплексу заходів щодо вдосконалення міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»;
- прогнозна оцінка запропонованих заходів.

Теоретико-методологічною основою роботи стали загальнонаукові методи та фундаментальні положення таких спеціальних дисциплін, як менеджмент, маркетинг, основи зовнішньоекономічної діяльності, організація і економіка підприємства, організація зовнішньоторговельних операцій.

Методичним підґрунтям роботи виступає сукупність загальнонаукових і спеціальних методів, яка дозволяє дослідити явища і процеси у їх взаємозв'язку та вирішити поставлені завдання. З числа загальнонаукових методів використовувалися історичний метод, метод аналізу та синтезу, метод узагальнення. Використовувалися також методи економічного аналізу. Інформаційною базою роботи стали роботи вітчизняних та зарубіжних вчених та дані, отримані на підприємстві.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку

використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА–ІМПОРТЕРА

1.1. Сутність та принципи здійснення міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів

В процесі господарської діяльності підприємства досить часто виникає потреба в товарах імпортного виробництва, а також в отриманні робіт та послуг іноземних спеціалістів. Таким чином підприємства приходять до необхідності здійснення міжнародних комерційних операцій щодо залучення необхідних товарів та послуг з-за кордону – імпорту.

Дослідження сутності та принципів здійснення міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів знайшло відображення у роботах В. М. Гейця, В. Г. Герасимчука, І. О. Івашука, О. І. Кредісової, Ю. В. Макогона, В. М. Нижника, М. Д. Прокопенка, М.Г. Чумаченка, М. А. Янковського. Проте для тлумачення сутності імпорту усі науковці вважають за доцільне дотримуватися підходу, представленого у чинному законодавстві.

Імпорт (імпорт товарів) - це купівля (у тому числі з оплатою у негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності у іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів із ввезенням їх на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами [9].

Імпортна операція - комерційна діяльність, що пов'язана з закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності.

До міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів

відноситься:

- ▲ придбання товарно-матеріальних цінностей від іноземних постачальників на умовах комерційного кредиту;
- ▲ ввезення товарно-матеріальних цінностей або отримання послуг в порядку бартерних угод;
- ▲ ввезення товарів в рахунок централізованих імпортних закупок;
- ▲ придбання товарно-матеріальних цінностей та послуг з оплатою готівкою;
- ▲ отримання товарно-матеріальних цінностей та послуг в якості безоплатної допомоги.

Імпорт - митний режим, відповідно до якого товари ввозяться на митну територію України для вільного обігу без обмеження строку їхнього перебування на цій території і можуть використовуватись без будь-яких митних обмежень.

Імпорт товарів регулюється національним законодавством, політико-правовими обмеженнями, митним тарифом, системою ліцензування та іншими нетарифними мірами зовнішньоекономічного регулювання. Ввіз товарів на митну територію України в режимі імпорту передбачає:

- ▲ подання митному органу документів, які засвідчують підстави й умови ввозу товарів на митну територію України;
- ▲ сплату податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввозу на митну територію України відповідно до законів України;
- ▲ дотримання вимог, передбачених законом, щодо заходів нетарифного регулювання й інших обмежень.

Документи необхідні для оформлення товарів і транспортних засобів у митний режим імпорту:

- ▲ платіжне доручення про оплату митних платежів
- ▲ платіжне доручення що підтверджує оплату за послуги за митного термінала

- ✦ контракт, специфікація, додаткова угода.
- ✦ оригінали інвойсу
- ✦ сертифікат походження (СТ-1, якщо товар походить з країн СНД, форма А та інші.)
- ✦ картка обліку суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності
- ✦ довідка про декларування валютних цінностей
- ✦ книжка МДП (Tir Carnet)
- ✦ транспортна накладна CMR (AWB, Ж/Д накладна, коносамент)
- ✦ експортна декларація країни відправлення.
- ✦ дозвільні документи (сертифікат якості, санітарно-епідеміологічний висновок, реєстрація МОЗ, Держстандарт і т.д.) - якщо необхідно.
- ✦ документи які підтверджують вартість і код товару (прайси, каталоги, технічний опис, попередні висновки про вартість і класифікацію товарів та інші.)
- ✦ платіжне доручення за карантинний огляд, завірене в Держкарантині.
- ✦ договір на декларування товарів при залученні до митного оформлення брокерських організацій.

Міжнародні комерційні операції підприємств-імпортерів забезпечують для виробничих та індивідуальних споживачів, а також для країни, до якої ввозяться товари, низку додаткових переваг та можливостей. Це зокрема :

- ✦ доступ до дешевих та більш якісних товарів готових виробів, сировинних та інших матеріалів та комплектуючих деталей;
- ✦ наповнення ринку дефіцитними товарами або товарами, які взагалі не виробляються на національній території;
- ✦ зростання конкуренції та стимулювання завдяки цьому оптимізації, підвищення виробництва на національній території;
- ✦ налагодження сталих виробничих зв'язків щодо кооперування

виробництва з інонаціональними партнерами;

- ▲ розвиток технології завдяки поширенню ввезення науково містких товарів.

Імпорт певних товарів може бути заборонений або обмежений для захисту здоров'я і добробуту споживачів або флори і фауни країни імпорту. З іншого боку, імпорт можуть обмежувати для досягнення економічних цілей, наприклад, для захисту вітчизняних виробників від конкуренції або для захисту інтересів експортерів з певних країн (за рахунок експортерів з інших країн).

В Україні забороняється:

- імпорт або транзит будь-яких товарів, про які заздалегідь відомо, що вони можуть завдати шкоди суспільній моралі, здоров'ю або становити загрозу життю населення, тваринного світу та рослин, або призвести до руйнування навколишнього середовища у відповідності до існуючих законів, якщо щодо транзитних товарів не вжито необхідних заходів для запобігання такої шкоди;
- імпорт продукції та послуг, що містять пропаганду ідей війни, расизму та расової дискримінації, геноциду і т. п., які суперечать відповідним нормам Конституції (Основного Закону) України;
- експорт та імпорт товарів, які здійснюються з порушенням прав інтелектуальної власності.

Міжнародні комерційні операції у сфері імпорту можна обмежувати:

1. Через митні тарифи. Чим вищі митні тарифи, тим вищою, напевно, буде ціна імпортованого товару. Якщо мито буде дуже високим, то це може змусити імпортера відмовитися від ввезення товару в країну. Для імпортера важливо заздалегідь знати всі ставки ввізного мита і своєчасно одержувати інформацію про зміни в ставках ввізного мита. Бажано, щоб всі відомості про імпортні мита, у тому числі про зміни в їхніх ставках, публікувалися

заздалегідь, ще до їхнього введення в дію (наприклад, за 60 днів);

2. Іншими засобами. Ці інші засоби можна об'єднати під назвою «нетарифні обмеження імпорту».

На практиці використовується багато нетарифних засобів, але їх можна звести до кількох типових ситуацій:

- 1) кількісні обмеження, квоти і ліцензування імпорту;
- 2) дискримінація іноземних підприємств, які бажають продавати товари (роботи, послуги) для державних потреб;
- 3) стандарти, в тому числі заходи, націлені на захист здоров'я і життя людей, тварин і навколишнього середовища;
- 4) митні процедури;
- 5) виняткові засоби захисту внутрішнього ринку: антидемпінг, компенсаційні заходи, спеціальні заходи.

Імпортні квоти (контингенти) - найбільш поширений вигляд нетарифних торгових обмежень. Квотування імпорту - обмеження в кількісному або вартісному вираженні обсягу продукції, дозволеної ввезенню в країну.

Ліцензування та квотування застосовуються у таких випадках:

- 1) в разі різкого погіршення розрахункового балансу України;
- 2) в разі значного порушення рівноваги по певних товарах на внутрішньому ринку України;
- 3) при необхідності забезпечити певні пропорції між імпортною та вітчизняною сировиною у виробництві;
- 4) при необхідності здійснення заходів у відповідь на дискримінаційні дії інших держав;
- 5) відповідно до міжнародних товарних угод, які укладає або до яких приєднується Україна.

Міжнародні комерційні операції у сфері імпорту в Україні мають право здійснювати [4]:

- ▲ фізичні особи - громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на території України
- ▲ юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні доми, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності
- ▲ об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність
- ▲ структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення, тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України
- ▲ спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України
- ▲ інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами

України.

У міжнародній торговій практиці використовуються два основних методи здійснення міжнародних комерційних операцій у сфері імпорту: прямий (direct) імпорт, що передбачає закупівлю товарів безпосередньо споживачем у іноземного підприємства, і непрямий (indirect) імпорт, який полягає у купівлі товарів через торгових посередників.

Прямий метод міжнародних комерційних операцій у сфері імпорту використовується:

- ▲ при закупівлі промислової сировини на основі довгострокових контрактів;
- ▲ при імпорті дорогого та габаритного обладнання;
- ▲ при імпорті стандартного обладнання через закордонні філії;
- ▲ при закупівлі сільськогосподарських товарів у фермерів;
- ▲ при державних закупівлях.

Прямі зв'язки дають ряд переваг: більш тісні контакти з контрагентом, краще знання кон'юнктури ринку, швидше пристосування своїх виробничих потужностей до потреб споживача. Однак і непрямий імпорт продовжує зберігати своє значення. За деякими оцінками, з допомогою торгових посередників у світовий товарооборот втягується близько половини всіх товарів. Метод використовується:

- при збуті стандартного промислового обладнання;
- при збуті споживчих товарів;
- при реалізації другорядної продукції;
- на окремих важкодоступних і маловідомих ринках;
- при просуванні нових товарів;
- при відсутності власної збутової мережі;
- при умові, що торгівля монополізована великими торгово-посередницькими фірмами.

Непрямий метод міжнародних комерційних операцій у сфері імпорту теж має свої переваги: великий досвід, власна мережа обслуговування, хороші зв'язки, знання ринку та кон'юнктури.

Організація і техніка здійснення імпортової операції так само як і експортної залежить від цільової установи імпортера, має потребу у всебічному маркетинговому забезпеченні. Етапи її реалізації відрізняються наступною специфікою:

Вивчаючи кон'юнктуру ринку імпортер перш за все повинний:

- ▲ визначити сучасні вимоги до товарів, що планується закупити;
- ▲ знайти постачальників товарів потрібної якості і технічного рівня;
- ▲ визначити рівень цін і тенденції їхньої зміни;
- ▲ вибрати найбільш ефективні форми закупівель (прямі переговори, через посередників, торги, біржі, аукціони і т.п.)

Вивчення кон'юнктури ринку може бути виконано самим імпортером або через спеціалізовану маркетингову фірму. При виборі найбільш доцільних форм і методів роботи з іноземним партнером по закупівлі товарів імпортер повинний брати до уваги:

- ▲ митний режим і митні формальності;
- ▲ можливість розміщення замовлень на виготовлення складного унікального устаткування;
- ▲ можливість залучення для закупівлі товарів агентських фірм, змішаних суспільств, спільних підприємств, посередників;
- ▲ законодавчі акти країни збуту, що стосуються способів розміщення імпортних замовлень і т.п.

Отже, міжнародна комерційна операція у сфері імпорту це - комерційна діяльність, що пов'язана з закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності. На імпорт

впливає багато факторів, а також імпорт забезпечує для виробничих та індивідуальних споживачів і для країни, до якої ввозяться товари, низку додаткових переваг та можливостей, а саме: доступ до дешевих та більш якісних товарів готових виробів, сировинних та інших матеріалів та комплектуючих деталей, наповнення ринку дефіцитними товарами або товарами, які взагалі не виробляються на національній території; зростання конкуренції та стимулювання завдяки цьому оптимізації, підвищення виробництва на національній території, налагодження сталих виробничих зв'язків щодо кооперування виробництва з інонаціональними партнерами, розвиток технології завдяки поширенню ввезення науково містких товарів.

Імпортна діяльність відіграє знану роль у діяльності вітчизняних виробничих підприємств. В результаті залучення у міжнародну торгівлю підприємство-імпортер має можливість отримати доступ до дешевих та якісних сировини та комплектуючих, необхідних для виробництва готової продукції. Імпортна діяльність сприяє також інноваційному оновленню виробничих фондів вітчизняних підприємства, і, відповідно, зниженню витрат виробництва та підвищенню якості продукції.

Основним критерієм доцільності здійснення імпортних операцій на підприємстві є їх ефективність, що визначається як співвідношення доходів підприємства, отриманих у результаті здійснення імпортної операції, та витрат, понесених для отримання цих доходів. На основі розрахованих показників ефективності підприємство може зробити висновок про доцільність здійснення тієї чи іншої операції чи обрати того чи іншого постачальника. Саме підвищення ефективності імпорту є основною метою підприємств, що використовують у своїй діяльності зарубіжні сировину та комплектуючі, з огляду на що процес управління ефективністю імпорту посідає важливе місце у діяльності виробничих компаній.

1.2. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства–імпортера

Входження України у міжнародний економічний простір супроводжується зростанням кількості підприємств різних організаційно-правових форм і форм власності, що здійснюють імпорتنі операції. Не зважаючи на те, що успішність тієї або іншої зовнішньоекономічної операції багато в чому, якщо не в основному, визначається техніко-економічним обґрунтуванням її ефективності, вітчизняні компанії-суб'єкти ЗЕД на сьогодні досить рідко вдаються до аналізу ефективності імпорتنих операцій, що пов'язано з відсутністю універсального інструментарію, що може застосовуватися на підприємствах без залучення сторонніх спеціалістів. З огляду на це, доцільним є дослідження існуючих методик оцінки ефективності імпорту з метою виявлення придатних для використання в реаліях вітчизняної економіки.

Аналіз літературних джерел показує, що сьогодні відсутня єдина методика оцінки ефективності імпорتنих операцій, що визначала б конкретні форми та методи розрахунку показників та враховувала б особливості функціонування підприємств у ринкових умовах господарювання. Усе зазначення формує необхідність узагальнення наявних методик оцінки ефективності імпорту та свідчить про актуальність проблеми дослідження. Основні індикатори, що можуть використовуватися для оцінки ефективності імпорту, представлені у табл. 1.1.

На ефективність імпорتنих операцій значною мірою впливають також умови платежу. В аналітичній літературі існують кілька підходів щодо їх урахування. Ф. Бутинець пропонує корегувати показник ефективності через застосування коефіцієнта кредитного впливу, однак порядок розрахунку цього показника для імпорتنих операцій не наводить.

В. Козик вважає, що показник ефективності імпорту, скорегований на

умови платежу, розраховується як відношення сумарного обсягу валютних платежів, зведених до року поставки та до номінальної зовнішньоторговельної ціни товару. Показник повинен враховувати: частку частини загальної суми імпортного контракту, яка кредитується; відсотки за кредит; термін погашення кредиту; різницю у строках між датою поставки та датою чергового платежу; частку чергового платежу в загальній сумі контракту.

Таблиця 1.1.

Показники ефективності операцій підприємства при імпорті

Показник	Позначення	Формула	Економічний зміст
Коефіцієнт ефективності імпорту	KE_{IM}	$KE_{IM} = D_{IM}/B_{IM}$	Вказує на співвідношення доходу, отриманого від використання імпортної продукції, та витрат, понесених при здійсненні імпортної операції. Під доходом може розумітися як сума коштів, фактично отриманих від перепродажу імпортної продукції, так і ціна аналогічного товару на внутрішньому ринку
Ефект імпорту	E_{IM}	$E_{IM} = D_{IM} - B_{IM}$	Вказує на різницю між доходом, отриманим від використання імпортної продукції, та витратами, понесеними при імпорті.
Рентабельність імпорту	KP_{IM}	$KP_{IM} = \Pi_{IM}/B_{IM}$	Дозволяє оцінити рівень прибутковості кожної операції та, за умови порівняння з показниками рентабельності підприємства в цілому, оцінити перспективність імпорту для підприємства.
Динаміка показників фінансового стану підприємства	Показники ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності, розраховані за кілька періодів, дозволяють порівняти отримані дані та зробити висновок про зміну фінансового стану підприємства за умови здійснення імпортних операцій. Оцінка фінансового стану дозволяє опосередковано оцінити ефективність імпорту, втім є важливою у контексті прийняття рішень про розвиток цього напрямку діяльності.		

Джерело: складено автором

На ефективність імпортних операцій значною мірою впливають також

умови платежу. В аналітичній літературі існують кілька підходів щодо їх урахування.

Ф. Бутинець пропонує корегувати показник ефективності через застосування коефіцієнта кредитного впливу, однак порядок розрахунку цього показника для імпортних операцій не наводить.

В. Козик вважає, що показник ефективності імпорту, скорегований на умови платежу, розраховується як відношення сумарного обсягу валютних платежів, зведених до року поставки та до номінальної зовнішньоторговельної ціни товару. Показник повинен враховувати: частку частини загальної суми імпортного контракту, яка кредитується; відсотки за кредит; термін погашення кредиту; різницю у строках між датою поставки та датою чергового платежу; частку чергового платежу в загальній сумі контракту.

Російські економісти розраховують коефіцієнт кредитного впливу як відношення результату операції з наданням комерційного кредиту до результату операції без такого кредиту.

Неоднозначні підходи до визначення впливу умов платежу за імпортними операціями свідчать про недостатню теоретичну розробку цього питання і, як наслідок, про недостатнє їх застосування в практичній діяльності.

На практиці ефективність імпорту найчастіше розраховується як відношення доходу від імпорту до витрат на його здійснення. Окрім цього ефект імпортних операцій можна також оцінити за абсолютними показниками. До них належать:

– абсолютна зміна прибутків підприємства. Даний показник розраховується як різниця між прибутком фірми у звітному та базовому роках і дає змогу оцінити динаміку рентабельності ЗЕД.

– абсолютна зміна обсягів реалізації. Даний показник розраховується як

різниця між обсягами реалізації у звітному та базисному роках. Даний показник дозволяє відслідкувати зростання обсягів продажів підприємства у натуральних величинах, а отже є більш прийнятним для практичного застосування, оскільки позбавлений впливу інфляційного фактору.

Окрім вищезгаданих показників ефективності, доцільність зовнішньоторговельних операцій може бути оцінена за наступним відносним індикатором:

– рентабельність імпортової діяльності фірми у звітному році. Даний показник розраховується як відношення прибутків підприємства від здійснення імпорту до операційних витрат у звітному періоді.

До методів оцінки виробничо-господарської діяльності суб'єктів ЗЕД відносяться показники ефективності діяльності фірми. Існує два види таких показників: абсолютні показники ефективності ЗЕД та відносні показники ефективності ЗЕД.

I. Абсолютні показники:

1. Зростання обсягу продажів ЗЕД ($OP_{ЗЕД}$):

$$OP_{\phi} = OP_{ЗР} - OP_{MP} \quad (1.1)$$

де, $OP_{ЗР}$ - обсяг продажів фірми у звітному році;

OP_{MP} - обсяг продажів фірми в минулому році.

II. Відносні показники ефективності ЗЕД:

2. Рентабельність продукції фірми у звітному році ($R_{ПФЗР}$):

$$R_{ПФЗР} = П_{ФЗР} / ЧД_{ФЗР} \quad (1.2)$$

де, $П_{ФЗР}$ - прибуток фірми у звітному році;

$ЧД_{ФЗР}$ – чистий дохід фірми в звітному році

3. Рентабельність оборотного капіталу (R_{OK}) фірми:

$$R_{OK} = П_{ФЗР} / ОК_{ФЗР} \quad (1.3)$$

де, $ОК_{ФЗР}$ – оборотний капітал фірми у звітному році

4. Рентабельність власного капіталу (R_{BK}) фірми у звітному році:

$$R_{BK} = \Pi_{\text{ФЗР}} / BK_{\text{ФЗР}} \quad (1.4)$$

де, $BK_{\text{ФЗР}}$ – власний капітал фірми у звітному році

5. Середня норма рентабельності фірми:

$$(\Pi_1 + \Pi_2 + \dots + \Pi_n) / (A_1 + A_2 + \dots + A_n) \quad (1.5)$$

де, Π_i - чистий прибуток за i -й період часу;

A_i - балансова вартість активів фірми за винятком амортизації на кінець i -

го року;

n - кількість років.

У ЗЕД ефективність проявляється у максимізації прибутку при мінімальних витратах, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічних операцій. Загальні показники ефективності ЗЕД: зростання національного доходу країни, зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, економія на сировині, матеріалах, енергії тощо.

Часткові показники ефективності ЗЕД:

1. Зростання рівня автоматизації виробничих процесів, пов'язаних із ЗЕД.
2. Зростання питомої ваги іноземного інвестування в загальному обсязі інвестицій.
3. Зростання кількості прогресивних форм міжнародної економічної інтеграції що діють на мікрорівні.

На практиці економічна ефективність ЗЕД розраховується по конкретному виду зовнішньоекономічних операцій. Найбільш загальним в цьому відношенні є визначення ефективності від зовнішньоторговельних операцій та найбільш, поширених форм ЗЕД.

У працях вітчизняних та закордонних авторів під економічною ефективністю розуміють співвідношення між економічним ефектом та

витратами на його досягнення. Різноманітність форм імпорتنих операцій та інтересів учасників зумовлюють множинність напрямків, за якими може бути досягнутий ефект у найближчому чи віддаленому майбутньому. Різні критерії ефективності, в свою чергу, обумовлюють наявність різних методів розрахунку інтегрального показника.

Одним із найдієвішим методичним підходом є запропонований І.В.Багровою. Його сутність полягає у комплексному підході до аналізу будь-якого виду зовнішньоекономічної діяльності. Цей підхід дозволяє визначити етапи аналізу. I етап – експорт підприємства, на якому виникає потреба застосування факторної моделі, яка здійснюється послідовно, від узагальненого показника через проміжні до похідних, які відтворюють особливості здійснення експортних операцій. Після розробки факторної моделі слід проаналізувати похідні показники, на базі яких і здійснюється моделювання. Тут знадобиться метод «ланцюгових підстановок», сутність якого полягає в тому, що вплив різних факторів на узагальнений показник визначається шляхом послідовної заміни базових значень проміжних показників на ті, що аналізуються. За таких умов у першу чергу заміна здійснюється за кількісними показниками, а потім - за якісними. Якщо ж у формулі декілька кількісних і якісних показників, то послідовність підстановок визначається економічною логікою процесу. II етап – ефективність експортних операцій. Для його пояснення, припустимо, що річний обсяг експортних операцій можна уявити як добуток ціни одиниці продукції, кількості одиниць, які постачають згідно з контрактом, кількості контрактів, які було укладено протягом року. Зрозуміло, що приклад відповідає умовам, коли постачають один вид продукції, ціна її одиниці залишається постійною протягом року, постачання, передбачені окремими контрактами, рівноцінні. Таким чином, узагальнений показник має бути

записаний у вигляді трифакторної моделі.

III етап даної методики - розрахунок резервів. Під резервами розуміють можливі поліпшення, що характеризують ефективність діяльності підприємства.

З позицій управління як цілісної системи резерви поділяють на: організаційні, потенційні, перспективні. Оцінка резервів підвищення ефективності дозволяє керівництву адаптувати стратегію діяльності компанії до реалій економічного середовища, з огляду на що її застосування має, на нашу думку, стати обов'язковим елементом управління імпортом на усіх підприємствах-суб'єктах ЗЕД.

Таким чином, можна скористатися й методами інших авторів при оцінці ефективності угод з імпорту.

Результати проведеного аналізу методик оцінки ефективності імпорту дозволили констатувати наступні проблеми, притаманні даному напрямку економічного аналізу на нинішньому етапі:

- відсутність єдиної системи показників оцінки ефективності імпортних операцій;
- наявність різних підходів щодо розрахунку окремих показників;
- вузькість застосування методик, що пропонуються;
- відсутність методик оцінки ефективності імпорту послуг, капіталу, робочої сили, операцій, пов'язаних з купівлею цінних паперів тощо.

На нашу думку напрямами вирішення зазначених проблем з урахуванням сучасних вимог є:

- розробка системи показників відповідно визначених критеріїв ефективності: локальних критеріїв, що базуються на ефекті для окремого підприємства, і народногосподарських, що орієнтовані на досягнення ефекту для держави; статичних показників — розрахованих на певну

дату, і динамічних, що враховують зміни стану об'єкта; критеріїв абсолютної та порівняльної ефективності тощо;

- врахування при обчисленні показників впливу змін валютних курсів, умов платежу, чинника часу, альтернативи;
- розвиток методик аналізу окремих операцій (інвестиційних, фінансових тощо);
- удосконалення методичного інструментарію аналізу через застосування при цьому економіко-математичних методів та інформаційних технологій.

Реалізація цих дій буде сприяти поглибленню висновків про ефективність імпорتنих операцій та вирішенню накопичених у практичній діяльності підприємств проблем.

На сьогоднішній день існує низка проблем, пов'язаних з оцінкою ефективності імпорتنих операцій, що ускладнює здійснення цього процесу на вітчизняних підприємствах. Висвітлені у науковій літературі методики часто є однобічними, що унеможлиблює здійснення комплексної оцінки ефективності імпорتنих операцій. Ситуація ускладнюється також неможливістю комплементарії наявних методик через неоднорідність підходів, що використовуються для розрахунку індикаторів ефективності.

Основними напрямками вирішення наявних проблем є формування єдиної методики, що дозволяла б оцінювати вплив усіх факторів на ефективність продажу за межі національних кордонів, та розробка на її основі прикладної програми, придатної для використання як на великих, так і на малих підприємствах-суб'єктах міжнародного бізнесу. Реалізація запропонованих заходів сприятиме спрощенню процедури оцінки ефективності імпорту та, відповідно, підвищенню прибутковості діяльності українських компаній на зовнішніх ринках.

1.3. Фактори підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства–імпортера

В сучасних умовах ведення бізнесу все більш актуальним для вітчизняних підприємств стає питання підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємств при здійсненні імпорту. На сьогодні переважна більшість українських компаній здійснює імпорт без попереднього економічного обґрунтування. Це призводить до низької ефективності зовнішніх закупівель та справляє негативний вплив на результати господарської діяльності підприємства.

У процесі здійснення міжнародних комерційних операцій підприємство повинне приймати й реалізовувати рішення про канали або шляхи збуту, тобто створювати договірні зв'язки з учасниками процесу збуту, вибудовувати схему руху товарів, яка включає відділ збуту самого виробника й різних збутових посередників. Саме тому необхідно визначитися з основними чинниками, що впливають на ефективність міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів.

Зовнішні фактори - це компоненти середовища, в якому функціонує промислове підприємство. Дія цих факторів не залежить від конкретного підприємства, навпаки, під їхнім впливом створюються відповідні умови для розвитку (чи гальмування) сфери товарного обігу засобів виробництва. Сфера впливу зовнішніх факторів може бути на народногосподарському рівні, або тільки галузевому, чи регіональному.

Серед зовнішніх факторів є базові та доповнюючі. Базові фактори визначають організацію імпорту на макро - та мікроекономічному рівнях та її ефективність, а завдяки дії доповнюючих факторів можуть коригуватися деякі елементи цієї системи, підвищуватися її ефективність.

Зовнішні і внутрішні фактори можуть впливати протягом тривалого

періоду часу (постійно) або тимчасово. За своєю природою чи характером впливу всі фактори поділяються на дві групи: економіко-фінансові, організаційно-правові. Кожна група представлена різноманітними факторами, які в той же час є взаємозалежними і характеризуються значним впливом один на одного.

До факторів, що сприяють підвищенню ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємств-імпортерів, можна віднести обґрунтоване здійснення процесу управління імпортними операціями, тобто вжиття усіх заходів у сфері планування, організації та контролю імпортної діяльності з метою підвищення рівня її ефективності, що відповідають реаліям відповідних ринків. З огляду на існуючу практику, одним з чинників, що впливає на ефективність імпортних операцій, можна назвати прийняття рішення щодо залучення допоміжної ланки у процес здійснення міжнародних комерційних операцій у сфері імпорту.

На нинішньому етапі можливим є вибір з альтернативних підходів до здійснення міжнародних комерційних операцій у сфері імпорту:

- самостійне управління, зі створенням спеціалізованого підрозділу (зазвичай відділу ЗЕД чи імпортного відділу);
- самостійне управління без створення спеціалізованого підрозділу (функції управління імпортом у даному випадку покладено на представників різних підрозділів підприємства – відділу маркетингу, закупівлі, юридичний, плановий відділи);
- аутсорсинг – передача функцій по управлінню імпортом сторонній організації.

Вибір того чи іншого підходу визначається розмірами підприємства, частотою та складністю імпортних операцій, сферою діяльності тощо. При цьому вибір тієї чи іншої форми здійснення міжнародних комерційних операцій у сфері імпорту зазвичай визначає витратність операцій, тобто для

підвищення ефективності компанії доцільно обрати той з варіантів, який, за інших рівних умов, коштуватиме їх найменше.

До створення відокремлених підрозділів зазвичай вдаються великі підприємства, що здійснюють імпорту на постійній основі та у значних обсягах. У складі відокремлених підрозділів зазвичай працюють аналітики, що здійснюють дослідження потенційних ринків закупівлі товару та цільових ринків збуту, менеджери з імпорту, які відповідають за організацію імпортової операції від початку до кінця, рідше – юристи, що спеціалізуються виключно на питаннях організації імпортової операції.

Фірми, що мають значний обсяг імпортової операції, можуть створювати у своєму складі спеціальні імпортові відділи, що підрозділяються на закупівельні й адміністративні. Закупівельні відділення займаються обробкою отриманих зразків, підготовкою поїздок представників за кордон, інформацією іноземних постачальників про попит на даний товар у країні імпорту, видачею замовлень, веденням кореспонденції. Адміністративне відділення оформляє товари в митницях, інформує іноземних постачальників з питань тарифів, упакування і транспортування вантажів, стежить за оформленням фінансових документів, за переказом грошей, робить перепродаж імпортованого товару з поставкою з причалу або митного складу.

Найбільш поширеним на вітчизняних підприємствах є підхід, за якого функції управління імпортом розподіляються між працівниками окремих структурних підрозділів, при цьому окремого структурного підрозділу, відповідального за здійснення імпортової операції від початку до кінця на підприємстві не існує. За умови використання такого підходу до управління імпортовою операцією витрати підприємства є набагато нижчими, аніж у першому випадку. Втім подібний підхід до управління імпортовою операцією характерний для підприємств, що здійснюють імпорту епізодично, на нерегулярній основі. Характерним є те, що навіть за відсутності

спеціалізованого відділу, на підприємстві, у складі інших структурних підрозділів, можуть працювати менеджери ЗЕД, що відповідають за організацію імпорتنих операцій. Втім аналіз ринків у даному випадку зазвичай здійснюється працівниками маркетингового відділу, контроль за правильністю оформлення документів – працівниками юридичного відділу. Залежно від того, чи акредитоване підприємство на роботу з митними органами, митне оформлення імпорتنих вантажів може здійснюватися як самими працівниками підприємства, так і уповноваженими митними брокерами.

Останнім підходом до управління імпортними операціями підприємства є аутсорсинг – передача сторонній фірмі функцій щодо управління імпортними операціями на платній основі. Даний підхід використовується у тих випадках, коли обсяги імпорту є незначними, і тому включення у штат спеціалістів, обізнаних зі специфікою здійснення імпорتنих операцій, є недоцільним [2].

За умови використання аутсорсингу спеціалізована компанія за встановлену плату здійснює замість замовника весь комплекс дій, пов'язаний з управлінням імпортними операціями. Аутсорсингова компанія самостійно визначає контрагентів за імпортними операціями, встановлює з ними контакти, здійснює замовлення продукції, контролює хід здійснення операції. При цьому у процесі роботи аутсорсингова компанія отримує від підприємства-замовника усю необхідну для прийняття управлінських рішень інформацію, з чим, на наш погляд, пов'язана основна загроза використання аутсорсингу. Фактично, компанія замовник дає сторонньому підприємству доступ до інформації, що становить комерційну таємницю – а це істотно обмежує бажання вітчизняних компаній використовувати аутсорсинг. Втім, у економічно розвинених країнах даний підхід до управління імпортними операціями є достатньо поширеним, оскільки він дозволяє мінімізувати

витрати підприємства при здійсненні імпорту.

На ефективність здійснення міжнародних комерційних операцій у сфері імпорту в значній мірі впливає наявність у підприємства належної інформації про відповідні ринки. З огляду на це, для підвищення ефективності імпорتنих операцій впливає здійснення підприємством аналізу ринкової ситуації. Основними завдання аналізу при здійсненні міжнародних комерційних операцій у сфері імпорту є:

- вивчення характеристик іноземного ринку;
- аналіз потенційних можливостей ринку;
- аналіз розподілу часток ринку між фірмами;
- аналіз особливостей збутової діяльності;
- вивчення ділової активності;
- вивчення товарів конкурентів;
- короткострокове та довгострокове прогнозування;
- вивчення реакцій конкурентів на зміну ринкових умов;
- вивчення політики ціна іноземному ринку.

У результаті аналізу формуються рекомендації щодо удосконалення процесу здійснення міжнародних комерційних операцій та обґрунтовуються напрямки розвитку з огляду на існуючий ресурсний потенціал підприємства.

Вагомим чинником підвищення ефективності здійснення міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів є якісне іта завчасне планування операцій. Стихійність та безсистемність здійсненні операцій зазвичай справляє негативний вплив на результативність міжнародних закупівельна, оскільки в таких умовах підприємства не мають можливості обрати постачальника ти обґрунтувати оптимальні умови постачання.

На етапі планування імпорتنих операцій виключне значення має оцінка потреб у імпортних товарах, а також визначення джерел їх закупівлі. Тобто, з метою підвищення ефективності операцій менеджерам підприємства

необхідно провести аналіз цільових ринків з метою визначення того, яка продукція буде користуватися на них найбільшим попитом, та потенційних ринків постачання – з метою визначення оптимальних за критерієм ціна/якість джерел постачання.

Важливо пам'ятати, що планування імпорتنих операцій має здійснюватися не відокремлено від планування решти господарських операцій підприємства, а навпаки - у тісному взаємозв'язку. Обсяги імпорту мають відповідати потребам підприємства у сировині чи готовій продукції, а також його фінансовим можливостям. Якість імпортової продукції також має задовольняти потреби підприємства чи смаки споживачів, оскільки лише така відповідність дозволить компанії уникнути втрат, пов'язаних з формуванням залишків нереалізованої продукції.

Планування імпортової діяльності на підприємстві полягає у визначенні обсягів імпортової продукції, необхідної підприємству для забезпечення діяльності протягом планового періоду. У процесі планування імпорту відбувається вибір контрагента зовнішньоторговельної операції, який задовольняє усім критеріям підприємства. Обираючи з-поміж можливих варіантів, здійснюють аналіз ринків декількох країн та визначають країну, імпорт з якою буде найбільш ефективними. При виборі країни-контрагента, доцільно брати до уваги рівень розвитку економіки в цілому, насиченість ринку тощо. Необхідно також перевірити існування між Україною та потенційним контрагентом міжнародних угод, що регламентують здійснення між країнами зовнішньоторговельних операцій. Після визначення країни-контрагента, відбувається вибір підприємства-партнера. На етапі планування імпортової діяльності визначаються необхідні обсяги імпорتنих поставок та графік їх здійснення. Окрім цього здійснюється також попередній розрахунок ефективності імпорتنих операцій з метою вибору найкращого варіанту імпорту з-поміж наявних альтернатив.

Планові показники імпорту доводяться до основних підрозділів

підприємства з метою координації товарних та грошових потоків у часі та просторі, а також задля формування виробничої програми, стратегії збуту тощо. З огляду на те, що імпортна діяльність є базисом функціонування виробничих підприємств, саме від ефективного планування імпортних операцій залежить результативність функціонування підприємства в цілому.

Одним з ключових факторів, що впливає на ефективність міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів, є вибір базису постачання товарів згідно з умовами поставки Інкотермс (компанії можуть використовувати будь-яку з редакцій документу (2000 чи 2010), просто прописавши рік у контракті), що розподіляють між продавцем витрати та відповідальність за доставку товару, а також визначають момент переходу ризиків за пошкодження товару від продавця до покупця[4].

Важливим фактором впливу на результативність міжнародних комерційних операцій в сфері імпорту є також умови платежу. У міжнародній практиці застосовується широкий спектр платіжних інструментів, що спроможні гарантувати сторонам виконання контрагентами своїх зобов'язань.

До форм розрахунків, які використовуються у міжнародній торгівлі, належать 100%-ний авансовий платіж, акредитив, інкасо та відкритий рахунок. Авансовий платіж у розмірі повної вартості товару, що поставляється, є найменш вигідною для імпортера формою платежу. Втім, при здійсненні операцій з вітчизняними контрагентами дана форма платежу використовується найбільш часто, що пов'язано з низьким ступенем довіри до українського бізнесу в світі. Акредитивна форма розрахунку є певною альтернативою авансовому платежу, оскільки за умови її застосування імпортер має гарантію, що платіж буде зроблений на користь експортера тільки після подання тим товарних документів, що засвідчують відвантаження товару. Інкасо – це банківська розрахункова операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на підставі розрахункових документів належні клієнтові кошти від платника (імпортера) за відвантажені на адресу імпортера товари і зараховує ці кошти на рахунок клієнта-

експортера у себе в банку. Дана форма розрахунків, попри її вигідність для імпортерів, майже не використовується. Так само рідко у вітчизняній практиці підприємства-суб'єкти ЗЕД використовують і відкритий рахунок – форму платежу, за якої оплата за товар здійснюється протягом визначеного строку після отримання товару покупцем [4].

На наш погляд, одним з ключових аспектів забезпечення ефективності міжнародних торговельних операцій, є здійснення контролю. Для того, щоб забезпечити підґрунтя для прийняття управлінських рішень, необхідним є проведення зіставлення результатів та витрат, понесених для їх досягнення. Окрім цього, отримані показники ефективності імпорту порівнюються з показниками за альтернативними операціями (показниками по минулим угодам, показниками операцій з аналогічним товаром, проведеними за іншими постачальниками тощо). У випадку, якщо результати альтернативних операцій є вищими, суб'єкт управління приймає рішення про доцільність зміни умов імпортової операції у перспективі.

Саме на основі результатів оцінки ефективності імпорту на підприємстві мають вживатися заходи, які дозволять підвищити результативність міжнародних комерційних операцій.

Таким чином, ефективність міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів визначаються впливом низки факторів, врахування яких дозволить підприємству істотно покращити результати закупівель на зовнішніх ринках (рис. 1.1).

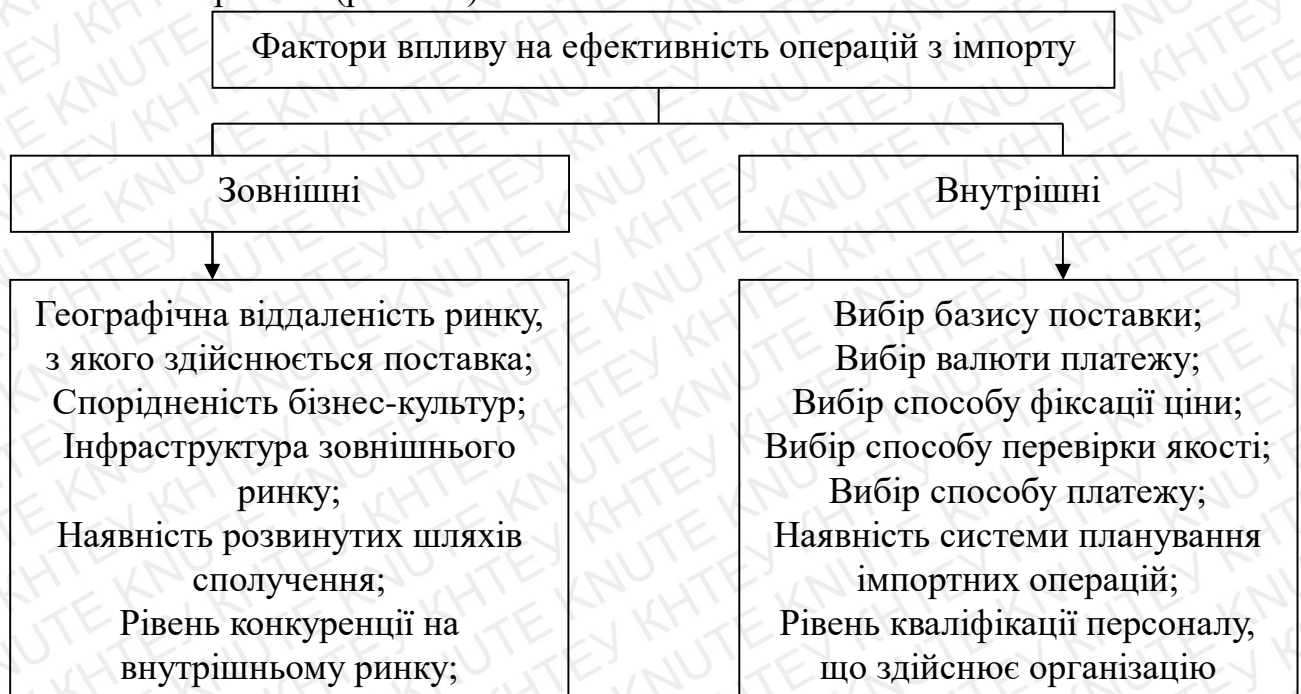


Рис. 1.1. Фактори впливу на ефективність операцій з імпорту

Попри те, що в значній мірі рівень прибутковості визначається макроекономічною ситуацією на ринку як країни постачальника, так і країни-покупця, основні фактори впливу на ефективність операцій є підконтрольними підприємству. До них, зокрема, належать: обґрунтованість форми організації імпорتنих операцій, якісний аналіз як ринку країни-покупця, так і країни-експортера, вибір умов платежу та базису постачання, оптимальних для кожної міжнародної комерційної операції, постійна оцінка ефективності операцій з метою внесення корегувальних засобів

На наш погляд, на ефективність міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів найбільшою мірою впливають саме внутрішні фактори, оскільки від якості управлінського процесу та обґрунтованості вибору тієї чи іншої умови операції у кінцевому результаті залежить її ефективність. Значення зовнішніх факторів є надзвичайно значущим, втім завданням фахівців підприємства є прийняття таких рішень, які дозволять мінімізувати негативний вплив середовища, та максимізувати позитивний.

Висновки до розділу 1

Міжнародна комерційна операція підприємства-імпортера - комерційна діяльність, що пов'язана з закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності. Імпортна діяльність відіграє знану роль у діяльності вітчизняних виробничих підприємств. В результаті залучення у міжнародну торгівлю підприємство-імпортер має можливість отримати доступ до дешевих та якісних сировини та комплектуючих, необхідних для виробництва готової продукції. Імпортна діяльність підприємства сприяє також інноваційному оновленню виробничих фондів вітчизняних підприємств, і, відповідно, зниженню витрат виробництва та підвищенню якості продукції.

Процес забезпечення ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів являє собою сукупність заходів у сфері планування, організації, контролю та регулювання імпортною діяльності з метою підвищення рівня її ефективності. Саме якість здійснення зазначених заходів є основним чинником, що впливає на ефективність міжнародних комерційних операцій, оскільки дозволяє нівелювати негативний вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства.

Здійснення оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів виступає основним критерієм доцільності їх здійснення та визначається як співвідношення доходів підприємства, отриманих у результаті здійснення імпортною операції, та витрат, понесених для отримання цих доходів. На основі розрахованих показників ефективності підприємство може зробити висновок про доцільність здійснення тієї чи іншої операції, обрати того чи іншого постачальника та, відповідно, скорегувати умови майбутніх імпортних операцій.

2.ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОПОЛЬТРАНС»

2.1. Оцінка фінансово-господарської діяльності ТОВ «Опольтранс»

ТОВ «Опольтранс» - офіційний партнер польської компанії «OPOLTRANS», головним профілем якої є продаж запасних частин до вантажного автотранспорту, а також виробництво і реалізація тентових і самосвальних напівпричепів під торговою маркою MEGA.

Асортимент продукції підприємства містить понад 80 тисяч позицій-запасних частин до вантажного автотранспорту типу SCANIAIVECO, MERCEDES, DAF, BPW, ROR, KASSBOHRER, TRAILOR, FRUEHAUF, MERITOR, який постійно збільшується. У Києві на сьогоднішній день на складах перебувати 12000 найменувань товарів, що забезпечують основні потреби клієнтів підприємства.

За останні 5 років обсяги діяльності підприємства істотно збільшилися, що пов'язано з посиленням співпраці з польською компанією. У 2013 – 2014 рр. підприємство працювало у формі приватного підприємства, реалізуючи на ринку України закуплені за кордоном напівпричепи. У 2015 році відбулося підписання угоди про співпрацю з польською компанією, підприємство було перереєстроване у товариство з обмеженою відповідальністю, і обсяги господарської діяльності почали активно збільшуватися. Так, за досліджуваний період відбулося зростання обсягів чистого доходу від реалізації продукції з 303,3 тис. грн. до 50715,8 тис грн., що навіть з врахуванням динаміки валютного курсу свідчить про значний розвиток підприємства.

Значний темп зростання обсягів чистого доходу спостерігався на підприємстві з 2015 р. (тоді отримані доходи зросли у 4,46 рази), тоді як найвищі показники динаміки мали місце у 2016 р.: чистий дохід підприємства

за цей період збільшився у 10,71 рази (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Динаміка фінансових результатів ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	300,3	530,7	2364,6	25317,9	50715,8	230,4	1833,9	22953,3	25397,9	1,77	4,46	10,71	2,00
Інші операційні доходи	0,0	0,0	0,0	233,2	105,6	0,0	0,0	233,2	-127,6	-	-	-	0,45
Разом доходи	300,3	530,7	2364,6	25551,1	50821,4	230,4	1833,9	23186,5	25270,3	1,77	4,46	10,81	1,99
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	300,3	574,7	1754,9	20403,1	46723,6	274,4	1180,2	18648,2	26320,5	1,91	3,05	11,63	2,29
Інші операційні витрати	184,9	23,7	684,0	3121,5	1984,3	-161,2	660,3	2437,5	-1137,2	0,13	28,86	4,56	0,64
Разом витрати	485,2	598,4	2438,9	23524,6	48707,9	113,2	1840,5	21085,7	25183,3	1,23	4,08	9,65	2,07
Фінансовий результат до оподаткування	-184,9	-67,7	-74,3	2026,5	2113,5	117,2	-6,6	2100,8	87,0	0,37	1,10	-27,27	1,04
Податок на прибуток	0,0	0,0	0,0	364,8	380,4	0,0	0,0	364,8	15,6	-	-	-	1,04
Чистий прибуток (збиток)	-184,9	-67,7	-74,3	1661,7	1733,1	117,2	-6,6	1736,0	71,4	0,37	1,10	-22,36	1,04

Інші операційні доходи підприємство мало лише у 2016-2017 рр., і їх обсяги були незначними порівняно з чистим доходом від реалізації продукції. Таким чином, увесь обсяг отриманих доходів мав динаміку, аналогічну динаміці отриманих підприємством коштів від реалізації імпортованої продукції. Собівартість реалізованої продукції змінювалася аналогічно до динаміки чистого доходу – зростала протягом останніх 5-ти років з піком збільшення у 2016 р. При цьому темпи зростання собівартості за виключенням 2015 року були вищими за темпи зростання чистого доходу. Окрім цього, необхідно відзначити, що у 2013 році собівартість продукції, закупленої за кордоном, була рівною чистому доходу від її реалізації, а у 2014 р. – перевищувала її (таким чином, підприємство було збитковим внаслідок того, що витрати, не пов'язані з закупівлею продукції, не були покриті за рахунок отриманого доходу). Втім, починаючи з 2015 р., ситуація почала покращуватися, і у 2016-2017 рр. підприємство було прибутковим, при чому обсяги отриманого прибутку мали тенденцію до зростання.

Таким чином, можна зробити висновок, за протягом останніх років відбулося істотне покращення фінансових результатів ТОВ «Опольтранс», пов'язане з більш обґрунтованим підходом до ціноутворення на імпорту продукцію та поглибленням співпраці з основним постачальником підприємства. За останні 5 років відбулося також істотне зростання обсягів майна підприємства: баланс ТОВ «Опольтранс» збільшився з 736,6 тис. грн. до 29902,2 тис. грн. Протягом усього досліджуваного періоду основу майнових ресурсів підприємства формували запаси, зменшення яких у 2014 р. призвело також до зниження балансу до 277,1 тис. грн.

У 2016 р. ТОВ «Опольтранс» мало значні обсяги дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги (на кінець 2017 р. вона дорівнювала 3926,1 тис. грн.). Окрім цього, досить значними у 2015 – 2017 рр. були обсяги дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом, хоча можна констатувати існування чіткої тенденції до зменшення цієї статті балансу.

Таблиця 2.2.

Динаміка вартості активів ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Показник	На	На	На	На	На	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
	31.12. 2013	31.12 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Основні засоби	40,9	37,7	206,3	2289,2	1994,8	-3,2	168,6	2082,9	-294,4	0,92	5,47	11,10	0,87
НЕОБОРОТНІ АКТИВИ	40,9	37,7	206,3	2289,2	1994,8	-3,2	168,6	2082,9	-294,4	0,92	5,47	11,10	0,87
Запаси	650,4	218,2	7072,3	18133,3	20979,8	-432,2	6854,1	11061,0	2846,5	0,34	32,41	2,56	1,16
Дебіторська заборгованість за товари, роботи послуги	11,4	0,2	356,6	2592,9	3926,1	-11,2	356,4	2236,3	1333,2	0,02	1783,00	7,27	1,51
Дебіторська заборгованість за рахунками з бюджетом	0,5	0,5	4201,1	3400,3	2002,0	0,0	4200,6	-800,8	-1398,3	1,00	8402,20	0,81	0,59
Інша поточна дебіторська заборгованість			53,1	434,8	461,4	0,0	53,1	381,7	26,6	-	-	8,19	1,06
Гроші та їх еквіваленти	33,4	20,5	792,3	904,0	538,1	-12,9	771,8	111,7	-365,9	0,61	38,65	1,14	0,60
ОБОРОТНІ АКТИВИ	695,7	239,4	12475,4	25465,3	27907,4	-456,3	12236,0	12989,9	2442,1	0,34	52,11	2,04	1,10
БАЛАНС	736,6	277,1	12681,7	27754,5	29902,2	-459,5	12404,6	15072,8	2147,7	0,38	45,77	2,19	1,08

Загалом, можна зробити висновок, що баланс ТОВ «Опольтранс» є достатньо ліквідним, оскільки понад 90% майнових ресурсів представлені оборотними активами (рис. 2.1).

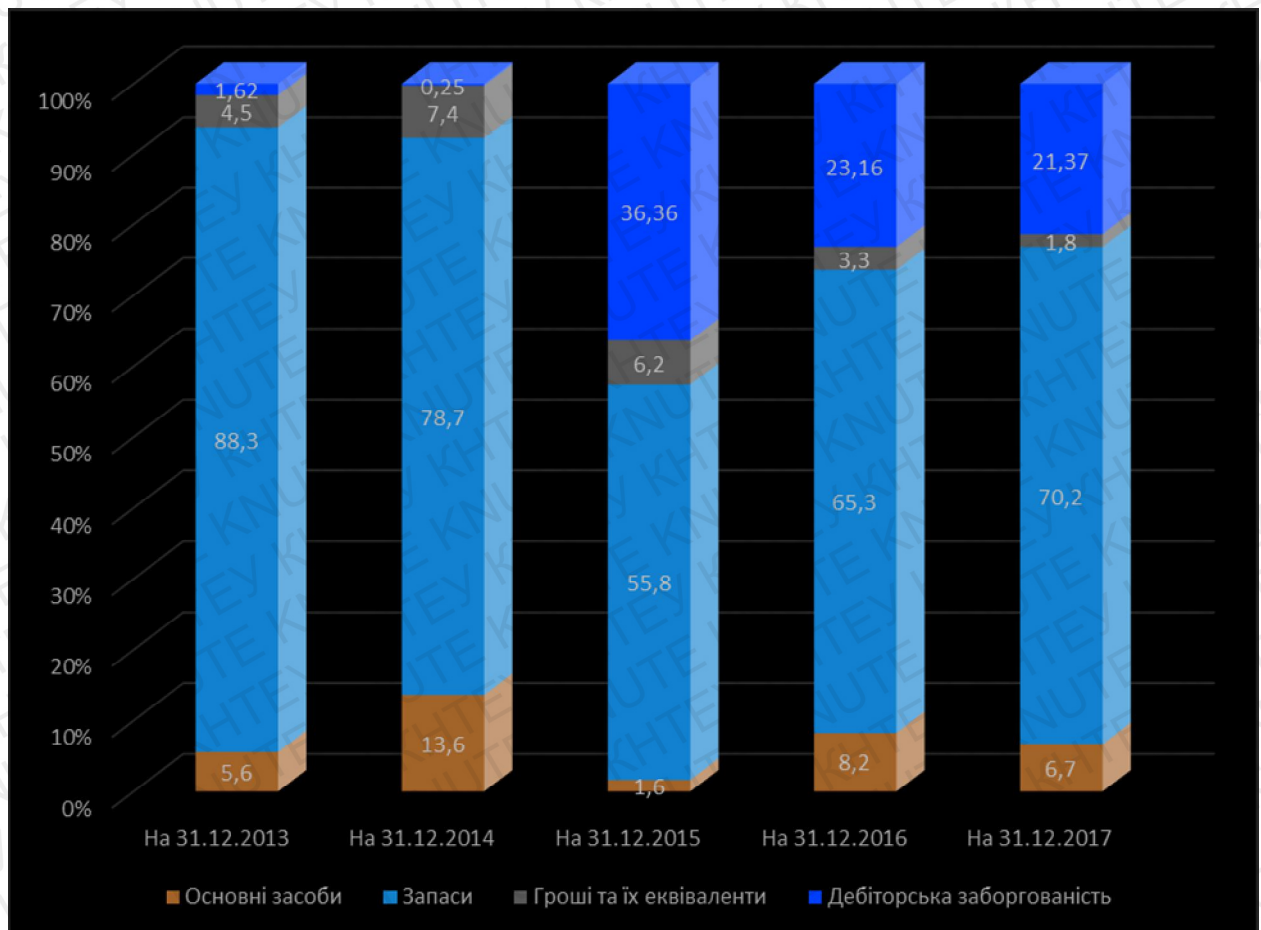


Рис. 2.1. Структура активів ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр., %

За останні 5 років відбулися також значні зміни у структурі пасиву ТОВ «Опольтранс» (табл. 2.3). Так, у 2013-2014 рр. підприємство фінансувалося виключно за рахунок позикових коштів, оскільки обсяги непокритого збитку були значно більшими за обсяги зареєстрованого капіталу. Необхідно відзначити, що непокритий збиток підприємство мало аж до 2017 р., втім починаючи з моменту перереєстрації, який ознаменувався також збільшенням зареєстрованого капіталу спочатку до 3957 тис. грн., а у 2016 р. – до 4718,5 тис. грн., рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування почав зменшуватися.

Таблиця 2.3.

Динаміка вартості пасивів ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Показник	На	На	На	На	На	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
	31.12. 2013	31.12 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Зареєстрований (пайовий) капітал	1909,0	1909,0	3957,0	4718,5	4718,5	0,0	2048,0	761,5	0,0	1,00	2,07	1,19	1,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-2632,4	-2700,1	-2774,4	-1112,7	620,4	-67,7	-74,3	1661,7	1733,1	1,03	1,03	0,40	-0,56
Неоплачений капітал	-104,3	-104,3	-104,3	0,0	0,0	0,0	0,0	104,3	0,0	1,00	1,00	0,00	-
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ	-827,7	-895,4	1078,3	3605,8	5338,9	-67,7	1973,7	2527,5	1733,1	1,08	-1,20	3,34	1,48
Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи, послуги	993,5	993,5	11575,7	23757,2	24221,0	0,0	10582,2	12181,5	463,8	1,00	11,65	2,05	1,02
розрахунками з бюджетом	0,0	0,0	3,0	364,8	257,0	0,0	3,0	361,8	-107,8	-	-	121,60	0,70
розрахунками зі страхування	0,0	0,0	8,2	9,6	15,4	0,0	8,2	1,4	5,8	-	-	1,17	1,60
розрахунками з оплати праці	0,0	0,0	16,5	17,1	69,9	0,0	16,5	0,6	52,8	-	-	1,04	4,09
Інші поточні зобов'язання	570,8	179,0	0,0	0,0	0,0	-391,8	-179,0	0,0	0,0	0,31	0,00	-	-
ПОТОЧНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ	1564,3	1172,5	11603,4	24148,7	24563,3	-391,8	10430,9	12545,3	414,6	0,75	9,90	2,08	1,02
БАЛАНС	736,6	277,1	12681,7	27754,5	29902,2	-459,5	12404,6	15072,8	2147,7	0,38	45,77	2,19	1,08

Протягом усього досліджуваного періоду поточні зобов'язання ТОВ «Опольтранс» були представлені поточною кредиторською заборгованістю за товари, роботи, послуги (у 2013 р. значення цієї статті пасиву дорівнювало 993,5 тис. грн., у 2017 р. – 24221 тис. грн.) Розглядаючи структура активів, зазначимо, що у 2014 р. обсяг цієї статті у 3,58 рази перевищував вартість балансу підприємства, тоді як після стабілізації фінансового стану у 2017 р. складав 81% джерел фінансування (рис. 2.2).

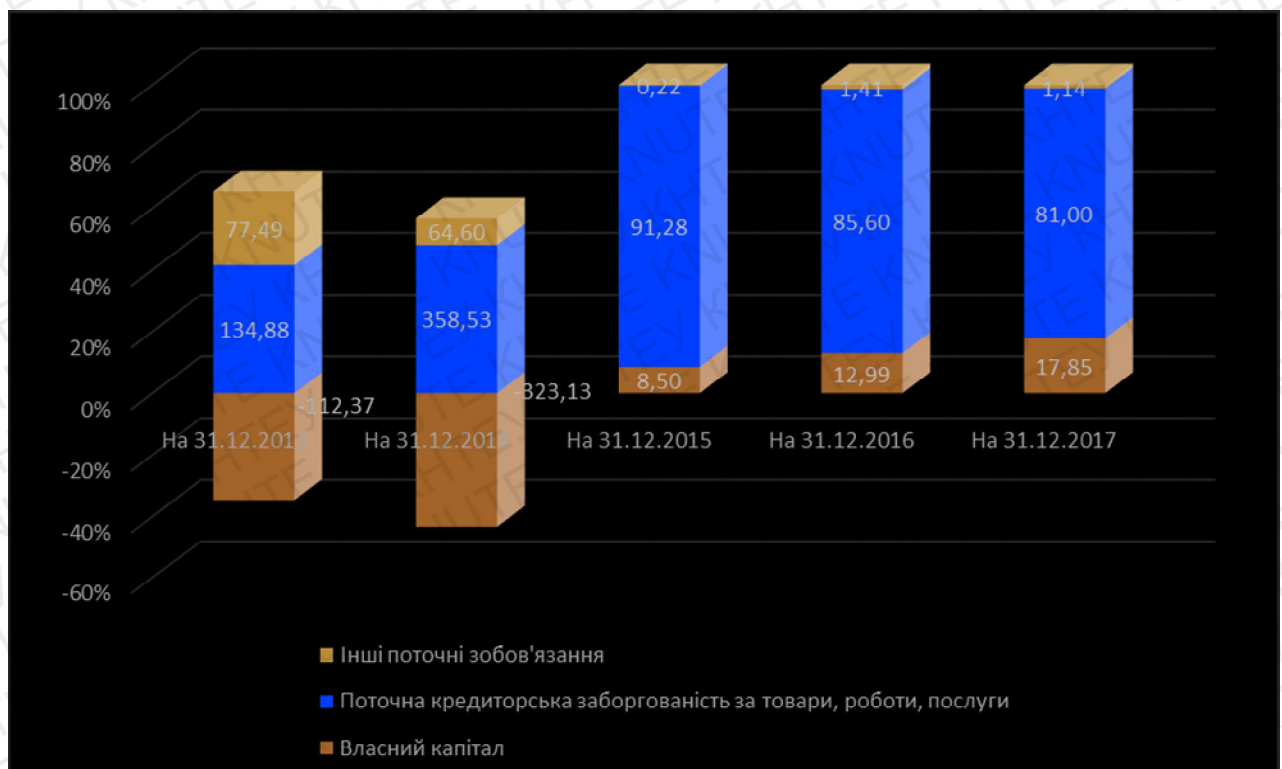


Рис. 2.3. Структура пасивів ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр., %

На основі даних фінансової звітності ми розраховували показники ліквідності ТОВ «Опольтранс». Можна констатувати, що до 2015 р. усі показники ліквідності були значно нижчими за такі, що вважаються нормальними, що пов'язано зі значними обсягами поточних зобов'язань. Втім коефіцієнт покриття та коефіцієнт швидкої ліквідності у 2015 – 2017 рр. були вищими за одиницю, що вказує на спроможність підприємства покрити свої зобов'язання перед кредиторами за рахунок оборотних активів. Натомість коефіцієнт абсолютної ліквідності був нижчим за 0,2 протягом усього

розглянутого періоду, що вказує на доцільність перегляду політики управління фінансовими ресурсами підприємства (табл. 2.4).

Таблиця 2.4.

Динаміка показників ліквідності ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр.

Показник	На	На	На	На	На	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016
Коефіцієнт покриття	0,44	0,20	1,08	1,05	1,14	-0,24	0,87	-0,02	0,08	0,46	5,27	0,98	1,08
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,44	0,20	1,07	1,05	1,14	-0,24	0,87	-0,02	0,08	0,46	5,26	0,98	1,08
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,02	0,02	0,07	0,04	0,02	0,00	0,05	-0,03	-0,02	-	3,91	0,55	0,59
Чистий оборотний капітал	-868,60	933,10	872,00	1316,60	3344,10	-64,50	1805,10	444,60	2027,50	1,07	-0,93	1,51	2,54

Аналіз розрахованих на даних балансу ТОВ «Опольтранс» показників платоспроможності свідчить, що за цією категорією показників його фінансовий стан все ще є кризовим. Підприємство є надмірно залежним від зовнішніх джерел фінансування, і навіть після збільшення обсягів власного капіталу коефіцієнт автономії на 31.12.2017 складає усього 0,18 (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

Динаміка показників платоспроможності ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр.

Показник	На	На	На	На	На	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016
Коефіцієнт автономії	-1,12	-3,23	0,09	0,13	0,18	-2,11	3,32	0,04	0,05	2,88	-0,03	1,53	1,37
Коефіцієнт фінансування	-0,53	-0,76	0,09	0,15	0,22	-0,23	0,86	0,06	0,07	1,44	-0,12	1,61	1,46
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-1,25	-3,90	0,07	0,05	0,12	-2,65	3,97	-0,02	0,07	3,12	-0,02	0,74	2,32
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,05	1,04	0,81	0,37	0,63	-0,01	-0,23	-0,44	0,26	0,99	0,78	0,45	1,72

Коефіцієнт фінансування, що на кінець 2017 р. склав 0,22, свідчить про значне переважання у структурі джерел фінансування позикових ресурсів. Низьке значення коефіцієнта забезпеченості власними оборотними засобами також вказує на те, що операційна діяльність ТОВ «Опольтранс» фінансується переважно за рахунок позикових коштів.

Протягом досліджуваного періоду відбулося покращення усіх показників ділової активності ТОВ «Опольтранс» за виключенням коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості та власного капіталу, що пов'язано з тим, що їх обсяги на початку досліджуваного періоду були дуже незначними (у випадку з власним капіталом – від'ємними) і, відповідно, темп зростання цього показника перевищував темп зростання чистого доходу (табл. 2.6)

Таблиця 2.6.

**Динаміка показників ділової активності ТОВ «Опольтранс»
у 2014 – 2017 рр.**

Показник	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення			Відносне відхилення		
					2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт оборотності активів	1,05	0,36	1,25	1,76	-0,7	0,9	0,5	0,35	3,43	1,40
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,53	0,38	1,42	2,08	-0,2	1,0	0,7	0,70	3,77	1,47
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	84,24	1,03	4,59	7,91	-83,2	3,6	3,3	0,01	4,47	1,73
Коефіцієнт оборотності основних засобів	3,26	11,99	16,91	17,37	8,7	4,9	0,5	3,68	1,41	1,03
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	-0,62	25,86	10,81	11,34	26,5	-15,0	0,5	-41,98	0,42	1,05
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	4,27	351,04	78,48	45,49	346,8	-272,6	-33,0	82,14	0,22	0,58
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	673,94	958,91	254,18	172,89	285,0	-704,7	-81,3	1,42	0,27	0,68

Зважаючи на істотне покращення фінансових результатів підприємства, за досліджуваний період позитивну динаміку мали також коефіцієнти рентабельності: коефіцієнт рентабельності зріс за останні роки з -0,13 (з огляду на збитковість підприємства, значення коефіцієнта було від'ємним) до 0,06; коефіцієнт рентабельності власного капіталу збільшився до 0,39, коефіцієнт рентабельності діяльності - з-0,13 до 0,03 (табл. 2.7).

Таблиця 2.7.

**Динаміка показників рентабельності ТОВ «Опольтранс»
у 2014 – 2017 рр.**

Показник	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення			Відносне відхилення		
					2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт рентабельності активів	-0,13	-0,01	0,08	0,06	0,12	0,09	-0,02	0,09	-7,17	0,73
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,08	-0,81	0,71	0,39	-0,89	1,52	-0,32	-10,34	-0,87	0,55
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-0,13	-0,03	0,07	0,03	0,10	0,10	-0,03	0,25	-2,09	0,52

У цілому, здійснений аналіз засвідчив, що за останні 5 років фінансовий стан ТОВ «Опольтранс» істотно покращився, оскільки відбулося зростання обсягів діяльності більш ніж у 165 разів, починаючи з 2015 р. компанія почала отримувати прибутки, відбулося покращення показників ліквідності, рентабельності та ділової активності. При цьому найбільшою проблемою, яка потребує вирішення, є значний обсяг залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, що провокує для ТОВ «Опольтранс» значні фінансові ризики.

2.2. Дослідження впливу зовнішнього середовища на ефективність міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»

Фінансові результати ТОВ «Опольтранс» залежать не лише від якості управлінських рішень, які приймаються працівниками, але від впливу факторів зовнішнього середовища. На ефективність міжнародної комерційної діяльності підприємства у значній мірі впливають такі чинники, як макроекономічна ситуація в Україні, яку можна розглядати як тло для функціонування суб'єктів господарювання; конкуренція у галузі, тобто наявність інших підприємств, які працюють в аналогічній сфері; попит на запчастини, які пропонує ТОВ «Опольтранс». У значній мірі на ефективність імпорتنих операцій компанії впливає також законодавство України у сфері зовнішньоекономічної діяльності, оскільки саме воно визначає умови укладання підприємством міжнародних договорів.

Оцінюючи макроекономічну ситуацію в Україні, необхідно відзначити, що попри відносну стабілізацію національного господарства, країна все-ще перебуває у жорсткій кризі (рис. 2.3).

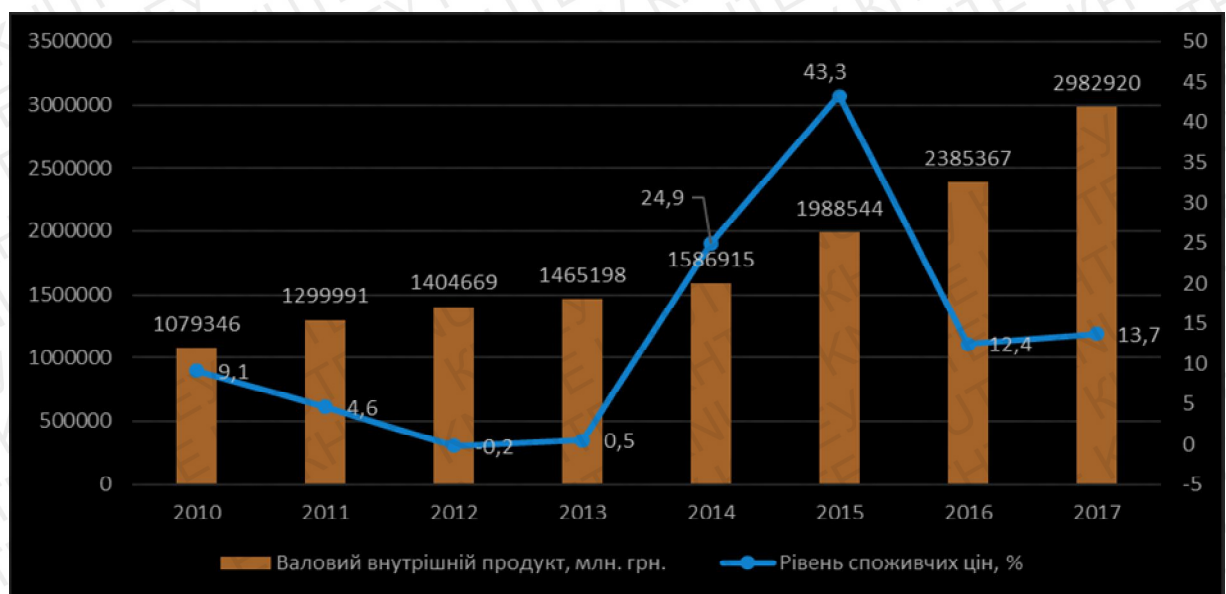


Рис. 2.3. Динаміка ВВП та індексу споживчих цін України у 2010 – 2017 рр.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики та Національного банку України

Як видно з представленого рисунку, протягом останніх років в Україні спостерігалось неістотне збільшення ВВП, яке повністю навіювалося високими темпами інфляції. Починаючи з 2014 р. в Україні мало місце надзвичайно стрімке зростання індексу споживчих цін, при чому у 2017 році, після незначного падіння у 2016 р., знов відновився.

Загалом, у 2017 році відбулося певне закріплення позитивних економічних тенденцій, утримання макроекономічної стабільності, ділового та інвестиційного клімату, що формуватиме основу для подальшого якісного економічного зростання в умовах реалізації задекларованих урядових реформ.

За оцінками Мінекономіки України, у 2017 р. відбулося зростання капітальних інвестицій в Україні їх обсяги збільшились на 20,7% порівняно з 2016 роком, що було сформовано в умовах поживлення виробничої діяльності підприємств з формуванням на цій основі позитивних фінансових результатів у більшості видів економічної діяльності, поліпшення ділових очікувань та поступового послаблення інвестиційних ризиків на тлі відносної макрофінансової стабілізації та продовження процесів реформування [].

На наш погляд, поживлення ділової активності, зафіксоване статистикою, було викликано не покращенням макроекономічної ситуації, а тим фактом, що переважна частина підприємств звикла працювати у нових умовах, адаптувавшись до перманентної кризи та її викликів. Можна прогнозувати, що значних позитивних змін у макроекономічній ситуації найближчим часом не відбудеться, таким чином ТОВ «Опольтранс» доцільно також розробляти стратегію господарської діяльності з врахуванням існуючих складнощів.

Зважаючи на те, що ТОВ «Опольтранс» є імпортером продукції, значний вплив на ефективність його господарських операцій має валютний курс. Протягом останніх років відбулося істотне знецінення національної валюти, що негативно позначилося на можливостях вітчизняних підприємств

утримувати високу ефективність імпорتنих операцій. Зростання курсу іноземної валюти, зокрема євро, що є валютою платежу при розрахунках ТОВ «Опольтранс» з польським контрагентом, обумовлює високу собівартість імпортованих продуктів, що, в умовах падіння платоспроможного попиту та значної конкуренції, які ведуть до неможливості встановлювати високі ціни на продукцію, призводить до зниження ефективності імпорتنих операцій (рис. 2.4).

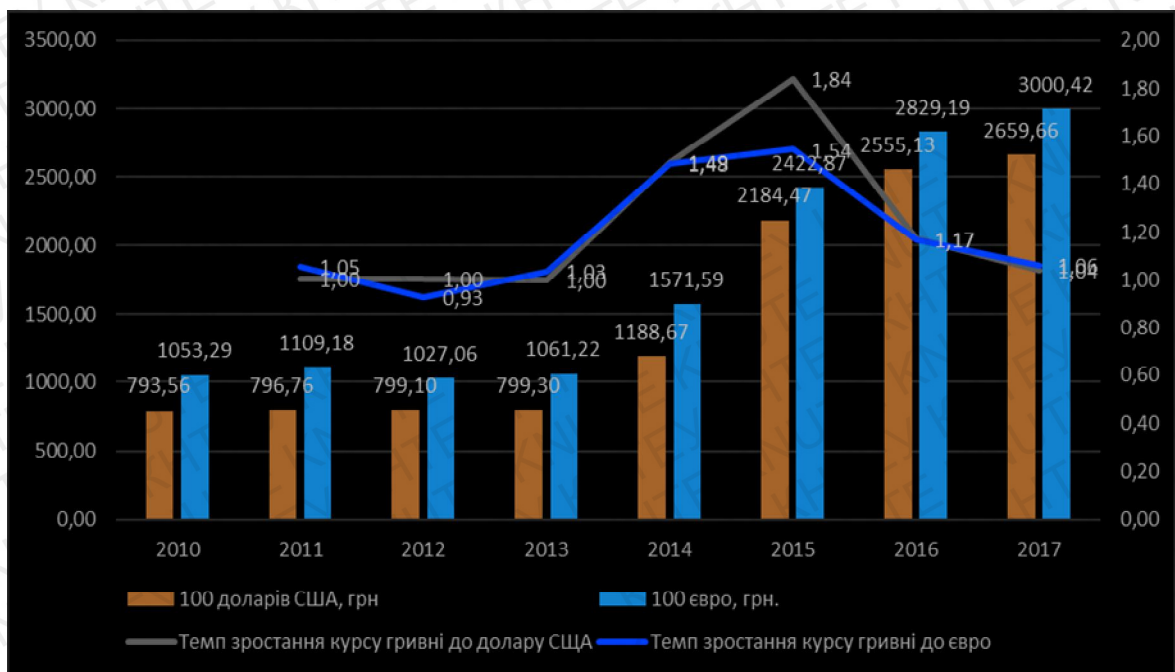


Рис. 2.4. Динаміка курсу долару США та Євро до гривні у 2010 – 2017 рр.

Джерело: Національний банк України

У 2014 – 2015 рр. мало місце зростання курсу долару США на 49 та 84% відповідно, євро – на 48 та 54%. Попри те, що у 2016 – 2017 рр. відбувалося уповільнення темпів падіння гривні, воно все-одно відбувалося, і надалі, за прогнозами експертів, ситуація істотно не покращиться. Це фактор справляє негативний вплив на діяльність ТОВ «Опольтранс» як імпортера автозапчастин, що має бути враховано при побудові стратегії міжнародної комерційної діяльності підприємства.

Значний вплив на ефективність міжнародних операцій ТОВ

«Опольтранс» справляє діяльність конкурентів. Нині на ринку працює значна кількість компаній, які пропонують клієнтам автозапчастини як оптом, так і в роздріб.

У 2016 р. підприємствами оптової торгівлі було реалізовано запчастин на суму 27850,5 млн. грн., у 2017 р. - 33839,4 млн. грн, таким чином за рік відбулося зростання оптового ринку автозапчастин на 21%. При цьому за останній рік скоротилася частка вітчизняних автозапчастин на оптовому ринку: у 2016 р. на них припадало 15,3% товарообороту, а у 2017 р. – усього 12,8%.

Роздрібний ринок автозапчастин за останні роки також збільшився, при цьому падіння попиту на автозапчастини відбувалося у кризові роки: у 2009 – 2011 рр. (після кризи 2018 р.), та 2014 – 2015 рр. (рис. 2.5).

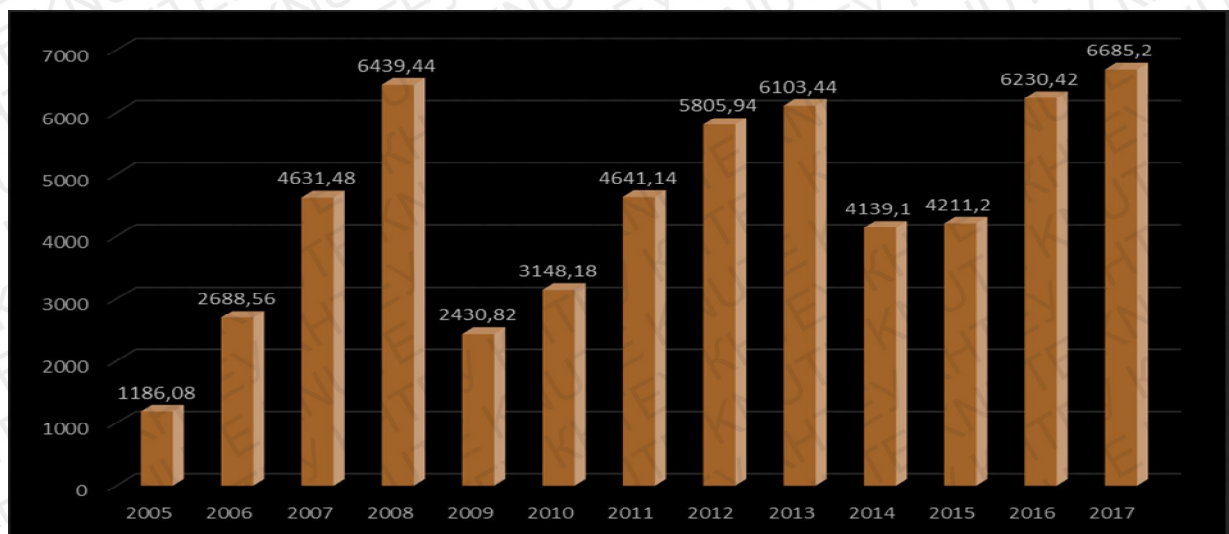


Рис. 2.5. Обсяги продажу автозапчастин підприємствами роздрібною торгівлі у 2005 – 2017 рр., млн. грн.

Джерело: Державна служба статистики

Представлена статистика вказує на те, що ринок, на якому працює ТОВ «Опольтранс» є конкурентним. Значна частина автозапчастин реалізується в Україні офіційними сервісними центрами окремих автомобілевиробників, втім і обсяги продажу продукції малими та середніми підприємствами, а

також приватними підприємцями також є значними. Таким чином важливу роль для підвищення ефективності імпорتنих операцій підприємства має інформування потенційних споживачів про свою діяльність та продукцію, яка може придбана ними.

Серед факторів, які впливають на ефективність міжнародних комерційних операцій ТОВ «Опольтранс» доцільно виділити також попит на автозапчастини на ринку України. До основних клієнтів підприємства належать транспортні компанії, які здійснюють ремонт власного автотранспорту, зважаючи на що саме розвиток транспортної сфери України визначає попит на товари досліджуваної компанії.

Дані статистики свідчать, що протягом 2012 – 2015 рр. відбувалося зростання кількості суб'єктів господарської діяльності, які здійснювали міжнародні перевезення, тоді як у 2016 р. відбулося зменшення їх кількості майже на 10 тис. Окрім цього, за досліджуваний період відбулося зменшення частки підприємств, які надають послуги у сфері транспорту, таким чином переважна частина суб'єктів на ринку – це приватні підприємства, які зазвичай здійснюють ремонт транспортних засобів самостійно, і, відповідно, є цільовою групою для ТОВ «Опольтранс» (рис.2.6).

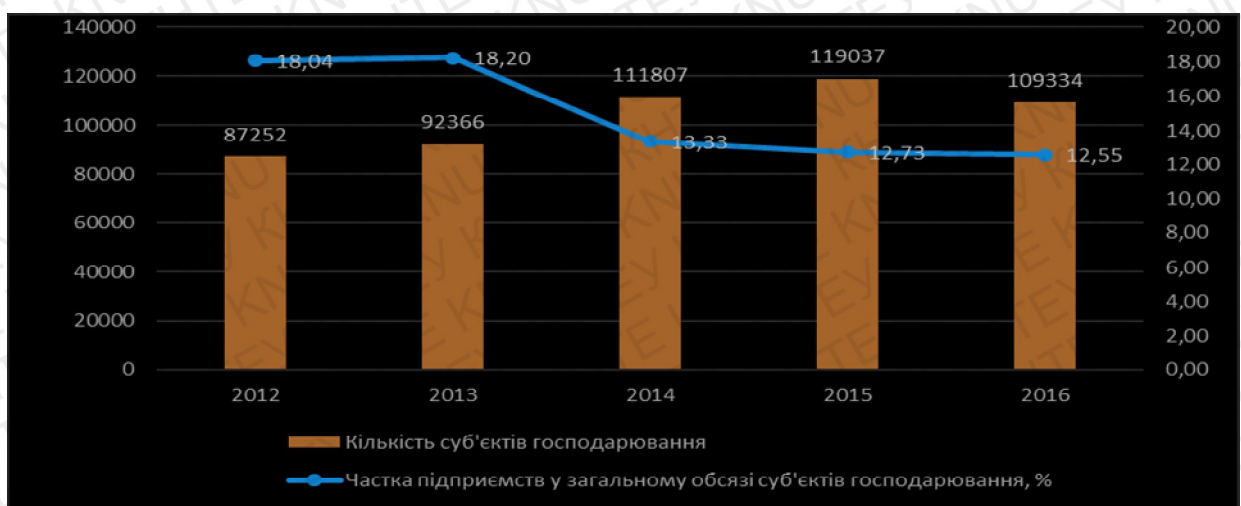


Рис. 2.6. Кількість суб'єктів господарської діяльності, що надають транспортні послуги, у 2012 – 2016 рр.

Джерело: Державна служба статистики України

Серед політичних факторів, які впливають на ефективність міжнародних комерційних операцій ТОВ «Опольтранс», можна виділити підписання Україною угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Одним з елементів Угоди є створення зони вільної торгівлі, відповідно до умов якої сторони скасовують ввізні мита на продукцію, яка надходить від іншої сторони.

Зважаючи на те, що контрагентом ТОВ «Опольтранс» є Польща – країна-член ЄС, підписання угоди позитивно впливає на собівартість імпортованої продукції, і, відповідно, на цінову конкурентоспроможність підприємства. Повертаючись до питання інформування споживачів продукції, яку пропонує підприємство, про його діяльність, асортимент та цілі, не можна не акцентувати увагу на інноваційному факторі. Сьогодні поряд із традиційними факторами маркетингу ТОВ «Опольтранс» має можливість активно використовувати Інтернет для комунікації з клієнтами. Загалом, створюючи якісний контент, будь-яке підприємство може сьогодні впливати на споживачів продукції, збільшуючи обсяги господарської діяльності. Водночас, динамічний розвиток Інтернет-технологій дає можливість споживачам продукції замовляти автозапчастини безпосередньо у виробників за кордоном, що створює додаткову конкуренцію для досліджуваного підприємства. Сьогодні усе більша кількість підприємців здійснює замовлення продукції за кордоном, що може негативно позначитися на діяльності підприємства у майбутньому.

Таким чином, можна стверджувати, що усі розглянуті групи факторів (макроекономічна ситуація в Україні, конкуренція на ринку, стан платоспроможного попиту, політичні рішення у сфері міжнародної діяльності, а також розвиток інноваційних технологій) справляють значний вплив на діяльність ТОВ «Опольтранс» та ефективність його міжнародних комерційних операцій. При цьому жодна група факторів не має однозначно позитивного чи негативного впливу на підприємство, що вказує на необхідність формування стратегії розвитку підприємства, враховуючи усі альтернативи зміни напрямку впливу на ТОВ «Опольтранс» (рис. 2.7).

Позитивний вплив

Фактори впливу на міжнародні комерційні операції ТОВ «Опольтранс»

Негативний вплив

Рис. 2.7. Вплив факторів зовнішнього середовища на ефективність міжнародних комерційних операцій ТОВ «Опольтранс»

Так, попри складність макроекономічної ситуації в країні, що обумовлює падіння платоспроможного попиту і зростання вартості імпортової продукції, позитивним є те, що у таких умовах ТОВ «Опольтранс» має можливість знайти нових клієнтів серед тих, хто з метою економії вирішить самостійно здійснювати ремонт.

Значна конкуренція на ринку, яка значно обмежує можливості ТОВ «Опольтранс» у ціноутворенні, змушує керівництво шукати нові підходи для підвищення ефективності міжнародних операцій. Зменшення кількості суб'єктів господарської діяльності, які є основними клієнтами ТОВ «Опольтранс», натомість компенсується зростанням частки приватних підприємств, які зазвичай купують саме запчастини, а не послуги з ремонту. Нарешті складна політична ситуація, яка робить середовище функціонування підприємства непрогнозованим, має свої позитивним наслідком підписання Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС, у результаті якої було усунуто імпортне мито при поставці автозапчастин з країн ЄС. Динамічний розвиток інновацій, в свою чергу, з одного боку дає підприємству значні можливості у сфері електронного маркетингу, а з іншого – створює передумови для розвитку міжнародної конкуренції у сфері торгівлі автозапчастинами.

Таким чином, можна зробити висновок, що за умови врахування при здійсненні імпортних операцій впливу на діяльність ТОВ «Опольтранс» факторів зовнішнього середовища, підприємство матиме можливість істотно підвищити їх ефективність.

Здійснений аналіз засвідчив, що навіть негативні за своєю природою зміни середовища, у якому функціонує компанія, можуть справляти позитивний вплив на її міжнародні комерційні операції.

Напрямок впливу факторів зовнішнього середовища на результати підприємства визначається його управлінським потенціалом, гнучкістю,

здатність адаптуватися та впроваджувати інновації. Таким чином, до завдань, які наразі стоять перед підприємством, належить у першу чергу посилення креативності управлінських рішень, які приймаються керівництвом.

2.3. Оцінка ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»

Як зазначалося, важливу роль у діяльності ТОВ «Опольтранс» відіграє міжнародна комерційна діяльність. Усі доходи, які отримує підприємство, формуються внаслідок перепродажу на ринку України імпортованих з Польщі товарів: польська компанія «Opoltrans» є єдиним контрагентом підприємства, постачаючи йому не лише продукцію власного виробництва, але й запчастини інших марок.

Загалом, протягом останніх років відбулося зростання обсягів імпорту ТОВ «Опольтранс» з 23,6 тис. євро до 1297,9 тис. євро. У гривневому еквіваленті, зважаючи на зростання курсу євро, зростання обсягів імпортованих поставок було більш разячим: з 250,25 тис. грн. до 38,9 млн. грн. (рис. 2.8).

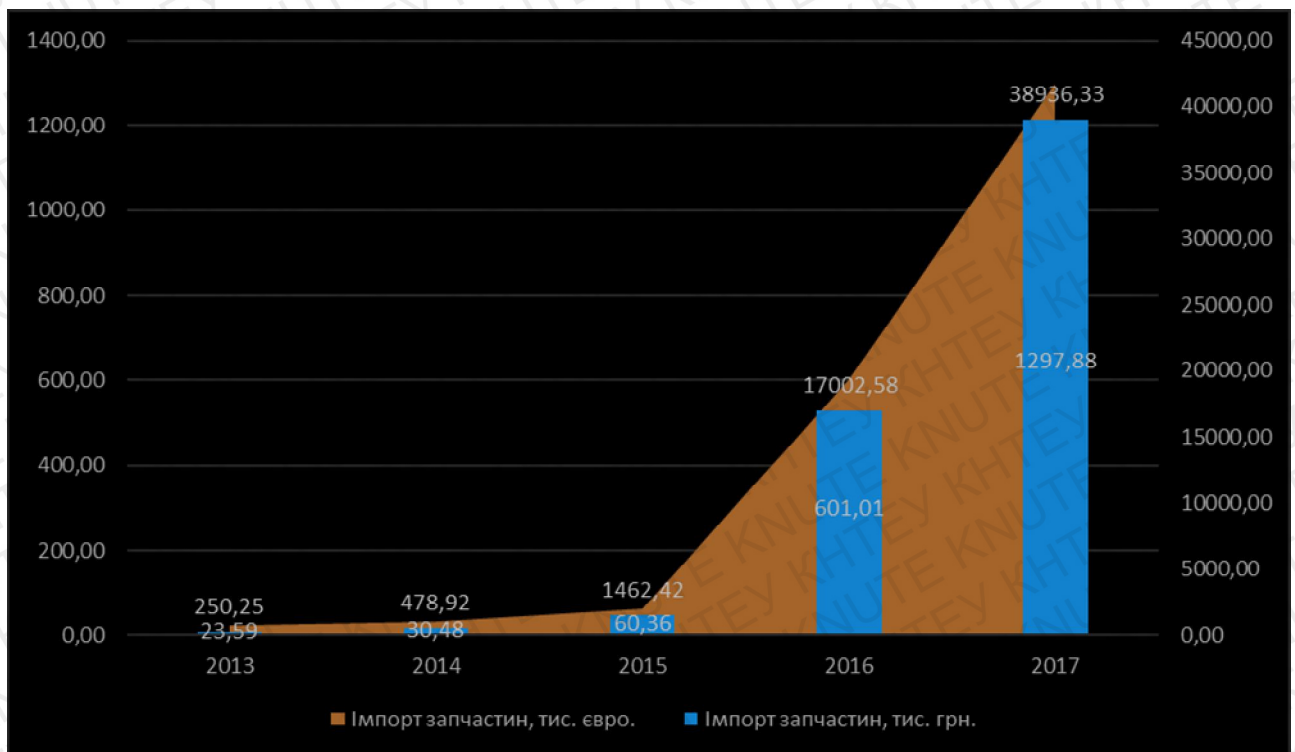


Рис. 2.8. Вартість імпорту ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр.

Імпортні операції ТОВ «Опольтранс» здійснюються на умові Інкотермс СІР Київ, тобто усі витрати, пов'язані з доставкою продукції в Україну, несе продавець, і вони уде включені у фактурну вартість запчастин. Відносини між контрагентами оформлені договором, а кожна окрема поставка здійснюється на основі замовлення та оформлюється специфікацією, яка є додатком до договору. Валютою контракту є євро.

Протягом 2013 – 2014 рр. ТОВ «Опольтранс» здійснювало лише поставки тентових напівпричепів ТМ «Mega», виробником яких є польський контрагент. У 2015 р. було вперше здійснено поставки продукції ТМ «TRAILOR», що дозволило підприємству суттєво покращити фінансові результати. Саме у 2015 році відбулася перереєстрація підприємства у товариство з обмеженою відповідальністю та укладання довгострокового договору про співпрацю з компанією «Opoltrans».

Починаючи з 2016 року ТОВ «Опольтнас» почало здійснювати імпорт достатньо широкого спектру продукції, при чому обсяги поставок мають тенденцію до зростання (табл. 2.8).

Розглядаючи структуру імпорту, зауважимо, що за останні 5 років вона істотно змінилася. Так, на початку досліджуваного періоду продукція ТМ «Mega» складала 100% закордонних поставок, тоді як до 2017 р. її питома вага зменшилася до 28,27%, лишаючись при цьому основною товарною групою в асортименті. 22,88% імпорту у 2017 р. склали товари ТМ «TRAILOR», хоча їх частка за цей період також зменшилася.

Важливу роль в асортименті підприємства відіграють також автозапчастини торгових марок «DAF» та «IVECO» - на них припадало 19,16% та 14,91% відповідно.

Стабільним, хоча і невисоким попитом користуються також запчастини торгових марок «KASSBOHRER» та «MERITOR», питома вага яких складала

6,41% та 3,83%. На інші товари, імпорт яких здійснювався епізодично та зазвичай за замовленням клієнтів припадало к 2017 р. 4,53% (рис. 2.9).

Таблиця 2.8.

Динаміка обсягів імпорту ТОВ «Опольтранс» продукції різних виробників у 2013 – 2017 рр., тис. євро

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
TRAILOR	0,00	0,00	22,22	148,62	297,00	0,00	22,22	126,39	148,38	-	-	6,69	2,00
MEGA	23,59	30,48	38,13	188,13	366,93	6,90	7,65	150,00	178,80	1,29	1,25	4,93	1,95
DAF	0,00	0,00	0,00	116,92	248,69	0,00	0,00	116,92	131,78	-	-	-	2,13
IVECO	0,00	0,00	0,00	47,00	193,45	0,00	0,00	47,00	146,45	-	-	-	4,12
KASSBOHRER	0,00	0,00	0,00	40,42	83,25	0,00	0,00	40,42	42,83	-	-	-	2,06
MERITOR	0,00	0,00	0,00	41,92	49,71	0,00	0,00	41,92	7,79	-	-	-	1,19
Інші	0,00	0,00	0,00	18,01	58,84	0,00	0,00	18,01	40,83	-	-	-	3,27
Усього	23,59	30,48	60,36	601,01	1297,88	6,90	29,87	540,65	696,87	1,29	1,98	9,96	2,16

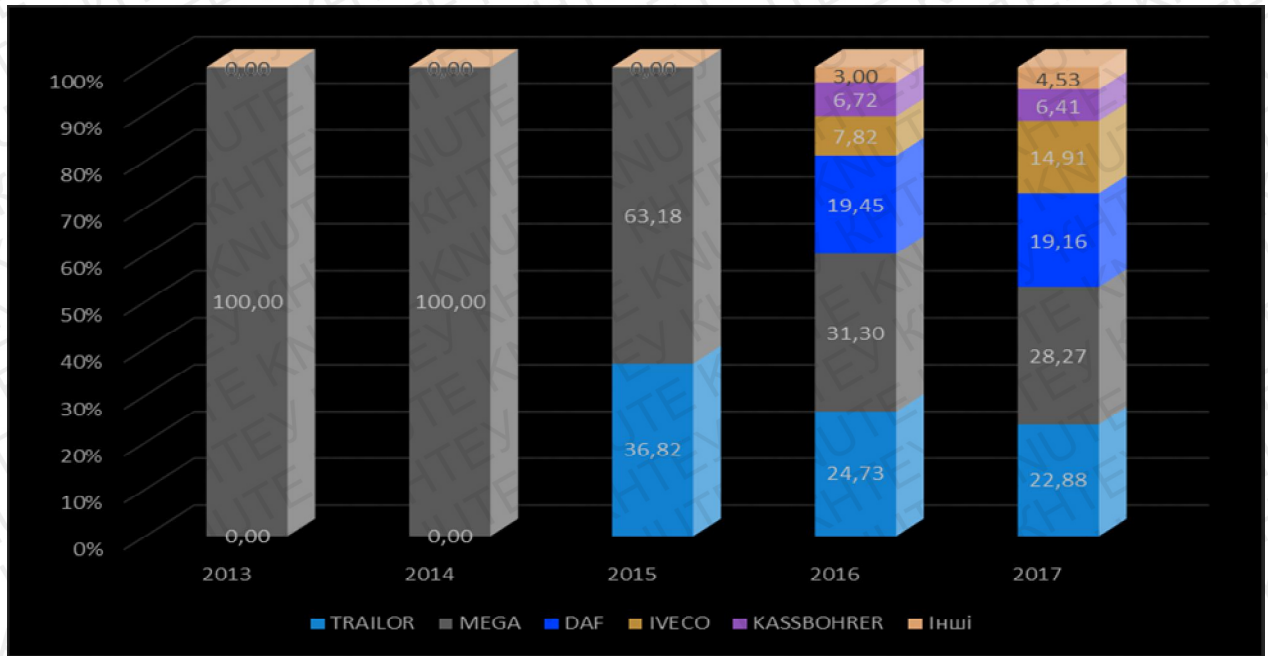


Рис. 2.9. Товарна структура імпорту ТОВ «Опольтранс» у 2013 – 2017 рр., %

Аналіз товарної структури імпорту дозволяє зробити висновок, що ТОВ «Опольтранс» було обрано нішеву стратегію, оскільки підприємство спеціалізується не на поставках продукції широковідомих торгових марок, а на імпорті запчастин тих підприємств, які є вузькоспеціалізованими виробниками. Оцінку ефективності міжнародних комерційних операцій ТОВ «Опольтранс» було нами здійснено у розрізі товарних груп. У першу чергу було оцінено ефективність поставки в Україну продукції ТМ «Мега» (табл. 2.9).

Здійснені розрахунки засвідчили, що чітких тенденцій зміни показників ефективності імпорту продукції цього виробника немає, що можна пояснити, з одного боку, гнучкістю підприємства у процесі ціноутворення, а з іншого боку – різною номенклатурою імпортованих товарів, оскільки на різні типи продукції підприємства встановлює різний рівень націнки.

Таблиця 2.9.

Динаміка показників ефективності імпорту ТОВ «Опольтранс» автозапчастин ТМ «Мега» у 2015 – 2017 рр.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Вартість імпортової продукції на ринку України, тис. грн.	300,30	530,70	1349,46	7225,03	13359,89	230,40	818,76	5875,57	6134,87	1,77	2,54	5,35	1,85
Контрактна вартість імпортової продукції, тис. євро	23,59	30,48	38,13	188,13	366,93	6,90	7,65	150,00	178,80	1,29	1,25	4,93	1,95
Офіційний курс, грн/євро	10,61	15,71	24,23	28,29	30,00	5,10	8,52	4,06	1,71	1,48	1,54	1,17	1,06
Митні платежі, тис. грн.	50,05	95,78	184,79	1064,46	2201,60	45,73	89,01	879,66	1137,14	1,91	1,93	5,76	2,07
Валові витрати при імпорті, тис. грн.	300,30	574,70	1108,76	6386,75	13209,60	274,40	534,06	5277,99	6822,85	1,91	1,93	5,76	2,07
Ефект імпорту, тис. грн.	0,00	-44,00	240,69	838,28	150,29	-44,00	284,69	597,58	-687,98	-	-5,47	3,48	0,18
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,00	0,92	1,22	1,13	1,01	0,00	0,29	-0,09	-0,12	0,92	1,32	0,93	0,89

Так, у 2013 році ТОВ «Опольтранс» реалізувало продукцію на внутрішньому ринку без націнки, у результаті чого ефективність імпорту дорівнювала 1, а підприємство було збитковим, оскільки не покрило інші операційні витрати за рахунок отриманого доходу. У 2014 році імпортні поставки підприємства були неефективними, що призвело до появи збитків від імпортних операцій у обсязі 44 тис. грн. Починаючи з 2015 р. імпорт продукції ТМ «Мега» став ефективним, проте рівень ефективності має тенденцію до зменшення. Окрім висвітлених вище причин причиною цього можна також назвати намагання підприємства стимулювати збут на продукцію за рахунок зниження її ціни.

Починаючи з 2015 р. в Україну поставлялася також продукція ТМ «TRAILOR». Протягом 2015 – 2017 рр. рівень ефективності імпорту автозапчастин цього виробника був надзвичайно високим, проте з причин, які були висвітлені вище, також мав тенденцію до зниження (табл. 2.10).

Таблиця 2.10.

**Динаміка показників ефективності імпорту ТОВ «Опольтранс»
автозапчастин ТМ «TRAILOR» у 2015 – 2017 рр.**

Показник	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення			Відносне відхилення		
				2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2015	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2015
Вартість імпортової продукції в Україні, тис. грн.	1015,14	6706,75	12586,44	5691,61	5879,69	11571,30	6,61	1,88	12,40
Контрактна вартість імпортової продукції, тис. євро	22,22	148,62	297,00	156,10	178,06	274,78	6,69	2,00	13,36
Митні платежі, тис. грн.	107,69	840,87	1782,00	901,29	1129,35	1674,31	7,81	2,12	16,55
Валові витрати при імпорті, тис. грн	646,14	5045,24	10692,00	5407,73	6776,11	10045,86	7,81	2,12	16,55
Ефект імпорту, тис. грн.	369,01	1661,51	1894,44	1405,33	-196,43	1525,43	4,50	1,14	5,13
Ефективність імпорту	1,57	1,33	1,18	-0,11	-0,16	-0,39	0,85	0,89	0,75

Як видно з представленої таблиці, у 2015 р. ефективність імпорту складала 1,57, що для ринку України є досить високим показником, особливо в умовах кризи. До 2017 р. коефіцієнт ефективності знизився до 1,18, втім за умови утримання його на такому рівні можна буде говорити про високу ефективність поставки автозапчастин ТМ «TRAILOR» на ринок України.

Імпорт тих товарів, які в асортименті ТОВ «Опольтранс» з'явилися лише у 2016 р., був у цілому ефективним. Товари торгової марки «DAF» на етапі їх включення в асортимент реалізувалися на внутрішньому ринку з рівнем ефективності 1,36, тоді як у 2017 р. коефіцієнт ефективності знизився до 1,15, що, при цьому, є високим показником для підприємства. Запчастини торгової марки «IVECO» також імпортувалися з-за кордону з високим рівнем ефективності (1,24) у 2016 р., тоді як у 2017 році рівень ефективності склав 1,02. Подібна ситуація склалася також із автозапчастинами торгової марки «MERITOR», коефіцієнт ефективності імпорту якої у 2016 році склав 1,24, а у 2017 році знизився до 1,06.

Водночас запчастини торгової марки «KASSBOHRER» з моменту свого включення в асортимент реалізувалися з низьким рівнем ефективності (коефіцієнт дорівнював 1,07 у 2016 р.), тоді як у 2017 р. він знизився до 1,01. Решта товарів, які закуповувалися підприємством, досить ефективно продавалися яку 2016 р. (коефіцієнт ефективності імпорту склав 1,27), так і у 2016 р. (коефіцієнт ефективності імпорту – 1,15). Здійснені розрахунки засвідчили, що епізодична закупівля за кордоном автозапчастин вузькоспеціалізованих виробників у цілому була ефективною, втім до 2017 р. коефіцієнт ефективності імпорту такої продукції склав 1,09, що вказує на доцільність перегляду цін на товари нерегулярного імпорту (табл. 2.11)

Загалом, імпорتنі операції підприємства за виключенням 2014 року були ефективними, хоча протягом останніх років спостерігалось зменшення рівня ефективності імпорту (до 1,09), що вказує на доцільність перегляду

політики ціноутворення, а також асортименту (табл. 2.12).

Таблиця 2.11.

Динаміка показників ефективності імпорту ТОВ «Опольтранс» продукції у 2015 – 2017 рр.

Показник	DAF		IVECO		KASSBOHRER		MERITOR		Інші	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Вартість імпортової продукції на ринку України, тис. грн.	5390,2	10299,9	1984,6	7105,0	1462,8	3025,1	1769,9	1903,4	778,6	2436,2
Контрактна вартість імпортової продукції, тис. євро	116,9	248,7	47,0	193,5	40,4	83,3	41,9	49,7	18,0	58,8
Офіційний курс, грн/євро	28,3	30,0	28,3	30,0	28,3	30,0	28,3	30,0	28,3	30,0
Митні платежі, тис. грн.	661,5	1492,2	265,9	1160,7	228,7	499,5	237,2	298,3	101,9	353,1
Валові витрати при імпорті, тис. грн	3969,1	8952,9	1595,6	6964,2	1372,1	2997,0	1423,0	1789,5	611,4	2118,4
Ефект імпорту, тис. грн.	1421,1	1347,0	389,0	140,8	90,7	28,1	346,9	113,9	167,2	317,8
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,36	1,15	1,24	1,02	1,07	1,01	1,24	1,06	1,27	1,15

Динаміка показників ефективності імпорту ТОВ «Опольтранс» у

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Вартість імпортової продукції на ринку України, тис. грн.	300,30	530,70	2364,60	25317,90	50715,80	230,40	1833,90	22953,30	25317,90
Контрактна вартість імпортової продукції, тис. євро	23,59	30,48	60,36	601,01	1297,88	6,90	29,87	540,65	601,01
Офіційний курс, грн/євро	10,61	15,71	24,23	28,29	30,00	5,10	8,52	4,06	30,00
Митні платежі, тис. грн.	50,05	95,78	292,48	3400,52	7787,27	45,73	196,70	3108,03	4300,52
Валові витрати при імпорті, тис. грн	300,30	574,70	1754,90	20403,10	46723,60	274,40	1180,20	18648,20	26403,10
Ефект імпорту, тис. грн.	0,00	-44,00	609,70	4914,80	3992,20	-44,00	653,70	4305,10	-914,80
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,00	0,92	1,35	1,24	1,09	0,00	0,42	-0,11	-0,11

Таким чином, можна зробити висновок, що на ТОВ «Опольтранс» існують резерви для вдосконалення імпорتنих операцій та підвищення їх ефективності, про що свідчить негативна динаміка зменшення коефіцієнтів ефективності протягом останніх 3-х років.

Необхідним є ретельне вивчення попиту на продукцію, яку імпорту підприємство, з метою визначення граничного рівня надбавки, що гарантуватиме дохід підприємству та забезпечить попит від споживачів. Окрім цього, доцільно зменшити частку низько маржинальної продукції, активно просуваючи на ринок ті товари, поставки яких є найбільш прибутковими.

Загалом, ТОВ «Опольтранс» має значні перспективи для розвитку, і за умови перегляду політики управління імпортними операціями матиме змогу істотно підвищити ефективність їх здійснення.

Висновки до розділу 2

ТОВ «Опольтранс» - офіційний партнер польської компанії «OPOLTRANS», головним профілем якої є продаж запасних частин до вантажного автотранспорту, а також виробництво і реалізація тентових і самосвальних напівпричепів під торговою маркою MEGA.

За останні 5 років фінансовий стан ТОВ «Опольтранс» істотно покращився, оскільки відбулося зростання обсягів діяльності більш ніж у 165 разів, починаючи з 2015 р. компанія почала отримувати прибутки, відбулося покращення показників ліквідності, рентабельності та ділової активності. При цьому найбільшою проблемою, яка потребує вирішення, є значний обсяг залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, що провокує для ТОВ «Опольтранс» значні фінансові ризики.

Загалом, імпортні операції підприємства за виключенням 2014 року були ефективними, хоча протягом останніх років спостерігалось зменшення рівня ефективності імпорту (з 1,35 у 2015 р. до 1,09 у 2017 р.), що вказує на

доцільність перегляду політики ціноутворення, а також асортименту

На ефективність міжнародних комерційних операцій ТОВ «Опольтранс» наразі впливають такі фактори зовнішнього середовища як макроекономічна ситуація в Україні, конкуренція на ринку, стан платоспроможного попиту, політичні рішення у сфері міжнародної діяльності, а також розвиток інноваційних технологій. При цьому жодна група факторів не має однозначно позитивного чи негативного впливу на підприємство, що вказує на необхідність формування стратегії розвитку підприємства, враховуючи усі альтернативи зміни напряму впливу на ТОВ «Опольтранс» зовнішнього середовища.

Загалом, ТОВ «Опольтранс» має значні перспективи для розвитку, і за умови перегляду політики управління імпортними операціями матиме змогу істотно підвищити ефективність їх здійснення.

3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОПОЛЬТРАНС»

3.1. Обґрунтування резервів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»

Аналіз, здійснений у другому розділі роботи, дозволив виявити, що ТОВ «Опольтранс» має проблеми у сфері управління ефективністю міжнародної комерційної діяльності, що вказує на необхідність пошуку резервів вдосконалення цього процесу та покращення результатів імпорتنих операцій.

Для ТОВ «Опольтранс» характерні типові для вітчизняних компаній проблеми, зокрема низький ступінь автоматизації бізнес-процесів, недостатня вмотивованість та кваліфікація персоналу, недостатнє впровадження маркетингових технологій у практичну діяльність в цілому і, зокрема, в сферу збуту імпоротної продукції на ринку України. Вирішення зазначених проблем дозволить підприємству довести витрати до оптимального рівня, забезпечити високу продуктивність праці персоналу, розширити ділові контакти та, в результаті, посилити позиції на ринку і, за рахунок підвищення ефективності імпорتنих операцій, покращити результативність господарських операцій.

На наш погляд, до основних резервів підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс» можна віднести: відсутність на підприємстві прикладних програм, використання яких дозволить автоматизувати процес управління зовнішньоторговельними операціями; відсутність у штаті підприємства маркетолога, що обумовлює невикористання підприємством маркетингових технологій при просування продукції на внутрішньому ринку, відсутність прямого взаємозв'язку між результатами роботи персоналу та обсягами їх доходів. Розглянемо кожен з окреслених резервів більше детально.

Одним з основних резервів підвищення ефективності діяльності ТОВ

«Опольтранс» можна назвати можливість автоматизації процесів планування та контролю за імпорнтними операціями. Як і переважна частина українських підприємств, обсяги діяльності яких є порівняно незначними, ТОВ «Опольтранс» використовує лише систему 1:С для автоматизації обліку, у то час як планування операцій, оцінка їх ефективності та інші подібні розрахунки час від часу здійснюють з використанням вбудованих інструментів MS Excel.

Попри наявність на ринку значної кількості програмних продуктів, керівництво ТОВ «Опольтранс» нині відмовляється від їх використання, вважаючи що це додаткові витрати і необхідні функції працівники можуть виконати без їх використання. У той самий час, спеціалізовані програми істотно полегшують роботу персоналу, мінімізують кількість помилок а також, за умови глибшого проникнення, підвищують продуктивність праці в цілому на підприємстві, так як в результаті їх використання зменшуються витрати часу на виконання функцій працівників.

ТОВ «Опольтранс» протягом останніх років автоматизував процес управління міжнародною комерційною діяльністю власними силами (менеджери сформували достатньо функціональні бази даних в офісних програмах), втім доцільним, на наш погляд, є купівля та налаштування спеціалізованого програмного забезпечення для забезпечення працівників оперативною інформацією про зміни умов здійснення міжнародних торговельних операцій, вдосконалення процесів планування та аналізу результатів зовнішньоторговельних операцій, обмін інформацією між працівниками підприємства.

Програмне забезпечення для автоматизації процесу управління імпорнтними операціями пропонують сьогодні як вітчизняні, так і зарубіжні підприємства, втім функції більшості програмних продуктів є ідентичними. Окрім цього, програмні продукти вітчизняного виробництва є дешевшими за

зарубіжні аналоги, що також свідчить на користь їх впровадження. До того ж компанії-виробники вітчизняного програмного забезпечення розміщуються у безпосередній близькості від підприємства, і здатні оперативно надати технічну та консультаційну підтримку.

ТОВ «Опольтранс» доцільно використовувати для автоматизації організації міжнародної торговельної діяльності програму «SAS», що дозволяє формувати бази даних усіх постачальників та покупців, розраховувати показники ефективності операцій, формувати прогнози обсягів імпорту за різних умов зовнішнього середовища, в тому числі за умови зміни валютного курсу, що надзвичайно важливо у нинішній економічній ситуації, порівнювати альтернативні міжнародні торговельні операції, оцінювати вплив міжнародної торгівлі на фінансові результати підприємства.

Програмне забезпечення «SAS» дозволяє сформувати на підприємстві єдиний інформаційний простір, що дозволить менеджерам обирати оптимальні умови здійснення імпортних операцій, прийнятні як для продавця, так і для покупця. Окрім цього, за умови впровадження даної програми, усі працівники компанії, в тому числі і керівництво, зможуть у режимі реального часу отримати дані про виконання замовлень, наявність продукції на складі, орієнтований час виконання поставки. Окрім цього, автоматизація процесів міжнародної торговельної діяльності з використанням програмного продукту «SAS» дасть можливість формувати сценарії імпортних операцій та обирати оптимальний варіант за вартісним та часовим критеріями.

За даними підприємства, економія витрат внаслідок автоматизації процесів управління складає від 7 до 8% на рік, що справить позитивний вплив на фінансові результати компанії, зважаючи на те, що операційні витрати ТОВ «Опольтранс» є сьогодні достатньо високими.

Перевагою програмного забезпечення «SAS» є можливість розрахунку показників ефективності міжнародної комерційної діяльності за умови

використання різних перевізників, страхових компаній. Дані про умови кожного з контрагентів вводяться у програму один раз і після цього при виборі страхової чи транспортної компанії змінюються автоматично.

Окрім мінімізації витрат на транспортування, використання програмного продукту «SAS» дозволить ТОВ «Опольтранс» на 30-60% знизити витрати на оплату праці менеджерів в перспективі. Так, за умови розширення обсягів діяльності ті менеджери, які працюють на підприємстві зараз, матимуть змогу і на далі повністю покривати потреби підприємства.

До витрат на автоматизацію процесу управління міжнародною комерційною діяльністю на підприємстві відносяться: витрати на придбання та налаштування програмного забезпечення системи «SAS», витрати на технічне обслуговування програмного продукту. Таким чином, вартість проекту з автоматизації складає 30 тис. грн. у перший рік, 5 тис. грн. у наступні роки.

Другим резервом підвищення ефективності імпорتنих операцій ТОВ «Опольтранс» є слабкість маркетингової функції та можливість її посилення. З огляду на орієнтацію ТОВ «Опольтранс» на підвищення ефективності продажу імпортованих запчастин в Україні, необхідно впровадити на підприємстві посаду маркетолога. На нього буде покладено обов'язки з організації маркетингової та рекламної діяльності, просування товарів, аналізу ринків, пошуку нових товарів для розширення асортименту. Окрім цього, на маркетолога підприємства має бути покладено завдання розробки та впровадження стратегії збуту продукції, підготовки інформації для керівництва про ситуацію на ринку для прийняття рішень, координації дій всіх працівників підприємства для втілення рішень, надання підтримки менеджерам зі збуту по просуванню продукції.

Подібне нововведення, на наш погляд, сприятиме підвищенню ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»,

оскільки менеджери зі збуту за умови появи маркетолога виконуватимуть лише функції, пов'язані з організацією імпортерських операцій, тоді як маркетолог здійснюватиме аналіз ринків, формуватиме стратегію просування продукції тощо. Таким чином, можна очікувати, що за умови прийому на роботу маркетолога істотно підвищить якість виконання як маркетингових функцій, так і збутової діяльності ТОВ «Опольтранс». До того ж, звужені повноваження менеджерів зі збуту сприятимуть підвищенню відповідальності останніх за наслідки їх управлінських рішень, що призведе до зростання їх обґрунтованості та дозволить підвищити ефективність роботи підприємства у цілому.

За умови реорганізації, до основних функцій менеджерів зі збуту бути віднесено: складання планів продажу продукції на внутрішньому ринку та їх узгодження із менеджерами ЗЕД, забезпечення виконання плану реалізації продукції, розробку та впровадження стандартів підприємства по організації зберігання, збуту та транспортування імпортованої продукції, а також заходів з удосконалення збутової мережі, форм доставки продукції споживачам, скорочення транспортних витрат, зниження наднормативних залишків товарів і прискоренню збутових операцій, облік виконання замовлень і договорів, відвантаження та залишків нереалізованої імпортерської продукції, своєчасне оформлення збутової документації, складання передбаченої звітності зі збуту (постачання), про виконання плану реалізації. При цьому функції маркетолога підприємства будуть пов'язані з комунікаційними процесами, пошуком нових каналів збуту, веденням ресурсів підприємства в Інтернеті. Фактично, менеджери зі збуту нестимуть відповідальність за організацію процесу реалізації на внутрішньому ринку імпортованої продукції, а маркетолог – за стимулювання продажів.

Ще одним резервом, тобто сферою діяльності ТОВ «Опольтранс», у якій є можливості для вдосконалення, є HR. Одним з основних елементів

кадрової політики підприємства, що потребує корегування, є мотивування працівників. Попри те, що найбільший вплив на ефективність міжнародних комерційних операцій безперечно мають результати роботи менеджерів ЗЕД, менеджерів зі збуту та, у випадку його включення до команди, маркетолога, вдосконалення потребує система оплати праці в цілому, оскільки на нинішньому етапі на підприємстві відсутній взаємозв'язок між результатами роботи працівників та рівнем оплати його праці.

До основних недоліків мотиваційної системи ТОВ “Опольтранс” на наш погляд можна віднести:

- невикористання нематеріальних стимулів для заохочення персоналу;
- існування залежності між розміром премії та результатами підприємства, а не конкретного працівника.

Наразі ТОВ “Опольтранс” використовує прогресивну систему преміювання персоналу: рівень премії залежить від фінансових результатів минулого місяця, проте є однаковим для усіх працівників на усіх структурних підрозділах підприємства. При цьому реальної різниці в оплаті праці працівників, які демонструють креативний підхід до роботи, є ініціативними та активними, та працівників, які просто виконують свої функціональні обов'язки, на підприємстві немає.

Для вирішення даної проблеми доцільно впровадити систему щоквартальної виплати бонусів за результатами роботи працівників. При цьому, витрати на оплату праці можуть не збільшуватися — достатньо скоротити преміювальний фонд на 5% та використати зекономлені кошти на стимулювання найкращих працівників. Зокрема, бонуси можуть нараховувати працівникам, які протягом кварталу знайшли нового контрагента та уклали новий договір чи, принаймні, провели успішні переговори. Така зміна мотиваційної системи дозволять підприємству підвищити продуктивність праці за незмінних витрат на оплату праці. При цьому вона в значній мірі

вплине саме на результати тих працівників, дії яких впливають на перебіг імпорتنих операцій, що призведе до зростання показників ефективності міжнародної комерційної діяльності.

Для утримання на підприємстві цінних працівників, підвищення рівня відданості персоналу підприємства доцільно також використовувати нематеріальні стимули. Мова йде про надання можливості віддаленої роботи один день на тиждень, можливість брати на роботу дітей у разі виникнення такої потреби, організація корпоративних свят тощо.

Зазначені ініціативи не вимагатимуть від ТОВ «Опольтранс» значних витрат, проте створення умов праці, що відрізняються від загальноприйнятих, сприятиме підвищенню рівня лояльності персоналу до компанії, підвищить продуктивність роботи та дозволить зменшити втрати, які виникають за умов високої плинності кадрів.

Таким чином, наразі на ТОВ «Опольтранс» існують три резерви, використання яких сприятиме вдосконалення міжнародної комерційної діяльності підприємства (рис. 3.1).

Розглянуті резерви знаходяться в організаційній площині, тобто не стосуються безпосередньо відносин підприємства з контрагентами, умов здійснення імпорتنих операцій чи асортименту продукції, яка постачається з-за кордону. На наш погляд, для підвищення ефективності діяльності підприємство надзвичайно важливим є саме усунення вузьких місць системного характеру, що справляють вплив на розвиток підприємства в цілому.



Рис. 3.1. Резерви підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»

Джерело: складено автором

З метою реалізації виявлених нами резервів пропонуємо впровадити на ТОВ «Опольтранс» посаду маркетолога, автоматизувати процеси управління імпорнтними операціями, змінити систему мотивації на таку, що сприятиме підвищенню продуктивності праці та зростання відданості працівників підприємству.

Витрати на реалізацію запропонованих змін не будуть для ТОВ «Опольтранс» значимими: зміна системи мотивування не вимагатиме додаткових витрат чи збільшення фонду оплати праці, оскільки наші пропозиції спрямовані на оптимізацію розподілу тих коштів, що на нинішньому етапі витрачаються ТОВ «Опольтранс». Впровадження посади маркетолога коштуватиме підприємству 120 тис. грн./рік. Витрати на автоматизацію процесу управління імпорнтними операціями складуть 30 тис. грн.

На наш погляд, реалізація наданих пропозицій дозволить вирішити проблеми, які нині наявні у підприємства, а також сформувати підґрунтя для

розвитку у майбутньому. За умови збільшення обсягів міжнародних комерційних операцій автоматизація процесу управління імпортом та просування імпортової продукції на внутрішньому ринку відіграватимуть виключну роль у забезпеченні успіху ТОВ «Опольтранс». Досліджуване підприємство матиме можливість знизити ризики, пов'язані з виникненням помилок при здійсненні розрахунків чи відсутністю досвіду у персоналу, а також стимулювати продаж товарів, поставлених з-за кордону для перепродажу в Україні.

3.2. Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс»»

Метою міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс» є покращення фінансових результатів підприємства шляхом збільшення чистого доходу від реалізації за умови адекватного зростання витрат. Зазначені цілі можуть бути досягненні шляхом введення до асортименту продукції нових товарних груп та товарних позицій, проведення переговорів з польським постачальником про можливість розширення переліку контрагентів, активізації маркетингу та оптимізації витрат на збут.

Одним із основних заходів, що сприятиме розвитку підприємства, є робота з асортиментом. Асортимент є одним з ключових критеріїв вибору того чи іншого продавця, оскільки наявність вибору дозволяє клієнтам знайти саме той продукт, який максимально задовольняє їх потреби. Це, в свою чергу, веде до того, що клієнт повторно звертатиметься до підприємства у майбутньому, оскільки саме у співпраці з ним його вимоги були максимально враховані.

Широкий асортимент також дозволяє клієнтам здійснити замовлення усіх необхідних товарів у одного контрагента, що веде до зниження видатків на подальше транспортування закупленої продукції. З огляду на зазначені

аргументи, робота з асортиментом має стати одним з основних пріоритетів ТОВ "Опольтранс".

Наразі на підприємстві склалася ситуація, відповідно до якої ТОВ «Опольтранс» зв'язане договірними зобов'язаннями з лише одним контрагентом – польською компанією «OPOLTRANS», яка постачає досліджуваному підприємству абсолютно усі запчастини, у тому числі і вироблені іншими підприємствами. У цілому, такий формат взаємовідносин є для ТОВ «Опольтранс» достатньо зручним, проте за умови орієнтації на розвиток та посилення позицій на ринку, доцільним є поступове розширення партнерської мережі і асортименту товарів, які імпортуються підприємством.

Ринок автозапчастин України є достатньо конкурентним, і для того, щоб підприємство залишалось конкурентоспроможним на ньому, необхідно як найповніше задовольняти потреби споживачів та інформувати їх про наявність у компанії товарних позицій, що відсутня у конкурентів або ж тих, що за якісними характеристиками значно переважають іншу представлену на ринку продукцію.

Проблемою ТОВ «Опольтранс» є те, що ті запчастини, які нині імпортує підприємство, є специфічною, орієнтованою на достатньо вузьку групу споживачів та спрямованою на проміжне споживання – автозапчастини у ТОВ «Опольтранс» купують здебільшого ремонтні майстерні, які спеціалізуються на ремонті певного типу автотранспорту. З існуючим асортиментом підприємство не матиме можливостей вийти на нові сегменти, що свідчить про доцільність поступового розширення мережі контрагентів.

Для того, щоб актуалізувати асортимент та розширити партнерську мережу, необхідно створити на підприємстві дієву систему зворотного зв'язку, використання якої дозволить забезпечувати відповідність пропозиції підприємства вимогам споживачів. Комунікації з клієнтами є надзвичайно важливими для підприємств, які планують посилювати присутність на ринку,

оскільки вони дозволяють, з одного боку, сформувати чітке бачення потреби, а з іншого – дати споживачу інформацію про те, що підприємство орієнтується на його потреби і робить усе можливе для їх якісного задоволення.

Для забезпечення “зворотного зв'язку” пропонуємо проводити постійні опитування партнерів компанії щодо того, яка продукція, як тих торгових марок, що представлені в асортименті ТОВ «Опольтранс», так і тих, що відсутні в номенклатурі імпортованих товарів, користуватиметься у них попитом. Окрім цього, необхідним є проведення моніторингу в мережі Інтернет, на профільних форумах – необхідним є виявлення продукції, яка користується або може користуватися попитом в Україні, втім з певних причин сьогодні не постачається на них.

Можливим є також використання Інтернету для формування комплексного бачення того, які запчастини та супутні товари користуватимуться попитом у кінцевих споживачів. Так, можна створити групу підприємства в соціальних мережах або ж створити спеціальний форум, на якому буде проводитися опитування споживачів щодо того, які товари їх цікавлять.

Окрім цього, подібні сторінки в соціальних мережах можна використовувати також для стимулювання збуту. Так, маркетолог, на якого і буде покладено зобов'язання щодо здійснення роботи в соціальних мережах, зможе відповісти на будь-які запитання покупців, проінформувати їх, чи можна зробити замовлення на ту чи іншу деталь, якої немає на складі, які строки поставки запчастин, вартість відправлення товарів в інші міста.

На наш погляд, розширення асортименту продукції сприятиме збільшенню обсягів доходів підприємства, оскільки за умови включення в асортимент продукції, яка сьогодні на ринку України представлена лише в асортименті декількох постачальників, ТОВ «Опольтранс» матиме можливість

використовувати своє унікальне становище на ринку та реалізувати товари за більш високими цінами.

На наш погляд, ТОВ "Опольтранс" доцільно розширити асортимент продукції за рахунок автомобільної косметики, на користь чого свідчать наступні аргументи:

- автомобільна косметика не представлена в асортименті існуючого контрагента ТОВ "Опольтранс", таким чином переконати партнера у доцільності співпраці з іншими продавцями в контексті розширення номенклатури товарів буде значно легше;
- автомобільна косметика є товаром, про який часто запитують покупці ТОВ "Опольтранс", тобто на неї існує попит серед уже існуючого кола клієнтів;
- автомобільна косметика може дозволити ТОВ "Опольтранс" посилити позиції на споживчому сегменті ринку, що сприятиме диверсифікації діяльності та зменшенню ризиків для підприємства.

Пропонуємо включити в асортимент підприємства автомобільну косметику американського бренду Nowax, яка представлена на вітчизняному ринку, проте обмеженим числом асортиментних позицій, а також польського виробника Bell, товари якого майже відсутні в Україні.

З-поміж асортиментних позицій, які виробляє компанія Nowax, підприємству доцільно сконцентруватися на поставках професійної хімії для автомийок та професійних мастил, а також герметиків, які використовуються при здійсненні промислового ремонту. При цьому для того, щоб поступово виходити на споживчий сегмент, підприємству доцільно розширювати асортимент за рахунок автокосметики для салону, рідин для мийки скла тощо.

Що стосується компанії Bell, то підприємству доцільно включити в асортимент усі товарні позиції цього виробника, оскільки вартість продукції є

прийнятною для ринку України, номенклатура продукції покриває потреби як споживчого сегменту, так і ремонтних майстерень, і, відповідно, співпраця з цим виробником може стати для ТОВ "Опольтранс" перспективною.

Для стимулювання збуту нових асортиментних позицій пропонуємо встановити невисокі ціни на продукцію компанії Bell, для того, щоб існуючі покупці придбали принаймні невеликі обсяги нової продукції. Підприємство зможе компенсувати недоотримані доходи шляхом встановлення високих цін товари Nowax, які будуть користуватися попитом, зважаючи на те, що вони є одними з найбільш якісних на ринку професійної автокосметики. За умови встановлення низьких цін на нову продукцію на першому етапі ТОВ «Опольтранс» сформує попит на цю продукцію, а після того, як покупці включать її до асортименту регулярного імпорту зможе поступово піднімати ціни.

Ще одним напрямом підвищення ефективності імпорту запчастин ТОВ «Опольтранс» може стати укладання угод з приватними підприємствами, що надають ремонтні послуги в Україні. Витрати на реалізацію даного заходу складатимуть 70 тис. грн. – це будуть представницькі витрати на проведення зустрічей з керівниками зазначених підприємств.

Знаходження постійних партнерів дозволить підприємству забезпечити стабільні замовлення на продукцію, яка імпортується, що, відповідно, дозволить поступово знизити транспортні витрати (оскільки за умови збільшення обсягів поставок середні транспортні витрати будуть зменшуватися). Окрім того, зростання замовлень дасть досліджуваному підприємству можливість вести переговори про отримання знижок з компанією «OPOLTRANS», за успішності яких відбудеться зниження рівня собівартості імпортової продукції.

Сьогодні формат стратегічної співпраці розглядається як перспективний багатьма компаніями. За умови, якщо покупці гарантовано здійснюватимуть

покупку у підприємства, можливим є укладання більш вигідних договорів з рештою покупців, оскільки мінімальні обсяги замовлень, необхідні для покриття поточних витрат, будуть забезпечені саме постійними партнерами.

Окрім цього, партнерські відносини з ремонтними майстернями, а також іншими сервісами для автомобілів, дозволять підприємству вдосконалити асортимент: відслідковуючи потреби постійних партнерів менеджери підприємства отримують можливість визначити, які товари доцільно імпортувати, а поставки яких варто припинити.

Таким чином, до основних заходів, що сприятимуть підвищенню ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Опольтранс» належать: налагодження зв'язків з новими постачальниками та розширення асортименту за рахунок автомобільної косметики, співпраця з приватними ремонтними компаніями, активізація маркетингу, у тому числі за рахунок використання соціальних мереж (табл. 3.1).

Окрім заходів, представлених у таблиці, ТОВ «Опольтранс» доцільно вдосконалити цінову політику. На нашу думку компанії варто використовувати стратегію комплексного ціноутворення, тобто надавати клієнтам знижку за умови купівлі широкого спектру продукції. Це сприятиме стимулюванню збуту всіх товарів, які є сьогодні і будуть представлені в асортименті підприємства в перспективі.

Таблиця 3.1.

Заходи щодо підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ "Опольтранс"

Захід	Обґрунтування	Витрати на реалізацію
Перегляд договорів з компанією "Opoltrans" щодо розширення переліку партнерів	Підвищення рівня гнучкості підприємства, здатність варіювати асортиментну політику, створення передумов для	У межах існуючого бюджеті підприємства

підприємства	подальшого розширення асортименту за рахунок автозапчастин інших виробників	
Розширення асортименту підприємства за рахунок автомобільної косметики "Nowax" та "Bell"	Можливість диверсифікувати діяльність, здатність збільшити доходи без переходу в інші сегменти, спроможність вийти на споживчий сегмент	Проведення переговорів у межах бюджету, після підписання договору – витрати на імпорт
Співпраця з приватними ремонтними компаніями	Забезпечення стабільних грошових надходжень за рахунок стабільних замовлень від підприємств-партнерів	Представницькі витрати – 70 тис. грн.
Активізація Інтернет-маркетингу	Розширення збуту у регіони України, які нині не охоплені ТОВ "Опольтранс"	120 тис. грн./рік

Окрім цього, можна запропонувати покупцям отримання знижки на всю партію продукції, якщо в замовлення будуть включені певні товари (збут яких є найбільш перспективним для ТОВ "Опольтранс"). Реалізації даної пропозиції дозволить ТОВ «Опольтранс» вирішити проблему накопичення товарів на складах, за рахунок чого буде оптимізовано витрати на складування продукції.

На наш погляд, зміна цінової політики є однією з ключових передумов для підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємства, оскільки наразі у цій сфері компанія має низку проблем. Ціноутворення сьогодні не використовується як інструмент стимулювання збуту, проте така практика існує на більшості успішних підприємств. З огляду на це, вважаємо за доцільне переглянути підходи підприємства як до встановлення цін на окремі товари, так і на комплекти, за купівлю яких клієнт отримуватиме знижку.

Ціна є потужним інструментом впливу на поведінку споживачів, і ТОВ "Опольтранс" доцільно використовувати можливості, які існують у цій сфері.

За рахунок ціни можна значним чином впливати на обсяги доходів, і, відповідно, корегувати показники ефективності імпорتنих операцій та діяльності підприємства в цілому. Окрім цього, використання знижок також можна розглядати як додатковий інструмент формування прихильності окремих категорій споживачів, що може створити для підприємства довгострокові конкурентні переваги. На наш погляд, реалізація заходів у цій сфері може справити позитивний вплив на діяльність підприємства, тому вдосконалення у цій сфері мають бути реалізовані.

На нинішньому етапі ТОВ «Опольтранс» необхідно усвідомити, що зміна підходів до здійснення операцій є вимогою ринку. В Україні велика кількість компаній здійснює поставки аналогічної продукції, і саме пошук можливостей краще взаємодіяти з партнерами створить умови для перемоги у конкурентній боротьбі. Важливо також розуміти, що значний вплив на ефективність імпорتنих операцій підприємства справляє його діяльність на внутрішньому ринку, тобто процес збуту продукції, поставленої з-за кордону. Таким чином поряд із переглядом системи взаємовідносин з постачальником та пошуком нових підприємств-контрагентів доцільно зосередити увагу на покращення формату роботи в Україні.

У цілому, реалізація запропонованих нами заходів дозволить ТОВ «Опольтранс» істотно підвищити ефективність міжнародних комерційних операцій. З одного боку, розширення збутової мережі на основі започаткування партнерських відносин з ремонтними компаніями дозволить розширити географію комерційної присутності та збільшити обсяги збуту.

З іншого боку розширення асортименту продукції дозволить збільшити коло споживачів товарів ТОВ «Опольтранс» та посилити лояльність вже існуючих. Використання Інтернету для активізації реклами сприятиме посиленню зв'язків з кінцевими споживачами та більш повному задоволенню їх потреб.

Реалізація комплексу запропонованих нами заходів вимагає від ТОВ «Опольтранс» значних витрат, втім, на наш погляд, вони будуть виправданими, оскільки дозволять компанії істотно посилити позиції на ринку.

Підвищення показників ефективності імпорту дозволить ТОВ «Опольтранс» отримати джерело додаткових грошових ресурсів, які можуть бути використані для фінансування розвитку підприємства.

Реалізація наданих пропозицій є необхідною для ТОВ «Опольтранс» на нинішньому етапі, оскільки протягом останніх років конкуренція на ринку автозапчастин активізувалася. На ринку з'являється велика кількість обладнання різних виробників, що є різними за ціною та якістю.

3.3 Прогнозна оцінка ефективності організації міжнародної маркетингової діяльності ТОВ «Опольтранс»

Для того, щоб оцінити доцільність реалізації запропонованих ТОВ «Опольтранс» заходів проводяться розрахунки прогнозних показників ефективності міжнародних комерційних операцій за умови реалізації запропонованих заходів та за умови збереження наявних нині тенденцій.

Для здійснення прогнозування ми будемо використовувати метод екстраполяції. Екстраполяція - це метод наукового дослідження, який ґрунтується на поширенні минулих і справжніх тенденцій, закономірностей, зв'язків на майбутній розвиток об'єкта прогнозування. Методи екстраполяції найбільш поширені в групі формалізованих. Мета методів екстраполяції - показати, до якого стану в майбутньому може прийти об'єкт, якщо його розвиток буде здійснюватися з тією ж швидкістю або прискоренням, що і в минулому. Методи екстраполяції досить широко застосовуються на практиці,

так як вони прості, дешеві, і не вимагають для розрахунків великий статистичної бази. Використання методів екстраполяції передбачає два припущення: а) основні фактори, тенденції минулого збережуть свій прояв у майбутньому; б) досліджуване явище розвивається за плавної траєкторії, яку можна виразити, описати математично. Названі допущення в більшості випадків характерні для економічних процесів.

Необхідно зауважити, що здійснені у другому розділі розрахунки засвідчили, що на сьогодні показники ефективності імпорту ТОВ “Опольтранс” є непостійними, що, проте, було обумовлено динамікою валютного курсу. У процес прогнозування ми вважатимемо, що валютний курс у прогнозному періоді буде константою, тобто він закріпиться на нинішньому рівні (33,2), а зміна контрактної вартості в іноземній валюті та вартості продукції в Україні відбуватиметься відповідно до тенденцій попередніх років.

Здійснені дослідження свідчать, що за умови збереження існуючих тенденцій вартість імпортової продукції зростатиме у середньому у 2,31 рази щороку, а контрактна вартість імпортованих товарів зростатиме у 2,21 рази на рік. У результаті у 2019 році вартість імпортової продукції на ринку України складе 149771,86 тис. грн., а до 2021 р. вона зросте до 797230,92 тис. грн. (табл. 3.2).

Таблиця 3.2.

Прогнозні показники імпорту ТОВ “Опольтранс” у 2019 – 2021 рр. без реалізації наданих рекомендацій, тис. грн.

Показник	Факт	План	Середній темп зростання 2018/2013	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2017	2018		2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Вартість імпортової продукції на ринку України, тис. грн.	50715,80	64916,22	2,31	149771,86	345547,04	797230,92	14200,42	84855,63	195775,18	451683,88	746515,12
Контрактна вартість імпортової продукції, тис. євро	1297,88	1573,22	2,21	3472,67	7665,47	16920,53	275,34	1899,45	4192,80	9255,06	15622,65
Офіційний курс, грн/євро	30,00	33,20	-	33,20	33,20	33,20	3,20	0,00	0,00	0,00	3,20
Митні платежі, тис. грн.	7787,27	9967,71	-	23058,52	50898,71	112352,32	2180,44	13090,82	27840,19	61453,61	104565,05
Валові витрати при імпорті, тис. грн	46723,60	62198,46	-	138351,15	305392,26	674113,91	15474,86	76152,69	167041,11	368721,65	627390,31
Ефект імпорту, тис. грн.	3992,20	2717,77	-	11420,71	40154,77	123117,01	-1274,43	8702,94	28734,07	82962,23	119124,81
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,09	1,04	-	1,08	1,13	1,18	-0,05	0,04	0,05	0,05	0,09

Контрактна вартість імпортої продукції досягне 16920,53 тис. євро, і з врахуванням сплачених підприємством митних платежів у 2021 році валові витрати при імпорті дорівнюватимуть 674113,91 тис. грн. Можна очікувати, що за такої динаміки доходів та витрат при імпорті показники ефективності міжнародних комерційних операцій зростатимуть, і у 2021 році коефіцієнт ефективності складе 1,18, що, проте, менше за аналогічний показник 2015-2016 рр.

За умови реалізації наданих рекомендацій очікуємо на зростання обсягів імпорту підприємства (для прогнозування ми використали коефіцієнт 1,08, оскільки вважаємо, що укладання договорів про співпрацю може призвести до збільшення обсягів збуту у середньому на 10%, проте за умови надання знижок стратегічним партнерам реальне зростання доходів складе 8% понад ті доходи, які потенційно можуть бути отримані підприємством за умови збереження існуючих тенденцій. Так, за умови впровадження наданих рекомендацій контрактна вартість імпортої продукції може збільшитися до 18104,97 тис. євро, у той час як вартість продукції на ринку України може піднятися до 861009,39 тис. грн.

У результаті, за умови впровадження наданих рекомендацій коефіцієнт ефективності імпорту підприємства складе 1,19, що перевищує показник, отриманий методом екстраполяції (табл. 3.3). Відзначимо, що здійснені нами розрахунки є оптимістичними: ТОВ «Опольтранс» у попередніх періодах демонструвало високі темпи зростання обсягів діяльності за рахунок того, що початкові доходи і витрати були незначними і їх, відповідно, було легко збільшувати. Окрім цього ТОВ «Опольтранс» є учасником міжнародної діяльності, таким чином на обсяги діяльності істотно вплинув валютний курс, збільшення якого обумовило збільшення доходів і витрат у гривневому еквіваленті за істотно менших змін у фактичних обсягах поставок.

Таблиця 3.2.

Прогнозні показники імпорту ТОВ “Опольтранс” у 2019 – 2021 рр. за умови реалізації наданих рекомендацій, тис. грн.

Показник	Факт	План	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2017	2018	2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Вартість імпортової продукції на ринку України, тис. грн.	50715,80	64916,22	161753,60	373190,80	861009,39	14200,4	96837,38	211437,19	487818,59	810293,59
Контрактна вартість імпортової продукції, тис. євро	1297,88	1573,22	3715,76	8202,05	18104,97	275,3	2142,54	4486,29	9902,92	16807,09
Офіційний курс, грн/євро	30,00	33,20	33,20	33,20	33,20	3,2	0,00	0,00	0,00	3,20
Митні платежі, тис. грн.	7787,27	9967,71	24672,62	54461,62	120216,98	2180,4	14704,92	29789,00	65755,36	112429,71
Валові витрати при імпорті, тис. грн	46723,60	62198,46	148035,73	326769,72	721301,89	15474,9	85837,27	178733,99	394532,16	674578,29
Ефект імпорту, тис. грн.	3992,20	2717,77	13717,87	46421,08	139707,51	-1274,4	11000,11	32703,20	93286,43	135715,31
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,09	1,04	1,09	1,14	1,19	-0,05	0,05	0,05	0,05	0,10

При цьому при здійсненні розрахунків ми можемо оперувати лише тими показниками, які ми маємо, таким чином отримані результати не є обов'язковими для досягнення підприємством. При цьому якщо ситуація на ринку буде подібною до тієї, яка спостерігалася протягом останніх років, то досягнення спрогнозованого рівня доходів і витрат є вірогідним.

Прогнозування фінансових результатів ТОВ «Опольтранс» на 2019 – 2021 рр. засвідчило, що навіть за умови збереження існуючих тенденцій компанія нарощуватиме обсяги діяльності: у 2019 році чистий дохід підприємства складе 149771,86 тис. грн., у 2020 році - 345547,04 тис. грн., та у 2021 р. - 797230,92 тис. грн. Обсяг інших доходів підприємства у прогнозованому періоді буде незначним і зменшиться у 2021 році до 3,09 тис. грн. Таким чином, валові доходи підприємства будуть дорівнювати 632493,79 тис. грн. у 2021 р., що значно перевищує ті обсяги діяльності, які підприємство мало протягом останніх років.

Зважаючи на те, що темп зростання собівартості за останні роки був меншим за темп зростання доходів, у 2021 році цей показник може скласти 628162,62 тис. грн. При цьому тенденцію до зростання матимуть інші операційні витрати, обсяг яких може збільшитися до 4331,17 тис. грн. у 2021 р. У результаті, фінансовий результат до оподаткування складе 164740,22 тис. грн., і після сплати податків підприємство матиме можливість отримати 135086,98 тис. грн. чистого прибутку (табл. 3.4).

За умови впровадження наданих рекомендацій чистий дохід підприємства у 2021 році може дорівнювати 861009,39 тис. грн., у той час як собівартість реалізованої продукції може збільшитися до 678415,62 тис. грн. За незмінності інших операційних витрат фінансовий результат до оподаткування може скласти 178135,75 тис. грн., а чистий прибуток - 146071,32 тис. грн., тобто на 8% більше за рпоказник, отриманий методом екстраполяції (табл. 3.5).

Таблиця 3.4.

Прогнозні фінансові результати ТОВ “Опольтранс” у 2019 – 2021 рр. без реалізації наданих рекомендацій, тис. грн.

Показник	Факт	План	Середній темп зростання 2018/2013	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2017	2018		2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	50715,80	64916,22	2,31	149771,86	345547,04	797230,92	14200,42	84855,63	195775,18	451683,88	746515,12
Інші операційні доходи	105,60	133,06	0,29	37,96	10,83	3,09	27,46	-95,10	-27,13	-7,74	-102,51
Разом доходи	50821,40	65049,28	-	149809,81	345557,87	797234,01	14227,88	84760,53	195748,05	451676,14	746412,61
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	46723,60	58404,50	2,21	128920,38	284575,05	628162,62	11680,90	70515,88	155654,68	343587,56	581439,02
Інші операційні витрати	1984,30	2599,43	1,19	3081,68	3653,39	4331,17	615,13	482,25	571,71	677,78	2346,87
Разом витрати	48707,90	61003,93	-	132002,06	288228,45	632493,79	12296,03	70998,12	156226,39	344265,34	583785,89
Фінансовий результат до оподаткування	2113,50	4045,35	-	17807,76	57329,42	164740,22	1931,85	13762,41	39521,66	107410,80	162626,72
Податок на прибуток	380,40	754,05	-	3205,40	10319,30	29653,24	373,65	2451,34	7113,90	19333,94	29272,84
Чистий прибуток (збиток)	1733,10	3291,29	-	14602,36	47010,12	135086,98	1558,19	11311,07	32407,76	88076,86	133353,88

**Прогнозні фінансові результати ТОВ “Опольтранс” у 2019 – 2021 рр. за у
рекомендацій, тис. грн.**

Показник	Факт	План	Прогноз			2018/ 2017	2019/ 2017
	2017	2018	2019	2020	2021		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	50715,8	64916,224	161753,60	373190,80	861009,39	14200,4	9683,2
Інші операційні доходи	105,6	133,056	37,96	10,83	3,09	27,5	-95,2
Разом доходи	50821,4	65049,28	161791,56	373201,63	861012,48	14227,9	9674,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	46723,6	58404,5	139234,01	307341,06	678415,62	11680,9	8082,2
Інші операційні витрати	1984,3	2599,433	3174,13	3763,00	4461,11	615,1	574,2
Разом витрати	48707,9	61003,933	142408,14	311104,05	682876,73	12296,0	8140,4
Фінансовий результат до оподаткування	2113,5	4045,347	19383,42	62097,57	178135,75	1931,8	1533,8
Податок на прибуток	380,4	754,0526808	3489,02	11177,56	32064,44	373,7	273,2
Чистий прибуток (збиток)	1733,1	3291,294319	15894,41	50920,01	146071,32	1558,2	1260,6

Таким чином, здійснені розрахунки свідчать, що за умови реалізації наданих пропозицій рівень ефективності імпорту матиме тенденцію до стрімкого зростання, що свідчить на користь їх впровадження у діяльність ТОВ «Опольтранс».

Досліджуване підприємство є успішним, що дає підстави вважати, що його діяльність у майбутніх періодах буде достатньо ефективною. Проте, з огляду на високу конкурентність ринку, а також відкритість вітчизняної економіки, за умови бездіяльності ситуація може істотно погіршитися, що призведе до зниження результативності діяльності. Характерною рисою наших пропозицій можна вважати їх спрямованість у цілому на розвиток підприємства, а не виключно на імпорتنі операції. Усі процеси на підприємстві для досягнення оптимального результату доцільно розглядати у комплексі – це дозволить забезпечити досягнення найвищих показників розвитку при найменшому рівні витрат.

Висновки до розділу 3

На сьогодні на ТОВ «Опольтранс» існують три резерви підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності: у сфері управління імпортом (автоматизація функцій планування і контролю шляхом купівлі програмного забезпечення “SAS”), у сфері мотивації працівників (виплата бонусів раз на квартал за результатами роботи окремих працівників; використання нематеріальних стимулів) та у сфері маркетингової підтримки збуту імпорتنної продукції (розподіл повноважень між менеджером зі збуту та маркетологом, активізація заходів щодо просування імпорتنних товарів).

До основних заходів, що сприятимуть підвищенню ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ “Опольтранс” належать: налагодження зв'язків з новими постачальниками та розширення асортименту

за рахунок автомобільної косметики, співпраця з приватними ремонтними компаніями, активізація маркетингу, у тому числі за рахунок використання соціальних мереж.

За умови реалізації наданих рекомендацій контрактна вартість імпортової продукції може збільшитися до 18104,97 тис. євро, у той час як вартість продукції на ринку України може піднятися до 861009,39 тис. грн. У результаті коефіцієнт ефективності імпорту підприємства складе 1,19, що перевищує показник, отриманий методом екстраполяції. Чистий прибуток підприємства у 2021 році у випадку, якщо надані пропозиції буде імплементовано, може дорівнювати 146071,32 тис. грн., тобто на 8% більше за показник, отриманий методом екстраполяції. Це вказує на доцільність практичного використання наданих пропозицій.

ВИСНОВКИ

Міжнародна комерційна операція підприємства-імпортера - комерційна діяльність, що пов'язана з закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності. Імпортна діяльність відіграє значну роль у діяльності вітчизняних виробничих підприємств. В результаті залучення у міжнародну торгівлю підприємство-імпортер має можливість отримати доступ до дешевих та якісних сировини та комплектуючих, необхідних для виробництва готової продукції. Імпортна діяльність підприємства сприяє також інноваційному оновленню виробничих фондів вітчизняних підприємств, і, відповідно, зниженню витрат виробництва та підвищенню якості продукції.

Процес забезпечення ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів являє собою сукупність заходів у сфері планування, організації, контролю та регулювання імпортною діяльністю з метою підвищення рівня її ефективності. Саме якість здійснення зазначених заходів є основним чинником, що впливає на ефективність міжнародних комерційних операцій, оскільки дозволяє нівелювати негативний вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства.

Здійснення оцінки ефективності міжнародних комерційних операцій підприємств-імпортерів виступає основним критерієм доцільності їх здійснення та визначається як співвідношення доходів підприємства, отриманих у результаті здійснення імпортною операції, та витрат, понесених для отримання цих доходів. На основі розрахованих показників ефективності підприємство може зробити висновок про доцільність здійснення тієї чи іншої операції, обрати того чи іншого постачальника та, відповідно, скорегувати умови майбутніх імпортних операцій.

ТОВ «Опольтранс» - офіційний партнер польської компанії

«OPOLTRANS», головним профілем якої є продаж запасних частин до вантажного автотранспорту, а також виробництво і реалізація тентових і самосвальних напівпричепів під торговою маркою MEGA.

За останні 5 років фінансовий стан ТОВ «Опольтранс» істотно покращився, оскільки відбулося зростання обсягів діяльності більш ніж у 165 разів, починаючи з 2015 р. компанія почала отримувати прибутки, відбулося покращення показників ліквідності, рентабельності та ділової активності. При цьому найбільшою проблемою, яка потребує вирішення, є значний обсяг залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, що провокує для ТОВ «Опольтранс» значні фінансові ризики.

Загалом, імпортні операції підприємства за виключенням 2014 року були ефективними, хоча протягом останніх років спостерігалось зменшення рівня ефективності імпорту (з 1,35 у 2015 р. до 1,09 у 2017 р.), що вказує на доцільність перегляду політики ціноутворення, а також асортименту

На ефективність міжнародних комерційних операцій ТОВ «Опольтранс» наразі впливають такі фактори зовнішнього середовища як макроекономічна ситуація в Україні, конкуренція на ринку, стан платоспроможного попиту, політичні рішення у сфері міжнародної діяльності, а також розвиток інноваційних технологій. При цьому жодна група факторів не має однозначно позитивного чи негативного впливу на підприємство, що вказує на необхідність формування стратегії розвитку підприємства, враховуючи усі альтернативи зміни напряму впливу на ТОВ «Опольтранс» зовнішнього середовища.

Загалом, ТОВ «Опольтранс» має значні перспективи для розвитку, і за умови перегляду політики управління імпортними операціями матиме змогу істотно підвищити ефективність їх здійснення.

На сьогодні на ТОВ «Опольтранс» існують три резерви підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності: у сфері управління імпортом (автоматизація функцій планування і контролю шляхом купівлі

програмного забезпечення “SAS”), у сфері мотивації працівників (виплата бонусів раз на квартал за результатами роботи окремих працівників; використання нематеріальних стимулів) та у сфері маркетингової підтримки збуту імпортової продукції (розподіл повноважень між менеджером зі збуту та маркетологом, активізація заходів щодо просування імпортованих товарів).

До основних заходів, що сприятимуть підвищенню ефективності міжнародної комерційної діяльності ТОВ “Опольтранс” належать: налагодження зв’язків з новими постачальниками та розширення асортименту за рахунок автомобільної косметики, співпраця з приватними ремонтними компаніями, активізація маркетингу, у тому числі за рахунок використання соціальних мереж.

За умови реалізації наданих рекомендацій контрактна вартість імпортової продукції може збільшитися до 18104,97 тис. євро, у той час як вартість продукції на ринку України може піднятися до 861009,39 тис. грн. У результаті коефіцієнт ефективності імпорту підприємства складе 1,19, що перевищує показник, отриманий методом екстраполяції. Чистий прибуток підприємства у 2021 році у випадку, якщо надані пропозиції буде імплементовано, може дорівнювати 146071,32 тис. грн., тобто на 8% більше за показник, отриманий методом екстраполяції. Це вказує на доцільність практичного використання наданих пропозицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України “Про зовнішньоекономічну діяльність” № 959-ХІІ від 16.04.1991 [електронний ресурс]. - режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>;
2. Наказ Держмитслужби “Про затвердження порядку ведення обліку суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності в митних органах” №237 від 31.05.96 р. [електронний ресурс]. - режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>;
3. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» [електронний ресурс]. - режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>;
4. Указ Президента України «Про заходи для попередження експорту товарів походженням з України за цінами, що можуть розглядатися як демпінгові, і врегулювання торгових суперечок» [електронний ресурс]. - режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>;
5. Авер'янова Є., Беланова І., Василенко В., Діброва Н., Єременко І. Зовнішньоекономічна діяльність. — Д.: Баланс-Клуб, 2004. — 143 с.;
6. Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения: Учебное пособие. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Маркетинг, 2008;
7. Аكوпова Е.С., Воронкова О.Н, Гаврилко Н.Н. Мирова економіка і міжнародні економічні відносини - Ростов.: Фенікс, 2009;
8. Багрова І. В. та інші Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 580 с.;
9. Басюркіна Н.И. Методические подходы к планированию экономического развития плодовоощеконсервного производства в рыночных условиях // Экономика Крыма. – 2006. – №16. – С. 78–81;
10. Бачевский Б.Е., Витюк Е.В. Формирование производственного потенциала предприятия // Вісник Східноукраїнського національного

університету ім. В.Даля. – 2005. – №2 (84). – Ч. 2. – С. 9-14;

11. Бровкова Е.Г., Продиус И.П. Внешнеэкономическая деятельность: - К.: Сирин, 2007;

12. Бурко Я.В. Стратегический потенциал предприятия как источник его конкурентного преимущества // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – Донецьк. – 2006. – Вип. 4 (98). Ч.2 – С. 16 – 19;

13. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник для вузов/ Под ред. Л.Е.Стровского. -М.: ЮНИТИ, 2009;

14. Герасимчук В. Т. Стратегічне управління підприємством. – Київ: Основи, 2008.- 254 с.;

15. Грачев Ю.П. Внешнеэкономическая деятельность. Организация и техника внешнеторговых операций: Учеб.- практ. пособие. - М.: АО Бизнес Школа, 2007;

16. Гринкевич С.С. Підходи до визначення сутності економічної категорії «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» підприємств // Наук. вісн. – 2008. – Вип. 18.2. – С. 170-174;

17. Грущинська Н.М. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств України в умовах становлення процесів митного регулювання України // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 7 (49). – С. 12-18;

18. Дмитриева Н.А. Теоретичні засади визначення показників ефективності зовнішньоторговельної діяльності // Економіка і підприємництво: стан та перспективи. – К., 2001. – С. 161-164;

19. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2006. - 462 с.;

20. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2002. – 172 с.;

21. Захаров К.В., Цыганок А.В., Бочарников В.П. Логистика, эффективность и риски внешнеэкономических операций. – К.: ИНЭКС, 2007. – 237с.;

22. Завьялов П. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей и пути их решения // Маркетинг. – 2008. – № 10. – С. 45-49;
23. Кириченко О., Кавас І., Ятченко А.: Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. – Навчальний посібник, К., Фінансист, 2011. – 635 с.;
24. Козак Ю.Г., Новацький В. М. Міжнародна економіка. – К.: Центр навчальної літератури, Артек, 2002. - 436 с.;
25. Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Григор'єв Ю.О., Босак А.О. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. - 2-ге видання, перероб. і доп.. - К.: Центр навчальної літератури, 2004;
26. Кредісов А.І., Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навчальний посібник. – К., 1997 – 448 с.;
27. Костырко Л.А. Анализ потенциала операционной деятельности хозяйствующего субъекта // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2002. – № 5 (51). – С. 110-117;
28. Лазебник Л. Л., Митяй С. А., Міжнародна економіка. - Ірпінь: Академія ДПС України, , 2003. - 308 с.;
29. Ломаченко Т. І. Економічна ефективність зовнішньої діяльності та розрахунки експортного потенціалу виноградарсько-виноробних підприємств. // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – 2009. – С. 72-74;
30. Макогон Ю.В. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, управління, прогнозування: Підручник. – Донецьк: Альфа-прес, 2004. – 344с.;
31. Мельничук І.В. Правові засади регулювання експортно-імпорتنих операцій // Фінанси України. – 2001. – №7. – С.26-40.;
32. Новацький В.М., Козак Ю.Г., Міжнародна економіка: Підручник, видавництво „Артек”, К., 2002., 436 с.;
33. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: Друкарня МВС України, 2009. - 948 с.;

34. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник. – Видавництво друге, переробка та доповнення – К.: КНТЕУ, 2006. – 528 с.;
35. Попов С.Г., Внешнеэкономическая деятельность фирмы. Особенности менеджмента и маркетинга: Учебное пособие. – М., 2007р. – 176 с.;
36. Приварникова І.Ю., Терехова М.В. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємств // Економічний простір. – 2008. – №13. – С. 260-268;
37. Плотников А.Ю. Инкотермс-2000. Содержание, практика применение, комментарии. -М., 2009
38. Скоропад І.С., Герасименко С.І. Ефективність маркетингових заходів у системі зовнішньоторговельних зв'язків // Вісн. нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2007. – №469. – С. 498-502;
39. Соболева-Терещенко О. А. Комплексна оцінка експорту товарів // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – №2. – С. 12-13;
40. Філатова Г.О. Оптимізація структури експорту як елемент організаційно-економічного механізму визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. – К.: Знання України, 2009. – 24с.;
41. Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник, 2-е изд., перераб. и доп. -М.:ИНФРА-М, 2009;
42. Чаюн Т.І., Філатова Г.О. Методика аналізу зовнішньоекономічної діяльності на різних рівнях господарювання // Економіка і підприємництво: стан та перспективи: Зб. наук. праць. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – С. 199-205;
43. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Каравела, 2009. – 568 с.;
44. Щербина В.С. Господарське право: Підручник. – К.: Юрінком-Інтер, 2006. – 656 с.

