

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Оцінка ефективності операцій з імпорту»

(на матеріалах ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», м. Київ)

Студента 2 курсу 3-м групи
спеціальність 073 «Менеджмент»
спеціалізація «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Мельникова Микити
Леонідовича

Науковий керівник
докт. екон. наук,
професор

Юхименко Володимир
Васильович

Гарант освітньої програми
докт. екон. наук,

Студінська Галина
Яківна

Київ 2018

Анотація

МЕЛЬНИКОВ М. «Оцінка ефективності операцій з імпорту» (на матеріалах ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», м. Київ).

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 073«Менеджмент», спеціалізацією «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Київський національний торговельно-економічний університет, 2018

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено теоретико-методичним та практичним засадам оцінки ефективності операцій з імпорту. У роботі досліджено сутність та поняття міжнародної торгівлі; розкрито особливості організації імпорتنих операцій; досліджено методичні підходи до оцінювання ефективності операцій з імпорту; проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності; досліджено зовнішньоекономічну діяльність підприємства; оцінено ефективність операцій з імпорту підприємства; обґрунтовано резерви підвищення ефективності операцій з імпорту підприємства; розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності операцій з імпорту підприємства; надано прогностичну оцінку діяльності підприємства, за умови впровадження запропонованих заходів.

Ключові слова: імпорт, експорт, міжнародна торгівля, операції з імпорту, зовнішньоекономічна діяльність.

Annotation

MELNYKOV M. "Assessment of the efficiency of import operations" (based on the materials of LLC "PUYANG-UKRAINE", Kyiv).

Final qualification paper for the master's degree in specialty 073 "Management", specialization "Management of foreign economic activity". Kyiv National University of Trade and Economics, 2018

The final qualification work is devoted to theoretical, methodological and practical principles for assessing the effectiveness of import operations. In this work the

essence and notions of international trade are investigated; the features of the organization of import operations are revealed; Methodical approaches to the evaluation of the efficiency of import operations are investigated; the indicators of financial and economic activity are analyzed; investigated the foreign economic activity of the enterprise; Evaluated the efficiency of import operations of the enterprise; substantiated reserves of increase of efficiency of operations on import of the enterprise; a complex of measures for increasing the efficiency of operations on import of the enterprise has been developed; a forecast assessment of the activity of the enterprise is provided, subject to the implementation of the proposed measures.

Key words: import, export, international trade, import operations, foreign economic activity.

РЕФЕРАТ

«Оцінка ефективності операцій з імпорту»

(на матеріалах ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», м. Київ).

Випускна кваліфікаційна робота: 99 с.,

7 рис., 30 табл., 1 додаток, 62 джерела

Об'єкт дослідження є процес оцінки підвищення ефективності імпортних операцій суб'єктів ЗЕД на прикладі ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Предмет дослідження є теоретико-методичні та практичні засади оцінки ефективності операцій з імпорту.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Мета роботи полягає в узагальненні теоретико-методичних засад визначенні ефективності операцій з імпорту підприємства розробка пропозицій щодо її підвищення на підприємстві, що обрано за базу дослідження

Методи дослідження – використовувася системний підхід, що забезпечує комплексне дослідження ефективності операцій з імпорту підприємств. В процесі дослідження, обробки й аналізу інформації використовувалися методи соціологічних досліджень (опитування і спостереження), традиційні методи і прийоми економічного аналізу (табличний, графічний, порівняння, індексний, групування), економіко-математичні методи, метод експертних оцінок. Обробка даних здійснювалася з використанням сучасних комп'ютерних технологій.

У вступі обґрунтовано актуальність теми її розкриття в науковій літературі вітчизняними і закордонними вченими, сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження та окреслено практичну значущість обраної теми.

У першому розділі «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ» досліджено концептуальні підходи до оцінки ефективності міжнародної торгівлі, розкрито сутність ефективності операцій з імпорту та досліджено методичні підходи до оцінювання

ефективності операцій з імпорту.

У другому розділі «ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності підприємства ПП «УКРПАЛЕТСИСТЕМ», визначено існуючий стан зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а також оцінено ефективність збуту експортної діяльності підприємства.

У третьому розділі «ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності, досліджено зовнішньоекономічну діяльність підприємства та оцінено ефективність операцій з імпорту підприємства

Висновки окреслюють теоретичні засади та вирішення наукової проблеми, узагальнюють результати аналізу об'єкта дослідження та конкретизують резерви ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ	6
1.1. Сутність та поняття міжнародної торгівлі	6
1.2. Особливості організації імпорتنих операцій.....	17
1.3. Методичні підходи до оцінювання ефективності операцій з імпорту	24
Висновки до розділу 1.....	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».....	32
2.1. Аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»	32
2.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»	39
2.3. Оцінка ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».....	47
Висновки до розділу 2.....	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».....	55
3.1. Обґрунтування резервів підвищення ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»	55
3.2. Розробка комплексу заходів щодо оптимізації операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».....	Ошибка! Закладка не определена.
3.3. Прогнозна оцінка діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», за умови впровадження запропонованих заходів.....	69
Висновки до розділу 3.....	Ошибка! Закладка не определена.
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.

ВСТУП

Актуальність теми. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства – дуже складна та клопітка робота. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань як кон'юнктура ринку, потенціальні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведених переговорів, підписання угод і т.д. Крім того управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві багато в чому залежить від того, які умови будуть створені в країні для розвитку його діяльності в зовнішній сфері, від ролі держави в регулюванні і підтримці розвитку ЗЕД на національному рівні.

Однією з умов прийняття рішення про введення на підприємстві операцій з імпорту є її ефективність, яку можна визначити в зіставленні доходу та витрат від цієї діяльності. Показники ефективності дають змогу аналізувати негативні елементи при прийнятті певних управлінських рішень та окреслюють шляхи їх усунення. Таким чином, дослідження ефективності операцій з імпорту є досить важливим для вдосконалення діяльності практично кожного підприємства, що в свою чергу обумовлює наукову та практичну актуальність даної теми дослідження.

Стан дослідження проблеми. Проблемами щодо оцінки ефективності імпорتنих операцій займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: А. Вічевич, Ф. Бутинець, Г. Вечканов, П. Орлов, П. Самуельсон та ін. Разом з тим, аналіз вказаних та інших публікацій можна свідчать про певні розбіжності в трактуванні багатьох питань даної проблеми, що потребує її детального розгляду.

Мета дослідження. На основі аналізу і узагальнення теоретико-методичних засад визначенні ефективності операцій з імпорту підприємства розробка пропозицій щодо її підвищення на підприємстві, що обрано за базу дослідження.

На основі сформованої мети дослідження були визначені наступні завдання:

- Дослідити концептуальні підходи до оцінки ефективності міжнародної торгівлі;

- розкрити сутність ефективності операцій з імпорту;
- дослідити методичні підходи до оцінювання ефективності операцій з імпорту;
- проаналізувати показники фінансово-господарської діяльності;
- дослідити зовнішньоекономічну діяльність підприємства;
- оцінено ефективність операцій з імпорту підприємства;
- обґрунтувати резерви підвищення ефективності операцій з імпорту підприємства;
- розробити комплекс заходів щодо підвищення ефективності операцій з імпорту підприємства;
- надати прогностну оцінку діяльності підприємства, за умови впровадження запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження даної роботи є процес оцінки підвищення ефективності імпортних операцій суб'єктів ЗЕД на прикладі ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні засади оцінки ефективності операцій з імпорту.

Методична база та методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою дослідження є наукові розробки вітчизняних і закордонних вчених з проблем здійснення операцій з імпорту, зовнішньоекономічна діяльність підприємства, стратегічного управління; роботи фахівців по досліджуваній темі.

При проведенні дослідження використовувався системний підхід, що забезпечує комплексне дослідження ефективності операцій з імпорту підприємств. В процесі дослідження, обробки й аналізу інформації використовувалися методи соціологічних досліджень (опитування і спостереження), традиційні методи і прийоми економічного аналізу (табличний, графічний, порівняння, індексний, групування), економіко-математичні методи, метод експертних оцінок. Обробка даних здійснювалася з використанням сучасних комп'ютерних технологій.

Інформаційна база дослідження. Літературні джерела, монографічні

дослідження, періодичні статті та тези конференцій, узагальнення, отримані під час проходження практики.

Практичне значення магістерської роботи полягає у комплексному аналізі оцінки ефективності операцій з імпорту підприємства ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та виявленні напрямів її посилення.

Структура роботи. Магістерська робота складається з вступу, 3-ох розділів, висновків, загальним обсягом 99 сторінок основного тексту, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ

1.1. Сутність та поняття міжнародної торгівлі

Міжнародна торгівля – це історично перша форма міжнародних економічних зв'язків, якщо не брати до уваги простий, натуральний обмін. Вона являє собою обмін товарами та послугами між державно оформленими національними господарствами, тобто між державами.

Для національного господарства участь у міжнародній торгівлі набуває форми зовнішньої торгівлі. Зовнішня торгівля (ЗТ) – це торгівля однієї країни з іншими, яка складається з оплачуваного вивозу (експорту) та ввозу (імпорту) товарів і послуг. У сукупності зовнішня торгівля різних країн утворює міжнародну торгівлю.

Міжнародна торгівля – це складна соціально-економічна категорія, яку можна розглядати у двох аспектах: операційному та державно-політичному, див. рис. 1.1.



Рис. 1.1. Підходи до розуміння сутності міжнародної торгівлі
Джерело: [9, с. 22].

З операційного погляду міжнародна торгівля – це процес безпосереднього обміну товарами та послугами між суб'єктами господарювання різних держав, державами та міжнародними організаціями. В цьому випадку йдеться про рух товарів (у тому числі послуг, ліцензій, ноу-хау, інжинірингу тощо), інструменти та механізми розширення товарообігу, вдосконалення структури експорту та імпорту, прогнозування та оцінку світових товарних ринків, планування можливостей експорту та потреб в імпорті, організацію контрактної роботи, контроль за поставками та відвантаженням, здійснення валютно-фінансових операцій тощо. При цьому предметом міжнародної торгівлі як сфери знань є організація виконання експортно-імпоротної операції, а об'єктом, відповідно, будь-яка операція з експорту чи імпорту.

З державно-політичного погляду міжнародну торгівлю можна розглядати як особливий тип суспільних відносин, які виникають у світовій системі господарства в процесі і з приводу обміну товарами та послугами між державами, що мають власні зовнішні та зовнішньоторговельні політики. Такі відносини регулюються спеціальними міжнародними регламентами: договорами, угодами, актами та іншими нормами міжнародного права. Та, оскільки суспільні відносини не можуть не залежати від зовнішньої та внутрішньої політики країн, то відносини обміну на світовому ринку регулюються значною мірою й актами та діями політичного характеру.

При державно-політичному підході до трактування сутності міжнародної торгівлі її предметом є організація торговельного обміну, виходячи з національних інтересів та глобальних тенденцій розвитку світового господарства в цілому, а об'єктом – торговельний обмін, як сукупність операцій з експорту та імпорту.

Якщо розглядати міжнародну торгівлю як сукупність актів купівлі-продажу товарів, то в цьому процесі можуть брати участь усі суб'єкти міжнародних економічних відносин різних країн (фізичні та юридичні особи, держави, міжнародні організації), метою обміну в будь-якому разі буде задоволення економічних інтересів (при експорті – отримання прибутку, завоювання частки

ринку тощо, а при імпорті – задоволення потреб у необхідних ресурсах і товарах), а інструментами досягнення мети – положення та умови контрактів й угод.

При державно-політичному підході держави можуть не брати безпосередньої участі в торгівлі, однак, обстоюючи інтереси національних суб'єктів зовнішньоторговельної діяльності та державні інтереси в цілому, впливати на зміст міжнародних угод та домовленостей, брати участь у розробці норм міжнародного торговельного права, формулювати власні адаптивні до ситуації зовнішньоторговельні політики. В цьому процесі активну участь беруть і міжнародні організації торговельного спрямування, метою яких є гармонізація світової торгівлі на недискримінаційній основі.

Операційний підхід певною мірою є проявом політики вільної торгівлі (фрітрейдерства), а державно-політичний – протекціонізму. Вся історія розвитку міжнародної торгівлі є проявом балансування держав між цими двома напрямками. Однозначний, безкомпромісний вибір політики фрітрейдерства або протекціонізму в зовнішній торгівлі був характерний для минулих сторіч. У наш час ці два напрямки взаємопов'язані та тісно переплітаються, хоча чітко проявляється провідна роль принципу вільної торгівлі [29, с. 15].

Наочнішою, розповсюдженішою та логічнішою є періодизація розвитку світових процесів, у тому числі міжнародної торгівлі за основними подіями в світі. Відповідно до цього можна виділити такі етапи розвитку міжнародної торгівлі:

- початковий (з XVIII грн. до першої половини XIX грн.);
- друга половина XIX грн. – початок I світової війни (1914 р.);
- період між двома світовими війнами (1918-1939 рр.);
- повоєнний (50-60-ті роки);
- сучасний (від початку 70-х р.).

Сучасний етап розвитку міжнародної торгівлі вже нині можна поділити на два періоди:

- 1) конкуренції двох світових систем – капіталістичної та соціалістичної систем господарства (до початку 90-х років);

2) глобалізації світової економіки (від початку 90-х років).

Кожен із зазначених вище п'яти етапів розвитку міжнародної торгівлі характеризується: певними середовищними чинниками розвитку; особливостями, що віддзеркалюють рівень інтернаціоналізації виробництва та роль міжнародної торгівлі в розвитку національних господарств; пріоритетними методами регулювання зовнішньої торгівлі більшості країн світу (дод. А).

Основою зовнішньоторговельних політик держав завжди були концепції міжнародної торгівлі як спроби теоретичного осмислення та пояснення причин міжнародного товарного обміну, його динаміки, структури, ефективності та перспектив розвитку. На сьогодні можна виокремити п'ять груп концепцій розвитку міжнародної торгівлі:

- меркантилізму (раннього та пізнього);
- переваг (абсолютних і відносних);
- факторів виробництва;
- неотехнологічні;
- конкурентоспроможності.

Першою спробою теоретичного обґрунтування причин, напрямів, ефективності міжнародної торгівлі та розробки рекомендацій щодо зовнішньоторговельної політики була концепція меркантилізму (від італ. Mercante — торгівля). Ранній меркантилізм, ідеологами якого були У. Стаффорд (Англія), Г. Скаруффі (Італія), виник наприкінці XV грн. та ґрунтувався на доктрині «грошового балансу» — нагромадженні грошей внаслідок вивезення товарів при забороні (або суб'єктивному обмеженні) вивезення грошей. Прихильники цієї концепції дотримувались поглядів, згідно з якими державі слід продавати на зовнішньому ринку якомога більше будь-яких товарів, а купувати — якомога менше. При цьому в країні повинно накопичуватися золото, яке за тих часів ототожнювалось із багатством нації.

Теорія пізнього меркантилізму (Т. Мен (Англія), А. Серра (Італія), А. Мокрет'єн (Франція)) розвивалась з другої половини XVI грн. до середини XVIII грн. Основним змістом цього напрямку є доктрина «активного торговельного

балансу», який можна було забезпечити шляхом активізації зовнішньої торгівлі при перевищенні доходів від експорту порівняно із витратами на імпорт, а також у результаті розвитку посередницької торгівлі (перепродаж іноземних товарів, надання транспортних послуг, кредитів з метою одержання додаткових надходжень від операцій на зовнішніх ринках). З цією метою держава повинна була обмежувати ввезення іноземних товарів шляхом підвищення ставок мита, а також сформулювати правила вивезення вітчизняних товарів, використовуючи переважно фінансові методи заохочення експорту.

Розвиток міжнародної торгівлі в епоху після Великих географічних відкриттів і переходу провідних країн до крупного машинного виробництва зумовив появу теорії абсолютних переваг. Її автором став Адам Сміт, який, використовуючи трудову теорію вартості, у відомій праці «Дослідження про природу та причини багатства народів» (1776 р.) піддав критиці меркантилізм. Учений стверджував, що для держави можуть бути вигідними не тільки продаж, а й купівля товарів на зовнішньому ринку. Крім того, була зроблена спроба визначити, які саме товари вигідно експортувати, а які — імпортувати: «Якщо якась чужа країна може постачати до нас якийсь товар за дешевшою ціною, ніж ми самі можемо виготовляти його, набагато краще купувати його (цей товар) у неї на певну частку продукту нашої власної промислової праці, яка докладається в тій галузі, де ми маємо певні переваги». Згідно з принципом (або моделлю) абсолютної переваги країні доцільно спеціалізуватися на виробництві таких товарів, з яких вона має найменші, порівняно з іншими країнами, витрати на виробництво. Необхідною умовою застосування теорії абсолютних переваг є вільна торгівля.

Однак А. Сміт не розглядав ситуацію, за якої яка-небудь країна має абсолютну перевагу з усіх товарів. Це зробив Давід Рікардо, який у праці «Початки політичної економії та оподаткування» (1817 р.) сформулював принцип взаємовигідної торгівлі та міжнародної спеціалізації, що включає як окремий випадок модель А. Сміта [33, с. 58].

Д. Рікардо створив модель міжнародної торгівлі, в якій показав, що

недотримання принципу А. Сміта не є перешкодою для взаємовигідної переваги: країна повинна спеціалізуватися на експорті товарів, у виробництві яких вона має найбільшу абсолютну перевагу (тобто абсолютні переваги щодо кількох товарів) або найменшу абсолютну перевагу (тобто абсолютні непереваги щодо жодного з товарів). Рікардо доводить можливість виграшу для країни із загальним, менш ефективним виробництвом за рахунок імпорту товарів, національні витрати на випуск яких вищі порівняно з тими товарами, вивезення котрих компенсує сплату такого імпорту. Як і в теорії абсолютних переваг, в основі теорії порівняльних переваг лежала трудова теорія вартості, а необхідною умовою товарообміну виступала вільна торгівля [41, с. 37].

Теорію факторів виробництва обґрунтував у 30-х роках ХІХ грн. Жан-Батист Сей, включаючи до таких чинників працю, капітал і землю, які в сукупності визначають витрати виробництва. Шведські економісти Елі Хекшер та Бертіль Олін у 20—30-х роках ХХ грн. застосували цю теорію для пояснення причин міжнародної торгівлі. Основні положення їхньої концепції можна подати таким чином: найважливішою умовою раціонального обміну товарами між країнами є різниця у співвідношенні в них факторів виробництва (наявність більших за розмірами та продуктивніших земельних ресурсів, значних або дешевших ресурсів робочої сили, функціонування порівняно більшого за обсягом і продуктивнішого за структурою капіталу). Країна об'єктивно орієнтується на вивезення тих товарів і послуг, для спеціалізації. Щодо яких у неї є порівняно кращі фактори виробництва, і навпаки в імпорті переважають товари і послуги, які у даній країні відносно дефіцитні. Експорт та імпорт за високої міжнародної стабільності може бути зменшений переміщенням самих факторів виробництва (робочої сили або капіталу) з країни з їх надлишком до країн з їх нестачею.

Хекшер та Олін започаткували теорію факторонаділеності, яка на сьогодні у концентрованому вигляді зводиться до чотирьох теорем:

– кожна країна має порівняльні переваги щодо випуску товару, виробництво якого потребує значних витрат відносно надлишкового фактора (теорема Хекшера–Оліна);

- вільна торгівля, зрівнюючи факторні винагороди між країнами, слугує заміною зовнішньої мобільності факторів виробництва (теорема П. Самуельсона);
- зростання відносних цін товарів призводить до винагороди того фактора, який ефективно використовується у виробництві товару і скорочує реальні винагороди іншого фактора (теорема Столпера–Самуельсона);
- зростання пропозиції одного з факторів виробництва у разі постійності інших змінних призводить до зростання випуску товару, який виробляється за інтенсивного використання цього фактора, і до скорочення випуску інших товарів (теорема Рибчинського).

У 1954 р. американський економіст Василій Леонт'єв застосував теорію Хекшера–Оліна до аналізу зовнішньої торгівлі США, а саме: розрахунку повних витрат праці і капіталу на експорт й імпорт. Згідно з робочою гіпотезою, США повинні були експортувати капіталомісткі товари, а імпортувати — трудомісткі. Однак результат виявився зворотним (експортувалася трудомісткіша і менш капіталоемна продукція, ніж імпортувалася) і дістав назву «парадокс Леонт'єва». Було встановлено, що відносний надлишок капіталу в США не впливає на зовнішню торгівлю. Леонт'єв пояснює цей парадокс за рахунок поділу праці на більш і менш кваліфіковану. Тобто США експортували ті товари, виробництво яких в інших країнах було неможливе або неефективне внаслідок нижчої кваліфікації робітників. Імпорт же капіталомістких товарів був пов'язаний з результативнішим ефектом його застосування у країнах з надлишком інших факторів виробництва — землі або праці [51, с. 12].

В. Леонт'єв, досліджуючи цей парадокс, створив модель «кваліфікації робочої сили», відповідно до якої у виробництві задіяні не три фактори (праця, земля, капітал), а чотири — кваліфікована праця, некваліфікована праця, земля і капітал. Практичними висновками даної моделі стало те, що відносний надлишок фахового персоналу і висококваліфікованої робочої сили зумовлюють експорт товарів, виготовлення яких потребує кваліфікованої робочої сили, а надлишок некваліфікованої робочої сили сприяє експорту товарів, для виробництва яких не потрібна висока кваліфікація.

Повоєнний бурхливий розвиток наукомістких, високотехнологічних галузей виробництва і, відповідно, стрімке зростання міжнародного обміну їх продукцією зумовили появу низки теорій неотехнологічного напрямку, характерною особливістю яких є спроба пояснення реалій і перспектив міжнародної торгівлі динамічними порівняльними перевагами, що виникають або створюються, використовуються і з часом зникають. До теорій і моделей неотехнічного напрямку належать: модель наукомісткої спеціалізації, теорія технологічного розриву, теорія життєвого циклу продукту на світовому ринку, модель економії на масштабах виробництва, концепція внутрішньогалузевої торгівлі [6, с. 36].

Модель наукомісткої спеціалізації обґрунтовує об'єктивність спеціалізації індустриально розвинутих країн на виробництві та експорті наукомістких і технологічно складних товарів, а країни, що розвиваються, мають спеціалізуватися на виробництві та експорті переважно ресурсномістких товарів.

Теорія технологічного розриву пояснює торгівлю між країнами існуванням відмінностей у рівнях їх технологічного розвитку. Тобто, прогресивні технології, якими володіє країна, створюють унікальні нові товари та послуги, які й забезпечують країні першість або суттєві переваги у пропозиції товарів на відповідних товарних і регіональних ринках. Теорія обґрунтовується наявністю імітаційного лага, який складається з лага попиту (часу, необхідного для формування попиту на новий продукт) і лага реагування (часу, необхідного виробникам країни–імпортера для налагоджування національного виробництва аналогічного товару). Різниця між цими двома лагами і пояснює передумови міжнародної торгівлі (експорт до іншої країни можливий, якщо лаг попиту коротший за лаг реагування). Реалізація на світовому ринку технологічних новинок дає змогу інвестування в нові дослідження і розробки для забезпечення безперервності нововведень, що, в свою чергу, формує стабільну технологічну перевагу і відповідну спеціалізацію країн.

Теорія життєвого циклу продукту на світовому ринку, розроблена Раймондом Верноном у 1966 р., ґрунтується на теорії життєвого циклу продукту, що, в свою чергу, була запропонована на початку 60-х років фахівцями

Гарвардської школи бізнесу на чолі з Теодором Левіттом. Сутність цієї теорії полягає в тому, що один і той же товар в один і той же час знаходиться в різних країнах на різних стадіях свого життєвого циклу. Для спрощення аналізу кількості стадій життєвого циклу зменшується до трьох: новий товар, зрілий товар, стандартний (поширений) товар. А країни, в свою чергу, поділяються на країни-новатори, країни-послідовниці та інші країни, які останніми починають споживання та виробництво товару. Модель демонструє, як із часом країна-новатор з основного експортера товару перетворюється на його імпортера, а країна-послідовниця — з імпортера стає основним експортером на світовому ринку. Інші країни з часом також можуть трансформуватися в експортерів, але вже на тій стадії, коли товар є розповсюдженим і стандартним. Країна-новатор відмовляється від виробництва даного товару за умов уже розглянутих теорій факторонаділеності і технологічного розриву [24, с. 56].

Згідно з моделлю економії на масштабах виробництва у країнах, які мають місткий внутрішній ринок, повинні розміщуватися такі виробництва, що забезпечують зростання економічного ефекту при збільшенні масштабу виробництва. Основним у цій моделі є припущення, що розвинуті країни наділені факторами виробництва приблизно в однакових пропорціях, а тому торгівля між ними доцільна в тому разі, якщо вони спеціалізуються на виробництві товарів різних галузей, що дозволяє знижувати витрати за рахунок масового виробництва.

Модель внутрішньогалузевої торгівлі орієнтована на дослідження та пояснення такої сучасної тенденції розвитку міжнародної торгівлі, як внутрішньогалузева торгівля між країнами. Розвиток останньої входить у пряму суперечність з постулатами моделей факторонаділеності, а саме: країни торгують товарами, які виробляють за фактично однакової інтенсивності витрат факторів, а не товарами, що є результатом використання надлишкових факторів виробництва.

У 1961 р. шведський економіст Пітер Ліндерт висунув гіпотезу, що на обсяг і структуру торгівлі товарами обробної промисловості (а саме вони є основним у внутрішньогалузевій торгівлі) впливають не витратні умови пропозиції, а умови і характер попиту, зумовлені однаковим або близьким рівнем ВВП на душу

населення в країнах. У таких країнах споживачі мають порівнянні споживацькі переваги, які може задовольняти продукція будь-якої з даних країн. Крім цієї основної умови, фахівцями визначені додаткові фактори, що впливають на розвиток двосторонньої внутрішньогалузевої торгівлі: близькість рівнів доходу на душу населення та ідентичність кривих попиту у двох країнах; близькість цін факторів і витрат виробництва диференційованих продуктів; близькість рівня тарифних і нетарифних бар'єрів; приблизно однаковий рівень диференціації конкуруючих товарів; номінальна величина транспортних витрат [33, с. 17].

Теорія конкурентних переваг розроблена та обґрунтована американським економістом Майклом Портером у 1991 р. У цій теорії запропоновано принципово новий підхід до проблем міжнародної торгівлі, який базується на твердженні, що на міжнародному ринку конкурують фірми, а не країни. Тому, на думку М. Портера, необхідно усвідомити, як фірма створює та утримує конкурентну перевагу, для того щоб з'ясувати роль країни у цьому процесі.

Основною одиницею конкуренції, за М. Портером, є галузь як група конкурентів, що виробляють товари або надають послуги та безпосередньо змагаються між собою. Успіх як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках залежить від правильно визначеної конкурентної стратегії. На вибір останньої стосовно певної галузі впливають два головні чинники: структура галузі, тобто особливості конкуренції, та позиція, яку посідає фірма в галузі.

Особливості конкуренції в галузі залежать від п'яти факторів (або сил, за М. Портером):

- можливість появи нових конкурентів;
- вірогідність появи або ступінь впливу товарів–замінників;
- поведінка постачальників;
- поведінка споживачів;
- суперництво існуючих конкурентів між собою.

Значення кожного з цих факторів зумовлюється його основними технічними та економічними параметрами. Крім того, ці фактори визначають прибутковість галузі, оскільки впливають на ціни, що встановлюють фірми, їх витрати,

капіталовкладення тощо.

Позиція, яку посідає фірма в галузі, пояснюється наявною конкурентною перевагою (нижчі витрати або диференціація товарів) та масштабістю мети, на яку орієнтується фірма. Залежно від сфери конкуренції та наявної конкурентної переваги фірмам пропонуються такі типові конкурентні стратегії: лідерство за рахунок економії на витратах; диференціація; фокусування; сфокусована диференціація.

Особливості міжнародної конкуренції:

- множинно–національні галузі, для яких характерна докорінна різниця у конкретному середовищі в окремих країнах, що не дозволяє здійснювати єдину конкурентну стратегію фірми на зовнішньому ринку;
- глобальні галузі, де існує світове конкурентне поле й фірма може застосувати уніфіковану конкурентну стратегію.

Тут фірма може використовувати:

- 1) конфігурацію діяльності, тобто розміщення окремих її видів (наприклад, виробничі чи збутові підрозділи відповідно до рівня їх національного оподаткування) в різних країнах;
- 2) координацію діяльності філіалів (обмін загальною інформацією, ноу–хау, узгодження виробничої або торговельної політики) з метою спільної економії на витратах у межах усієї фірми.

Складовою теорії М. Портера виступають детермінанти конкурентних переваг країни, у межах яких відокремлено чотири параметри країни, що формують конкурентне середовище для місцевих фірм і впливають на її успіх у міжнародній діяльності:

- параметри факторів виробництва (наявність факторів, ієрархія факторів і механізми та динаміка їх створення);
- рівень попиту на внутрішньому ринку країни базування фірми, високі параметри якого виступають як підтримуючий і страховий фактор у разі операцій на зовнішньому ринку;
- наявність у країні базування галузей–постачальників або інших галузей,

що конкурентоспроможні на світовому ринку;

- близькість національних моделей стратегії та структури фірми до глобальних параметрів;
- рівень внутрішньої конкуренції, яка впливає на діяльність фірми на зовнішньому ринку.

Крім того, в моделі детермінант конкурентної переваги країни передбачені такі фактори, як уряд і випадок. Роль уряду може полягати як у посиленні, так і послабленні всіх чотирьох складових конкурентної переваги країни. А випадок — це подія, яка має мало спільного з умовами розвитку в країні і на яку не можуть впливати ані фірми, ані національні уряди (визначні технологічні досягнення, різкі зміни цін на ресурси, значні коливання кон'юнктури світових фінансових ринків, політичні рішення зарубіжних урядів, війни тощо).

Країни досягають успіху в тих або інших галузях завдяки тому, що середовище в цих країнах розвивається динамічніше і прогресивніше, формуючи умови для створення та реалізації фірмами власних конкурентних переваг як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

1.2. Особливості організації імпорتنих операцій

Ефективність здійснення операцій з імпорту являє собою результативний показник, завдяки якому можна говорити про конкурентоспроможність підприємства на міжнародному ринку загалом і певних сегментів її економіки зокрема; здатність підприємства забезпечувати потреби споживача та нарощувати обсяги прибутку, використовуючи імпортні операції. Тому підвищення ефективності здійснення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності таких операцій з імпорту потребує постійної уваги з огляду на турбулентність ринкового середовища, глобалізація якого здійснює постійні виклики та посилює конкуренцію між її учасниками. Тому предметом подальших досліджень у цьому напрямі може стати аналіз операцій з імпорту з використанням галузевого

призначення під призмою оптимізації витрат на їх здійснення та зменшення ризиків для її учасників.

У підсумку такий підхід повинен мінімізувати накладні витрати на здійснення таких операцій, що в результаті збільшує прибуток підприємств, а отже, підвищує перспективу подальшого зростання підприємства загалом шляхом розширення діяльності із закордонними підприємствами-імпортерами [1, с. 13]. Ефективність операцій з імпорту для підприємства є покращення його фінансово-економічних показників, її розвиток та перелік їх на вітчизняному ринку країни.

Для проведення операцій з імпорту вони створюють імпортні відділи, що включають, як правило, два сектори – закупівельний і адміністративний.

В окремих країнах, що розвиваються, створені урядові організації, які займаються імпортом окремих товарів, котрі виробляються на державних підприємствах або скуповуються в окремих приватних осіб.

Операція з 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.

При цьому ввезений товар може бути як готовою продукцією, призначеною для реалізації, так і сировиною, напівфабрикатами, що підлягають переробці, об'єктами капітального будівництва у виді інвестиційного капіталу, ліцензіями, ноу-хау і т.д.

Важливо уточнити, що таке імпорт. Імпорт – придбання (у тому числі з оплатою в не грошовій формі) українськими суб'єктами ЗЕД в іноземних суб'єктів господарювання товарів (робіт, послуг) із ввозом чи без ввозу таких товарів (робіт, послуг) на територію України, включаючи покупку товарів, призначених для власного споживання установами й організаціями України, розташованими за її межами.

У міжнародній комерційній практиці під імпортом розуміються і статистикою враховуються:

- 1) ввіз у країну товарів іноземного походження безпосередньо з країни

виробника або країни посередника для особистого споживання, для промислових, будівельних, сільськогосподарських і інших підприємств або ж для переробки з метою споживання усередині країни, або ж з метою вивозу з неї;

2) ввіз товарів з вільних економічних зон або приписних окладів;

3) ввіз із-за границі раніше вивезених вітчизняних товарів, що не піддавалися там переробці. Такий імпорт називається реімпортом. До реімпорту відносять товари не продані на аукціоні, повернуті з консигнаційного складу, повернуті покупцем і грн.

4) ввіз товарів для переробки під митним контролем. Сюди відносять такі товари, котрі ввозять у країну для переробки з метою вивозу готової продукції, що містить у собі даний товар у переробленому або зміненому виді.

Важливо відзначити, що у вартість імпорту митний облік включає також усі товари, котрі поставляються материнськими компаніями ТНК своїм дочірнім компаніям, що знаходяться на території інших країн. У такий спосіб враховується внутріфінансовий оборот у міжнародному товарообміні.

Крім того, у вартість товарного імпорту включаються:

- вартість поставок комплектного устаткування і матеріалів, включаючи вартість наданих технічних послуг;
- ліцензійні відрахування;
- вартість товарів, проданих і куплених через торгових посередників на ярмарках і виставках;
- вартість товарів, наданих в оренду іноземному контрагенту і які переміщуються через митний кордон (враховується і публікується окремо) [13].

Організація і техніка здійснення операції з імпорту так само як і експортної залежить від цільової установи імпортера, має потребу у всебічному маркетинговому забезпеченні. Етапи її реалізації відрізняються наступною специфікою [12, с. 14]:

1. Вивчаючи кон'юнктуру ринку імпортер перш за все повинен:

- а) визначити сучасні вимоги до товарів, що планується закупити;
- б) знайти постачальників товарів потрібної якості і технічного рівня;

- в) визначити рівень цін і тенденції їхньої зміни;
- г) 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.

2. При виборі найбільш доцільних форм і методів роботи з іноземним партнером по закупівлі товарів імпортер повинний брати до уваги:

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

3. При плануванні операцій з імпорту важливо продумати заходи щодо організації закупівлі необхідних товарів і послуг, участі в торгах, направлення комерційних листів про наміри у відповідь на рекламу або інформацію експортера і т.д.

На практиці часто застосовується більш детальне планування. Форми організації операцій з імпорту, постійно розвиваються й удосконалюються. У великих промислових фірмах операції з імпорту, здійснюються через спеціалізований апарат управління міжнародною діяльністю (відділи в центральних службах, міжнародні відділення, дочірні компанії по управлінню закордонною діяльністю та ін.).

У малих і середніх промислових фірмах безпосередні операції з імпорту усе ширше здійснюються через власні канали. До безпосереднього імпорту прибігають звичайно промислові фірми, які постійно закуповують сировину, паливо, матеріали, устаткування для своїх заводів. Організаційні форми здійснення операцій з імпорту тут також різноманітні і залежать від обсягу і характеру чинених операцій, структури управління компанією, наявності власних

джерел постачання, торгово-політичних умов, що існують у країнах експортера й імпортера.

Власний імпортерний апарат створюється в тих випадках, коли компанія має стійкі, довгострокові контакти з постачальниками сировини і матеріалу за кордоном. Структура імпортерного апарату промислових фірм, залежить у першу чергу від обсягу і характеру чинених операцій. Імпортерний апарат створюється як у країні імпортера, так і за кордоном.

Найбільш розповсюдженою формою організації імпортерного апарату промислових фірм є вбудовані імпортерні відділи. Вони створюються усередині відділів постачання або відділів закупівель.

Фірми, що мають більший обсяг операцій з імпорту можуть створювати у своєму складі спеціальні імпортерні 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.

Для здійснення операцій з імпорту, крім імпортерного відділу, промислові фірми використовують такі організаційні форми як закордонне представництво, імпортерні асоціації тощо.

Управління операціями з імпорту підприємства здійснюється з огляду на результати аналізу ринкової ситуації та тенденції її зміни, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на рішення, що приймаються керівництвом підприємства [3, с. 96-97].

Значна кількість стратегічних рішень, які приймаються менеджерами різних ланок, лежать в основі міжнародної діяльності суб'єкта зовнішньоекономічної

діяльності. Ефективне управління імпортою діяльністю підприємства передбачає виконання організацією ряду необхідних дій, зокрема:

- забезпечення виконання реалізації загальної стратегії таким чином, щоб на рівні поточної діяльності фірми забезпечувалося поетапне досягнення стратегічних цілей підприємства;
- охоплення всіх ключових аспектів, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- орієнтація на успіх при реалізації імпортою діяльності;
- забезпечення відповідності процесів, що відбуваються на підприємстві, його загальному стратегічному напрямку розвитку як ззовні, так і всередині організації.

У процесі розробки стратегії імпорту виділяють наступні основні стадії: визначення місії та цілей підприємства, оцінка факторів зовнішнього та внутрішнього середовища з використанням відповідного інструментарію, оцінка потенціалу підприємства, розробка та оцінка альтернативних імпортих стратегій, вибір імпортою стратегії, реалізація імпортою стратегії, аналіз і контроль реалізації імпортою стратегії на зовнішньому ринку [7, с. 152].

Управління операціями з імпорту передбачає розробку програми і планів діяльності підприємства для контролю за їх виконанням, а аналізу, обліку та оцінки ефективності самої стратегії. Одним із завершальних етапів реалізації імпорту є стратегічний контроль. Він покликаний виявляти помилки, сильні та слабкі сторони на різних етапах формування стратегії та координувати діяльність таким чином, щоб виправити ситуацію, яка не відповідає стратегічним орієнтирам підприємства. Таким чином, обов'язково необхідно здійснювати зворотній зв'язок.

Процес реалізації організації операцій з імпорту підприємства необхідно оптимізувати з метою покращення їхнього становища на іноземних та національному ринках.

До операцій з імпорту відносяться [21, с. 14]:

- 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 імпорتنих закупок;
- придбання товарно-матеріальних цінностей та послуг з оплатою готівкою;
- отримання товарно-матеріальних цінностей та послуг в якості безоплатної допомоги.

В залежності від виду операцій з імпорту застосовуються різні способи обмеження імпорту: короткострокове обмеження імпорту, митний бар'єр, антидемпінгові мита.

Короткострокове обмеження імпорту – обмеження імпорту на строк не більше 180 днів.

Митний бар'єр – обмеження імпорту, метою якого є перешкоди ввезенню імпорتنих товарів через завищення ввізного мита. Якщо ринок експортера є монополістичним або олігополістичним, а зарубіжний ринок – конкурентним, може виникнути ефект демпінгу. Для його попередження держава може застосувати антидемпінгову політику на будь-який продукт.

Демпінг – увезення на митну територію України товарів за ціною, нижчою від порівняної ціни на подібний товар у країні-експортері, що заподіює шкоду національному товаровиробнику подібного товару. Для запобігання торгівлі товарами та послугами за демпінговими цінами країна проводить антидемпінгову політику шляхом установлення антидемпінгового мита.

Антидемпінгове мито – додаткове мито на імпортні товари, що ввозяться в країну за цінами, нижче цін світового ринку або внутрішніх цін [2, с. 54].

Імпортна діяльність – це діяльність, що побудована на взаєминах між суб'єктом господарювання й іноземним суб'єктом господарської діяльності й може проводитися як на території України, так і за її межами.

При операціях з імпорту товарів підприємство прагне вигідно закупити товари за кордоном з метою їхнього подальшого використання у своїй країні. У зв'язку з цим призначення товарів має велике значення.

Підприємство може закупити товари для їхнього подальшого продажу на території України. Такі товари ми класифікуємо як товари споживання. Підприємство може також придбати товари для їхнього використання у власному виробничому циклі (устаткування, сировина тощо). Такі товари класифікуються як товари виробництва.

На підставі цих теоретичних положень можна стверджувати, при здійсненні ефективних операцій з імпорту необхідно дослідити міжнародний ринок відповідно до його специфіки та різних впливаючих аспектів на імпорتنу діяльність.

1.3. Методичні підходи до оцінювання ефективності операцій з імпорту

На рівні підприємства під економічною ефективністю операцій з імпорту розуміють ступінь збільшення доходу від здійснення операцій. Критерієм ефективності є прибуток як основна міра ефективності. Визначення ефективності операцій з імпорту зумовлює ступінь зацікавленості підприємства у виході на світовий ринок, дає змогу обґрунтувати окремі позиції щодо закупівлі та продажу певних товарів. Одержані дані можуть бути використані при розробленні планів імпорту підприємства при оцінюванні структури та напрямків зовнішньоторговельного обороту.

Усю систему здійснення операцій з імпорту підприємства можна розділити на 4 групи:

1. Абсолютні показники:

- обсяг імпорту;
- обсяг накладних витрат на імпорт;
- середній залишок коштів;

- кількість отриманих реклаमाцій;
- сума реклаमाцій;
- кількість задоволених реклаमाцій;
- перевага покупцями ТМ фірми;
- обсяг імпорту нових товарів.

2. Відносні показники:

- індекс динаміки;
- індекс вартості;
- індекс фізичного обсягу;
- індекс ціни;
- індекс кількості (наприклад, динаміка частки світового, європейського ринків, частка нових товарів в імпорті, які з'явилися за останні 5 років, частка зниження витрат, яку одержано внаслідок використання нових технологій тощо);
- коефіцієнти виконання зобов'язань з імпорту за вартістю, фактичним обсягом, ціною;
- середня тривалість обороту операцій з імпорту;
- коефіцієнт віддачі коштів від операцій з імпорту.

3. Показники структури:

- товарна структура імпорту;
- географічна структура;
- структура накладних витрат.

4. Показники ефективності (ефекту):

- валютна ефективність імпорту;
- ефективність імпорту;
- рентабельність імпорту;
- економічний ефект імпорту;
- інтегральний економічний ефект;
- ефективність придбання та використання імпортного обладнання;
- ефективність придбання та продажу ліцензій.

Розрахунок показників ефективності здійснюється за такими принципами [1, с. 23]:

1. Найповніший облік усіх складових витрат і результатів. Неповний облік витрат та отриманих результатів може спотворити висновки про оцінку ефективності того чи іншого рішення.
2. Необхідність порівняння з базовим варіантом. За базовий варіант може бути прийнятий стан справ до прийняття певного рішення. Неправильний вибір бази порівняння може призвести до спотворення оцінок.
3. Приведення витрат і результатів до однієї бази зіставлення.
4. Приведення різних за часом витрат і результатів до одного моменту часу.
5. Наявність достовірності інформації, систему збору та аналізу даних.

Конкретний розрахунок показників ефективності залежатиме значною мірою від виду операції, її мети, умов та інших особливостей і конкретної угоди у межах ЗЕД, здійснюваної на підприємстві [6]. Щоб визначити ефективні напрями діяльності підприємства операцій з імпорту, потрібен ретельний аналіз її стану. Проведення аналізу операцій з імпорту включає: визначення виконання зобов'язань за вартістю, фізичним обсягом та ціною імпортованих товарів; визначення виконання зобов'язань за термінами їхніх поставок та якістю; установлення факторів і величин їхнього впливу на економічні показники; з'ясування причин недовиконання зобов'язань за тими чи іншими позиціями [1].

Для аналізу ефективності операцій з імпорту підприємства використовують систему аналітичних показників, див. дані в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Показники оцінки ефективності операцій з імпорту

Назва	Формула	Необхідні дані
1	2	3
частка сум контрактів, прострочених у звітному періоді	$I_{п.к} = \frac{K_{п}}{K_{з}} \times 100\%$	$K_{п}$ – сума контрактів, прострочених протягом року; $K_{з}$ – сума контрактів, що підлягають виконанню у звітному періоді.

1	2	3
Коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю	$K^{\text{варт.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} \times P_{i\phi}}{\sum_{i=1}^n Q_{in} \times P_{in}}$	$Q_{i\phi}$ і $P_{i\phi}$ – фактичні ціни та кількість товару і; Q_{in} і P_{in} – планові ціни та кількість товару і; n – кількість товарів
Коефіцієнт виконання зобов'язань з імпорту товарів за фізичним обсягом	$K^{\text{фіз.об.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} \times P_{in}}{\sum_{i=1}^n Q_{in} \times P_{in}}$	$Q_{i\phi}$ – фактична кількість імпорту; Q_{in} і P_{in} – планові ціни та кількість товару і; n – кількість товарів
Коефіцієнт виконання зобов'язань з імпорту товарів за ціною	$K^{\text{ціна}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} \times P_{i\phi}}{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} \times P_{in}}$	Q_{in} і P_{in} – фактичні ціни та кількість товару і; P_{in} – планова ціна товару і; n – кількість товарів
ВАЛЮТНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІМПОРТУ (показник валютної ефективності характеризує купівельну спроможність, силу валюти, її курс)		
Валютна ефективність імпорту; якщо значення показника перевищує значення курсу національної валюти – ЗЕД є ефективною	$E_{\text{імп}}^{\text{вал}} = \frac{Ц_{\text{імп}}}{В_{\text{імп}}^{\text{вал}}}$	$Ц_{\text{імп}}$ – вартість одиниці імпортного товару; $В_{\text{імп}}^{\text{вал}}$ – валютна ціна одиниці товару

Джерело: [17, с. 14].

Процес проведення аналізу має 4 етапи: аналіз виконання зобов'язань за товарами та товарними групами; виконання зобов'язань за країнами імпорту; виконання зобов'язань за країнами ближнього зарубіжжя; узагальнення результатів аналізу. На першому етапі з'ясовується кількість та загальна сума укладених угод, кількість і загальна сума виконаних угод, кількість, види та сума прострочених контрактів, причини неповної реалізації угод і порушень термінів поставок товарів. Для загальної характеристики імпортової діяльності підприємства використовують такі показники, див. дані в табл. 1.2.

Для оцінки ефективності операції з імпорту необхідно порівняти дані показників (коефіцієнтів) з певною базою, оскільки самі по собі вони про це не свідчать. Базою порівняння, як правило, є валютний курс. Якщо коефіцієнт валютної ефективності перевищує значення курсу валют, то операції з імпорту вважаються ефективними. При цьому базою порівняння для валютної ефективності імпорту – звичайний обмінний курс (пряме котирування).

Таблиця 1.2

Показники для оцінки ефективності операцій з імпорту

Назва	Формула	Необхідні дані
Економічний ефект імпорту	$E_i = C_{pi} - B_i$ $B_i = B_m + M + A + ПДВ + Д$ $B = BV \times K$	C_{pi} – ціна реалізації імпортованих товарів на внутрішньому ринку; B_i – витрати на придбання імпортованої продукції; B_m – митна вартість товару, перерахована у гривні за офіційним курсом (K) на дату подання митної декларації, яка включає валютні витрати (BV) до місця ввезення товару на митну територію України; M – імпортне мито; A – сума акцизу; Д – додаткові витрати
Економічна ефективність імпорту Якщо показник наближається до 1, то імпорт товару є ефективним. Використання даного показника дає змогу підприємству не лише придбати устаткування виходячи з найнижчої ціни, а й майбутніх експлуатаційних витрат. $E_{ек.п.2} > 1$ (показує кількість продукції, яка випускається на даному устаткуванні на 1 грн. витрат щодо його придбання)	Імпорт товарів здійснюється для виробничого споживання імпортером з метою зниження витрат виробництва як альтернатива його закупівлі на внутрішньому ринку $ЦС = Цп - E_B$ $Цп = Цк + E_B$ $E_B = B_c + B_e + B_p + B_z + ЗП$ 2. Імпорт товарів здійснюється для його реалізації на внутрішньому ринку з метою отримання прибутку (імпорт товарів народного споживання) $E_i = C_{pi} - B_i$	$Цп$ – купівельна ціна імпортованого товару; E_B – експлуатаційні витрати на використання товару, устаткування; B_c – вартість сировини, матеріалів, що споживаються на одиницю виготовленої на даному устаткуванні продукції; ЦС – ціна сировини $Цк$ – ціна по курсу валют на дату; B_e – вартість палива та енергії на одиницю виготовленої на даному устаткуванні продукції; B_p – вартість ремонту B_z – вартість запчастин для устаткування; ЗП – заробітна плата робітників, які обслуговують устаткування.

Джерело: [7, с. 14].

Показники, які характеризують ступінь ефективності операцій з імпорту для підприємства, доцільно розраховувати перед укладанням певної угоди, при планування діяльності, а також з метою оцінювання ефективності операцій з імпорту за попередній період [5]. Для того, щоб операції з імпорту споживання були вигідними, необхідно, щоб імпортований дохід перевищував імпортовані витрати.

Це відбиває базовий коефіцієнт ефективності імпорту товарів споживання, який розраховується за формулою 1.1.

$$E_{itc}^b = B_i / (B_{it} + T_b + O_b) \quad (1.1)$$

де E_{itc}^b – базовий коефіцієнт ефективності операцій з імпорту споживання;

B_i – внутрішній виторг від продажу імпортованого товару;

B_{it} – вартість імпортованого товару;

T_b – транспортні витрати;

O_b – організаційні витрати.

Якщо $E_{itc}^b > 1$, імпорт товару ефективний.

Для визначення ефективності операцій з імпорту необхідно також розрахувати альтернативний коефіцієнт ефективності імпорту товарів споживання, який розраховується за формулою 1.2.

$$E_{itc}^a = (B_i - B_{it} - T_b - O_b) / (B_b - B_b^a) \quad (1.2)$$

де E_{itc}^a – альтернативний коефіцієнт ефективності операції з імпорту товарів споживання;

B_b^a – вартість вітчизняного товару, аналогічного імпортному.

Якщо $E_{itc}^a > 1$, операції з імпорту є ефективними.

Методика визначення ефективності операцій з імпорту споживання є аналогічною методиці визначення ефективності імпорту.

Тепер перейдемо до розгляду ефективності операцій з імпорту виробництва.

При імпорті товарів виробництва необхідно враховувати вартість їхнього обслуговування та використання у виробництві підприємства, що імпортує ці товари.

Базовий коефіцієнт ефективності імпорту товарів виробництва буде розраховуватися за формулою 1.3.

$$E_{itb}^b = B_{tb} / (B_{it} + T_b + O_b + B_{btb}) \quad (1.3)$$

де E_{itb}^b – базовий коефіцієнт ефективності операції з імпорту товарів виробництва;

B_{tb} – виторг від використання товару виробництва;

B_{btb} – витрати на використання товару виробництва.

Якщо $E_{itb}^b > 1$, імпорт товару є ефективним.

Необхідно також розрахувати альтернативний коефіцієнт ефективності операцій з імпорту товарів виробництва, який розраховується за формулою 1.4.

$$E_{itb}^a = (B_{btb} - B_{it} - T_b - O_b - B_{tpr}) / (B_{tpr} - B_b - Z_{tpr}) \quad (1.4)$$

де E_{itb}^a – альтернативний коефіцієнт ефективності імпорту товарів виробництва.

Якщо $E_{itb}^a > 1$, імпорт товару є ефективним.

Методика аналізу ефективності імпорту товарів виробництва є аналогічною до методики аналізу ефективності імпорту товарів споживання [1, с. 14].

Процес здійснення на підприємстві операцій з імпорту є надзвичайно складним на будь-якому підприємстві. Для визначення ефективності подальшого здійснення такого роду діяльності, порівнянні досягнутих результатів із попередніми періодами доцільно здійснювати оцінку ефективності операцій з імпорту. Для цього існує ряд показників операцій з імпорту, які відображають ефективність здійснення операцій з імпорту на підприємстві. Процес оцінки ефективності операцій з імпорту є доволі змістовним та повним, але при цьому слід враховувати особливості кожного підприємства та специфіку його зовнішньоекономічної діяльності.

Варто зауважити, що в ринкових умовах підприємство не повинно обмежуватись лише класичними способами оцінки та аналізу ефективності операцій з імпорту, оскільки вони не завжди дозволяють визначити реальний вплив ефективності здійснення таких операцій на його фінансове становище підприємства, загальну ефективність його діяльності, а також на його платоспроможність. Для усунення такого недоліку вищенаведених чинників та для оцінки ефективності операцій з імпорту у подальших дослідженнях пропонується використовувати показники економічної безпеки підприємства, оскільки крім позитивного економічного ефекту, на підприємство діє ряд

негативних чинників, що можуть вплинути й власне на його економічну безпеку.

Висновки до розділу 1

В результаті дослідження основних підходів до поняття міжнародної торгівлі ми визначили таке:

Міжнародна торгівля – це історично перша форма міжнародних економічних зв'язків, якщо не брати до уваги простий, натуральний обмін. Вона являє собою обмін товарами та послугами між державно оформленими національними господарствами, тобто між державами. Охарактеризовано етапи розвитку міжнародної торгівлі. Розглянуто основні показники міжнародної торгівлі, які діляться на сім основних груп та представлені формули їх розрахунку.

Ефективність операції з імпорту несе в собі результативний показник, який буде мати конкурентну перевагу на міжнародному ринку. Було розглянуто сутність значення операція з 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. При здійсненні ефективних операцій з імпорту необхідно дослідити міжнародний ринок відповідно до його специфіки та різних впливаючих аспектів на імпорتنу діяльність.

Оцінювання ефективності операцій з імпорту показує чи буде підвищення доходу підприємства від ведення таких операцій. Розрахунок показників ефективності залежатиме значною мірою від виду операції, її мети, умов та інших особливостей і конкретної угоди у межах ЗЕД, здійснюваної на підприємстві. Щоб визначити ефективні напрями діяльності підприємства операцій з імпорту, потрібен ретельний аналіз її стану.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

2.1. Аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» є одним із найбільших постачальників вогнетривкої продукції в Україні. У спільній роботі компанія дотримується індивідуального підходу до кожного партнера, беручи до уваги всі потреби і побажання клієнта. При розгляді замовлення на поставку вогнетривкої продукції в приватному порядку через регіонального менеджера визначаються оптимальні рішення для подальшої співпраці.

Індивідуально для кожного підприємства проводиться розробка проекту та техніко-комерційної пропозиції, що в середньому займає приблизно місяць. Для підготовки проекту, замовнику необхідно надати технічне завдання, в якому будуть міститися креслення, умови експлуатації вогнетривів, вимоги по гарантійної стійкості виробів і т.д. В окремих випадках, додатково, замовнику направляється опитувальний лист з уточнюючими питаннями.

Контракт на поставку вогнетривкої продукції може бути укладений безпосередньо з Компанією Puyang Refractories Group Co., Ltd (Китай) або з PuyangPoland (Польща).

У контракті обумовлюються вартість товару, кількість товару, терміни і умови поставки товару, умови оплати, маркування, приймання продукції і ін.

Розглянемо основні фінансово-господарські показники ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Для проведення порівняльного аналізу основних фінансово-господарських показників виберемо за базу 2013 рік, відносно якого будемо визначати відхилення основних показників господарської діяльності підприємства, див. дані

табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка господарської діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» за 2013–2017 роки

№ з/п	Показники	Роки					Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
		2013	2014	2015	2016	2017	
1.	Основні засоби:						
	залишкова вартість, тис грн.	3420,7	3690,5	3309,8	3067,8	2979,0	-441,7
	первісна вартість, тис грн.	5121,2	5990,8	5699,5	5690,7	5809,7	
	знос, тис. грн.	2105,1	2300,3	2389,7	2622,9	2830,7	
2.	Запаси, тис. грн.	1402,4	1570,9	1562,3	14533,2	12331,3	10928,9
3.	Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	3802,2	4894	2937,8	1588,5	-	-3802,2
4.	Дебіторська заборгованість за бюджетом	101,8	108,5	129,9	2372,9	1012,2	910,4
4.	Інша поточна дебіторська заборгованість, тис. грн.	495,7	512,4	592,4	630,9	33,7	-462
5.	Гроші та їх еквіваленти, тис. грн..	2001,9	2498	1770,3	3353,5	3747,2	1745,3
6.	Інші оборотні активи, тис. грн..	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1

Джерело: сформовано та розраховано автором за фінансовою звітністю підприємства.

Аналізуючи табл. 2.1, спостерігається значне збільшення запасів на підприємстві, яке відбувається за рахунок готової продукції, що загалом свідчить про зростання виробничого потенціалу ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», запаси мали значний зріст на 10928,9 тис грн в 2017 році в порівнянні до 2013 року.

Дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги в 2017 році не було, що означає про повне погашення коштів покупцями за товари. Інша поточна дебіторська заборгованість значно зменшилася за аналізований період. У 2017 році грошові кошти та їх еквіваленти на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» збільшилися на 1745 тис. грн., що свідчить про розширення діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА». Інші оборотні активи збільшилися на 0,1 тис. грн. в 2017 році в порівнянні до 2013 року.

Аналіз використання виробничих ресурсів включає в себе аналіз

використання основних засобів, оборотних активів, використання трудових ресурсів тощо, див. дані в 2.1.

Таблиця 2.1

Показники використання ресурсів ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Показники	Роки					Відхилення 2017 р. до 2013 р., +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	1481,00	4891,60	5845,15	5695,1	5750,2	4269,2
Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	7035,00	9957,55	8292	15683,5	19805,7	12770,7
Середньооблікова чисельність працівників, грн.	18	21	22	22	19	1
Фондоозброєність	301,85	222,87	265,69	258,87	302,64	0,79
Фондовіддача	2,12	1,12	1,69	1,18	1,19	-0,93
Матеріаловіддача	1,61	1,34	1,27	1,22	1,71	0,10
Матеріаломісткість	0,62	0,72	0,87	0,90	0,89	0,27
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	0,99	1,37	1,46	2,57	0,55	-0,44
Тривалість обороту оборотних засобів, днів	368,69	266,42	250,00	142,02	663,64	294,95
Рентабельність використання основних і оборотних засобів, %	1,90	0,03	0,00	9,66	5,02	3,12

Джерело: сформовано та розраховано автором за фінансовою звітністю підприємства.

З табл. 2.1 видно, що середньорічна вартість основних засобів ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» протягом 2013-2017 рр. збільшилася на 4269,2 тис. грн., оборотних активів – на 12770,7 тис. грн., а середньооблікова чисельність працюючих – на 1 особу. Внаслідок перевищення темпів зростання вартості основних засобів над темпами зростання чисельності персоналу фондоозброєність збільшилася в 0,79 рази.

Дані табл. 2.1 свідчать, що фондовіддача на підприємстві за останні три роки зменшилася на 0,93 грн., тобто якщо в 2013 р. 1 грн. коштів, вкладених в основні засоби ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» принесла 2,12 грн. доходу, то в 2017 р. – лише 1,19 грн. Попри це показник фондовіддачі залишається на високому рівні, що свідчить про самоокупність основних виробничих фондів підприємства в процесі господарської діяльності.

Рівень матеріаловіддачі на підприємстві становив у 2017 році 1,71 грн., що

на 0,10 грн. більше ніж у 2013 році. Внаслідок цього збільшився обернений показник матеріаломісткості.

Рентабельність основних і оборотних засобів ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» відображає загальну ефективність використання виробничих ресурсів. В 2015 р. рентабельність використання основних і виробничих засобів мала 0 значення, що свідчить про загрозу збитковості господарської діяльності підприємства. Впродовж 2013-2017 рр. цей показник зріс на 3,12 пункти.

Проаналізуємо в табл. 2.2 витрати та доходи ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» за 2013-2017 рр.

Таблиця 2.2

Показники оцінки ефективності господарської діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», %

Показники	Нормативне значення	Роки					Відхилення 2017 р. до 2013 р., +/-
		2013	2014	2015	2016	2017	
1. Рентабельність господарської діяльності	збільшення	1,04	0,90	-1,81	1,25	4,02	2,98
2. Валова рентабельність (прибутковість) виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	збільшення	7,72	6,17	9,18	16,52	17,33	9,61
3. Чиста рентабельність виручки від реалізації продукції	збільшення	2,22	0,03	-1,94	0,59	4,79	2,57
4. Рентабельність активів	збільшення	4,37	0,03	-1,71	0,41	2,51	-1,86
5. Рентабельність власного капіталу	збільшення	3,48	0,06	-3,61	1,36	11,84	8,36

Джерело: сформовано та розраховано автором за фінансовою звітністю підприємства.

Як видно з табл. 2.2 рентабельність господарської діяльності підприємства в 2017 році зросла в порівнянні з 2013 роком на 2,98% і становить 4,02%. Валова рентабельність ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» за три роки набула тенденцію до зростання, що свідчить про збільшення рівня окупності виробничих витрат. В 2017 році цей показник становив 17,33%, що на 9,61% вище за рівень 2013 року.

Чиста рентабельність виручки від реалізації продукції в 2013 році цей показник дорівнював -2,22%, в 2014 році – 0,03%, 2015 р. – 1,94%, в 2016 р. – 0,59%, в 2017 – 4,79%, тобто відбулося підвищення комерційної рентабельності на

2,57% в порівнянні з 2013 роком, що означає ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» підприємство отримало прибутки.

Рентабельність активів в 2015 році мало від'ємне значення, що означало підприємство неефективно використовувало свої активи, але в 2017 році рентабельність активів зменшилася, на 1,86%, що є позитивним явищем для підприємства та ефективним використанням активів.

Рентабельність власного капіталу підприємства також мала тенденцію до зростання на 8,36%, що означає підприємство ефективно використовує свій власний капітал. Таким чином можна зробити наступні висновки, що підприємство в 2014 році мало збиткову діяльність, але до 2016 року виправило своє положення та має прибуткову діяльність.

Проведемо аналіз показників ліквідності підприємства в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**Аналіз динаміки показників ефективності та ділової активності
ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»**

Показники	Нормативне значення	Роки					Відхилення 2017 р. до 2015 р., +/-
		2013	2014	2015	2016	2017	
1. Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	≥ 1 , збільшення	3,39	1,73	1,00	2,42	26,68	23,29
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6 – 0,8	1,59	1,36	0,49	1,58	22,02	20,43
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	≥ 0 , збільшення	0,10	0,18	0,01	0,04	0,51	0,41
4. Частка оборотних засобів в активах	-	0,78	0,90	0,61	0,50	0,70	-0,08
5. Чистий оборотний капітал	≥ 0 , збільшення	4957,00	6575,20	-26,30	7625,00	36875,20	31918,2
6. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	4,05	4,57	1,68	1,94	6,22	2,17
7. Коефіцієнт завантаженості активів	зменшення	0,29	0,28	0,28	0,36	0,48	0,19
8. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	3,79	3,83	120,59	5,11	1,36	-2,43

Джерело: сформовано та розраховано автором за фінансовою звітністю підприємства.

Як свідчить аналіз табл. 2.3, підприємство має досить великий запас ліквідності. Майже всі показники ліквідності знаходяться в межах нормативу. Загальний коефіцієнт покриття показує, скільки грошових одиниць оборотних активів припадає на кожну грошову одиницю поточних зобов'язань. У всіх звітних періодах значення цього показника більше 1, що свідчить про те, що підприємство може своєчасно ліквідувати борги.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує можливість розрахунку по поточних зобов'язаннях за рахунок грошових коштів і коштів в розрахунках. В 2017 році відбулося збільшення значення показника швидкої ліквідності на 20,43 пунктів порівняно з 2013 роком, при нормативному значенні не менше 0,5. Наймобільнішою частиною оборотних активів є гроші. Оборотні активи в грошах готові до платежу й розрахунків негайно, тому відношення їх до поточних зобов'язань називають коефіцієнтом абсолютної ліквідності. Підприємство має необхідний запас абсолютної ліквідності, про що свідчить значення цього показника. В 2017 році відбулося збільшення його значення на 0,50 пунктів і становить 0,41 при нормативному значенні не менше 0,2. Оцінка надійності визначених коефіцієнтів ліквідності здійснюється в процесі вивчення питомої ваги оборотних активів та їх окремих видів в складі майна підприємства.

В 2017 році відбулося зменшення частки оборотних активів в загальній сумі активів підприємства на 0,08 пунктів в порівнянні з базовим 2013 роком. Це може бути позитивною динамікою, тому що активи не простоюють, а може і негативна – може бути нестача оборотних активів для нормального функціонування підприємства.

Чистий оборотний капітал зріс в 2017 році на 31918,2 тис. грн. в порівнянні з базовим 2013 роком, що означає підприємство не тільки може погасити свої короткострокові зобов'язання, але і має резерви для розширення діяльності.

Перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською означає, що ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» використовує кошти кредиторів в якості джерела фінансування своїх дебіторів, а інша частина грошей використовується підприємством для фінансування своїх інших операцій.

Коефіцієнт завантаженості зріс в 2017 році на 0,19 пункти порівняно з базовим 2013 роком, що показує скільки оборотних коштів підприємства приходить на 1 грн. реалізованої продукції.

Фінансова стійкість підприємства залежить від розміщення його активів та джерел їх формування, див. дані в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Аналіз динаміки показників фінансової стійкості
ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»**

Показники	Нормативне значення	Роки					Відхилення 2017р. до 2015р., +/-
		2013	2014	2015	2016	2017	
1. Коефіцієнт автономії	$\geq 0,5$	0,75	0,44	0,10	0,25	0,19	-0,56
2. Коефіцієнт фінансування (співвідношення залученого та власного капіталу)	≤ 1 , зменшення	0,31	1,27	1,57	3,00	4,16	3,85
3. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	$\geq 0,1$	0,68	0,37	0,00	-0,51	-0,15	3,02
4. Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	0,2 і менше	0,00	0,06	0,00	0,73	0,97	0,97
5. Коефіцієнт поточних зобов'язань	0,5 і більше	1,00	0,94	1,00	0,27	0,03	-0,97

Джерело: сформовано та розраховано автором за фінансовою звітністю підприємства.

Як видно з табл. 2.4 коефіцієнт автономії ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» показує, що частка активів власників у загальній сумі активів невелика і має тенденцію до збільшення, тобто фінансовий стан підприємства є недосить стабільним. Значно зменшилася частка запасів у загальній сумі активів, про що свідчить коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами.

Коефіцієнт довгострокових зобов'язань зросла в 2017 році на 0,97 пункти в порівнянні в 2013 роком, а коефіцієнт поточних зобов'язань навпаки зменшилося на 0,97 пункти в 2017 році в порівнянні до базового 2013 року.

Отже, зробивши аналіз основних показників господарської діяльності можна дійти висновків, про загальне зростання доходів від реалізації продукції, чистого прибутку, рентабельності виробничої діяльності і рентабельності використання власних активів.

2.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Зовнішньоекономічна діяльність на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» є важливою складовою, яка не зважаючи на зміни в політичній ситуації, економічній кон'юктурі та правовому середовищі країни є основним видом діяльності. Виходячи на міжнародні ринки насамперед ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» мусить вибрати найбільш придатний вид зовнішньоекономічної діяльності.

Основною діяльністю ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» є імпорт вогнетривкої продукції як для вітчизняних підприємств, так і для закордонних. Співпраця з іноземними консультантами та професіоналізм працівників забезпечують високу якість і результативність процесу здійснення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА». Сьогодні продукція ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» представлена на ринку України та Європи. Атмосфера компанії сприяє відкритому спілкуванню, обміну ідеями та пропозиціями між усіма співробітниками. Компанія динамічно розвивається, відкрита для спеціалістів, що хочуть зростати професійно.

Для ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» потрібна адекватна умовам його роботи структура управління. Організаційна структура управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства визначатиметься перш за все тими цілями і задачами, які вона буде покликана вирішувати, див. рис. 2.1.

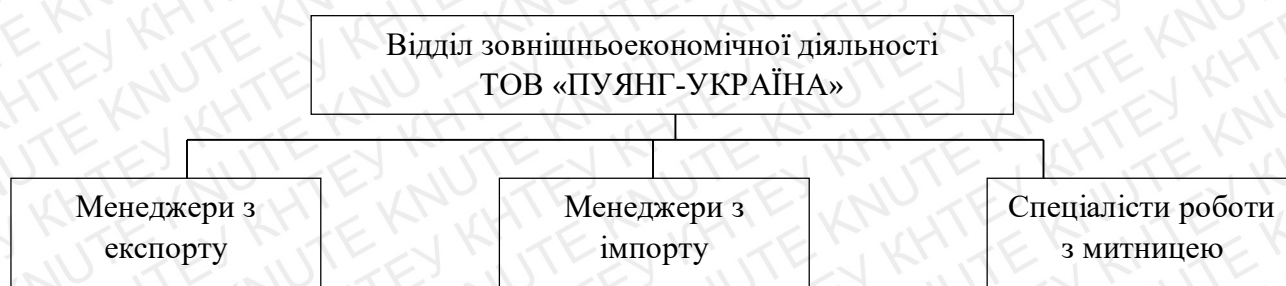


Рис. 2.1. Організаційна структура відділу зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Відділ зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» займається експортно-імпорними операціями підприємства. Здійснює пошук споживачів вогнетривкої продукції на зовнішньому ринку, бере участь у переговорах з іноземними постачальниками продукції та відповідно закордонними клієнтами підприємства. Здійснює моніторинг світового ринку вогнетривкої продукції та аналізує тенденцію галузі функціонування підприємства на зовнішньому ринку.

Менеджер з експорту здійснює підготовку зовнішньоторгівельного договору та допоміжних документів; аналізує, планує та прогнозує обсяги реалізації експортної продукції; здійснює маркетингові дослідження зовнішнього ринку з метою визначення потенційних споживачів на ньому; забезпечує отримання ліцензії.

Менеджер з імпорту здійснює пошук та встановлення зв'язків з іноземними постачальниками, проведення з ними переговорів, пошук нових та робота з існуючими постачальниками продукції. Замовлення продукції та повне координування її до місця призначення. Ведення взаєморозрахунків з іноземними постачальниками.

Спеціалісти роботи з митницею вони виконують митне оформлення документів, контролює прибуття та розмитнення продукції ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та веде контроль митних декларацій та митних платежів.

У відділі працює 10 чоловік, що дасть змогу відділу зовнішньоекономічної діяльності проводити увесь комплекс робіт, пов'язаних з зовнішньоекономічними зв'язками підприємства ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА». Недоліками у зовнішньоекономічній діяльності підприємства є розпорошення функцій між різними підрозділами, неточності у складанні зовнішньоторговельних угод і контрактів.

Уся продукція підприємства ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» імпортована, а отже, відповідає всім екологічним нормам і є екологічно чистим продуктом, а також має сертифікат якості встановленого зразка. Вогнетривка продукція користується

попитом як в Україні, так і на міжнародному ринку.

Щодо імпорту, то підприємство ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» закуповує 100% свою продукцію із закордону. Основними постачальниками продукції є Польща, Китай та Росія, яка дає змогу реалізовувати якісну продукцію на внутрішньому та зовнішньому ринку. Динаміку обсягів імпорту продукції представлено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Аналіз динаміки асортименту імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», тис. грн.

Продукція	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
Шиберна плита PN-SLH-MS-AMKR 50 мм	21,3	33,3	56,2	1213,4	499,1	477,8
Стакан-колектор PN-W6S-AMKR	41,0	41,5	42,1	1802,4	527,2	486,2
Ковшовий стакан PN-KLT-M- AMKR 50 мм	39,8	52,5	57,8	570,1	58,9	19,1
Шиберна плита PN-SLH-M85S-DMKD50 мм	41,6	43,7	45,3	633,5	60,4	18,8
Стакан-колектор PN-KLT-M2-DMKD 50 мм	45,7	49,3	53,6	1670,9	517,3	471,6
Шиберна плита PN-SLH-M8560 мм	42,3	46,1	49,3	397,0	63,5	21,2
Шиберна плита PN-SLH-M8575 мм	50,9	53,5	57,1	1773,2	482,2	431,3
Шиберна плита PN-SLH-M135мм	66,1	70,0	71,1	2107,7	532,8	466,7
Стакан-колектор PN-KLT-B35 мм	36,2	44,4	64,2	1934,1	502,4	466,2
Разом	324,9	434,3	496,7	12102,3	3243,8	2918,9

Джерело: сформовано та розраховано автором за даними підприємства.

Як видно з таблиці імпорт продукції ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» має тенденцію до збільшення на 2918,9 тис. грн.. Значне зростання імпорту продукції відбулося в 2015 році, що пов'язане із збільшенням потреб споживачів вогнетривкої продукції.

В таблиці 2.6 представимо товарну структуру імпорту продукції ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Як видно з табл. 2.6 динаміка товарної структури імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» протягом аналізованого періоду 2013-2017 рр. мала тенденцію до зниження.

Таблиця 2.6

Аналіз динаміки асортименту імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», %

Продукція	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
Шиберна плита PN-SLH-MS-AMKR 50 мм	6,6	7,7	11,3	10	15,4	8,8
Стакан-колектор PN-W6S-AMKR	12,6	9,6	11,3	14,9	16,3	3,7
Ковшовий стакан PN-KLT-M-AMKR 50 мм	12,2	12,1	11,6	4,7	1,8	-10,4
Шиберна плита PN-SLH-M85S-DMKD 50 мм	12,8	10,1	9,1	5,2	1,9	-10,9
Стакан-колектор PN-KLT-M2-DMKD 50 мм	14,1	11,4	10,8	13,8	15,9	1,8
Шиберна плита PN-SLH-M8560 мм	13	10,6	9,9	3,3	2	-11
Шиберна плита PN-SLH-M8575 мм	15,7	12,3	11,5	14,7	14,9	-0,8
Шиберна плита PN-SLH-M135мм	20,3	16,1	14,3	17,4	16,4	-3,9
Стакан-колектор PN-KLT-B35 мм	11,1	10,2	12,9	16	15,5	4,4

Джерело: сформовано та розраховано автором за даними підприємства.

Імпорт вогнетривкої продукції для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» здійснюється з трьох країн: Китай, Польща та Бельгія. Динаміка географічної структури імпорту представлено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

**Аналіз динаміки географічних напрямів імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»,
тис. грн.**

Країна імпортер	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
Китай	155,3	206,3	254,5	7894,1	1524,8	1369,5
Польща	69,6	108,6	110,4	2102,5	717,7	648,1
Бельгія	100,0	119,4	131,8	2105,7	1001,3	901,3
Разом	324,9	434,3	496,7	12102,3	3243,8	2918,9

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Таким чином, з табл. 2.7 видно, що основним імпортером вогнетривкої продукції є Китай та має тенденцію до збільшення імпорту продукції. Бельгія посідає друге місце постачання продукції на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», а на третьому місці Польща.

В табл. 2.8. представимо географічну структуру імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» а 2013-2017 рр. З табл. 2.8 видно, що найбільшу частку імпорту

займає Китай та складає в 2017 році 47%, але на 0,8% менше ніж в 2013 році.

Таблиця 2.8

**Аналіз динаміки географічних напрямів імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»,
%**

Країна імпортер	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
Китай	47,8	47,5	51,2	65,2	47,0	-0,8
Польща	21,4	25,0	51,2	17,4	22,1	0,7
Бельгія	30,8	27,5	26,5	17,4	30,9	0,1

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

На другому місці знаходиться Бельгія, що має в 2017 році 30,9%, що 0,1% більше в порівнянні до 2013 року. Частка імпорту в Польщу є найменшою та складає в 2017 році 22,1%, що на 0,7% більше ніж в 2013 році. З'ясуємо, в який спосіб і за яких умов здійснюються зовнішньоекономічні зв'язки на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», див. рис. 2.2.

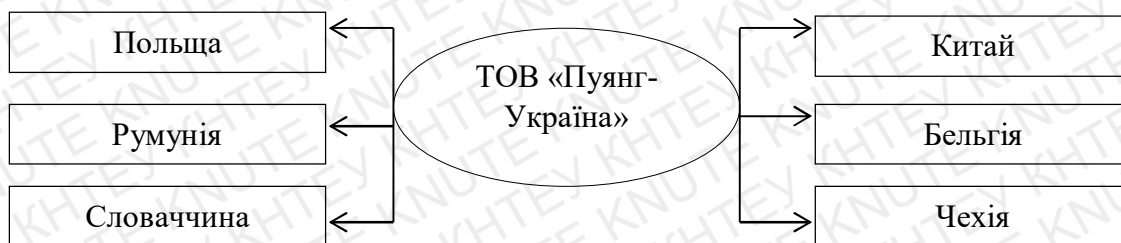


Рис. 2.2. Зовнішньоекономічні зв'язки ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Як видно з рис. 2.2, зовнішньоекономічні зв'язки здійснюється з шістьма країнами світу, що означає про розвиненні міжнародні стосунки з країнами. Із Китаєм налагоджено зв'язок, оскільки 47% вогнетривкої продукції надходить саме звідти.

ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» планує як зміцнення позицій на внутрішньому ринку України, так і подальше просування на привабливі закордонні ринки. Варто зазначити про географічну діяльність ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», див. рис. 2.3.

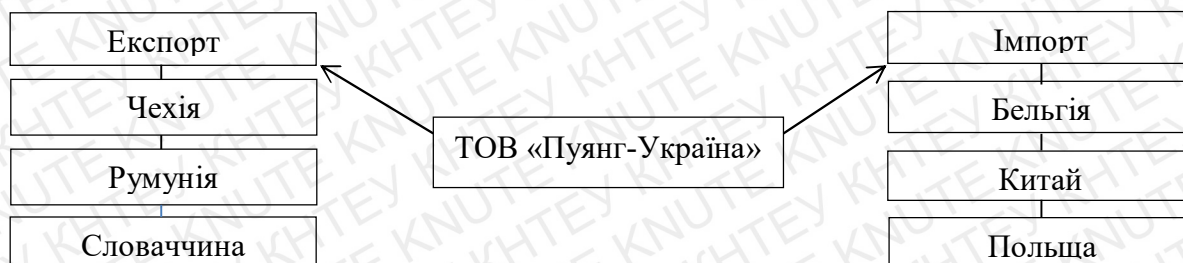


Рис. 2.3. Географія діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Географія діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» є досить за масштабами не велика, але підприємство планує розширити свою географію експорту та імпорту.

ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» реалізує імпорتنу продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку. Обсяги реалізації вогнетривкої продукції на зовнішньому та внутрішньому ринку представлена на рис. 2.4.

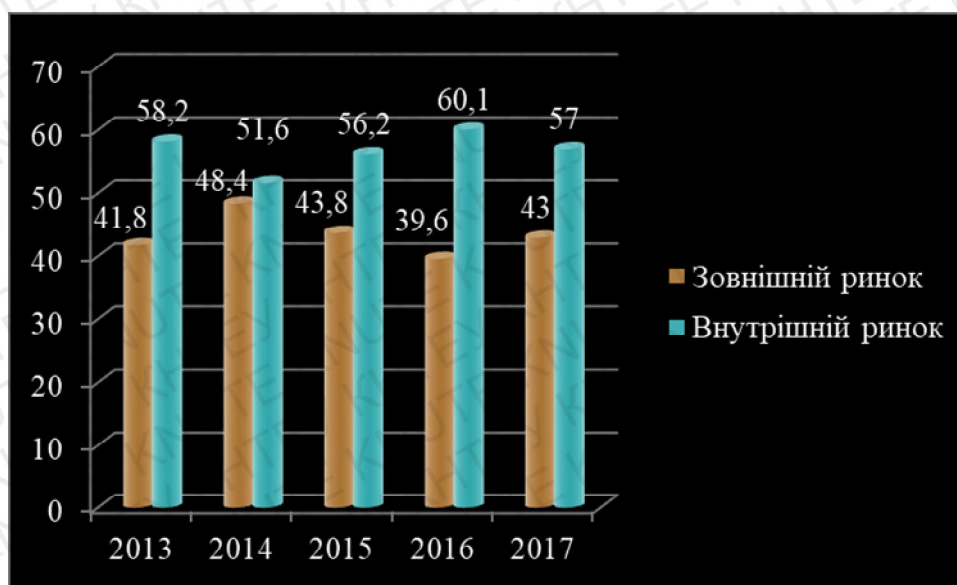


Рис. 2.4. Динаміка структури зовнішнього та внутрішнього ринку ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» за 2013-2017 рр., %

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Як видно зі структури внутрішній ринок має перевагу перед зовнішнім. Отже, реалізація вогнетривкої продукції найбільшу частку складає на внутрішньому ринку.

Динаміку товарної структури експорту представимо в табл. 2.9.

Як бачимо з табл. 2.9, структура експорту показує досить великий скачок в 2016 році, і потім знову спад в 2017 році. Такий скачок експорту спричинений замовленням вогнетривкої продукції великою партією, що значно покращило фінансовий стан підприємства.

Найбільше експортовано було шиберної плити PN-SLH-M85 70 мм на 670,2 тис. грн., а найменше шиберної плити PN-SLH-M85 60 мм. на 501,8 тис. грн. в 2017 році.

Аналіз експорту показав, що експорт збільшився на 3291,4 тис. грн. в 2017 році порівняно до 2013 року.

Таблиця 2.9

Аналіз динаміки асортименту експорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», тис. грн.

Продукція	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
1	2	3	4	5	6	7
Шиберна плита PN-SLH-MS-AMKR 50 мм	88,4	367,5	87,8	1901,1	632,1	543,7
Стакан-колектор PN-W6S-AMKR	83,3	356,7	62,1	1890,3	604,3	521
Ковшовий стакан PN-KLT-M- AMKR 50 мм	87,5	400,5	58,4	1626,9	528,7	441,2
Шиберна плита PN-SLH-M8560 мм	83,3	465,1	81,7	1906,2	501,8	418,5
Стакан-колектор PN-KLT-M2-DMKD 50мм	75,1	426,6	76,4	1200,3	510,3	435,2
Шиберна плита PN-SLH-M8570мм	201,3	486,6	59,9	728,2	670,2	468,9
Шиберна плита PN-SLH-M135мм	100,3	505,6	76,07	792,4	562,6	462,3
Всього	719,2	3008,6	502,1	10046	4010,6	3291,4

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Динаміку товарної структури експорту представлено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Аналіз динаміки асортименту експорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», %

Продукція	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
Шиберна плита PN-SLH-MS-AMKR 50 мм	12,3	12,2	17,5	18,9	15,8	3,5
Стакан-колектор PN-W6S-AMKR	11,6	11,9	17,5	18,8	15,1	3,5
Ковшовий стакан PN-KLT-M- AMKR 50 мм	12,2	13,3	11,6	16,2	13,2	1,0
Шиберна плита PN-SLH-M8560 мм	11,6	15,5	16,3	19,0	12,5	0,9
Стакан-колектор PN-KLT-M2-DMKD 50мм	10,4	14,2	15,2	11,9	12,7	2,3
Шиберна плита PN-SLH-M8570мм	28,0	16,2	11,9	7,2	16,7	-11,3
Шиберна плита PN-SLH-M135мм	13,9	16,8	15,2	7,9	14,0	0,1

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Як бачимо з табл. 2.10, що в 2017 році найбільшу частку займає шиберна

плита PN-SLH-M85 70 мм, а найменшу ковшовий стакан PN-KLT-M- AMKR 50 мм. Хоча можна зробити висновок, що не можна виділити лідера в товарній структурі, адже попит на продукцію має нестабільність покупок.

Динаміка географічної структури експорту представлено в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

**Аналіз динаміки географічних напрямів експорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»,
тис. грн.**

Країна імпортер	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
Чехія	124,6	463,0	93,3	1888,3	886,5	761,9
Румунія	254,1	560,0	107,3	2368,2	1000,5	746,4
Словаччина	340,5	1985,6	301,5	5789,5	2123,6	1783,1
Разом	719,2	3008,6	502,1	10046	4010,6	3291,4

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Як видно з таблиці 2.11, що найбільший експорт вогнетривкої продукції здійснюється в Словаччину в 2016 р. був значний скачок реалізації продукції так як було замовлено велику за обсягами партію продукції на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», яка склала 5789,5 тис. грн.. Румунія посідає друге місце експорту вогнетривкої продукції на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», а на третьому місці Чехія. ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» бажає та ставить собі цілі розширити географію постачання вогнетривкої продукції та вийти на більш перспективніші ринки збуту продукції.

В таблиці 2.12. представимо географічну структуру експорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» а 2013-2017 рр.

Таблиця 2.12

**Аналіз динаміки географічних напрямів експорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»,
%**

Країна імпортер	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення 2017 р. до 2013 р. +/-
Чехія	17,3	15,4	18,6	18,8	22,1	4,8
Румунія	35,3	18,6	18,6	23,6	24,9	-10,4
Словаччина	47,3	66,0	60,0	57,6	52,9	5,6

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

З таблиці 2.12 видно, що найбільшу частку експорту займає Словаччина та складає в 2017 році 52%, що на 5,6% більше ніж в 2013 році. На другому місці

знаходиться Румунія та має частку в 2017 році 24,9%, що 10,4% менше в порівнянні до 2013 року. Частка експорту в Чехію є найменшою та складає в 2017 році 22,1%, що на 4,8% більше ніж в 2013 році.

На рис. 2.5. представимо динаміку співвідношення імпорту та експорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

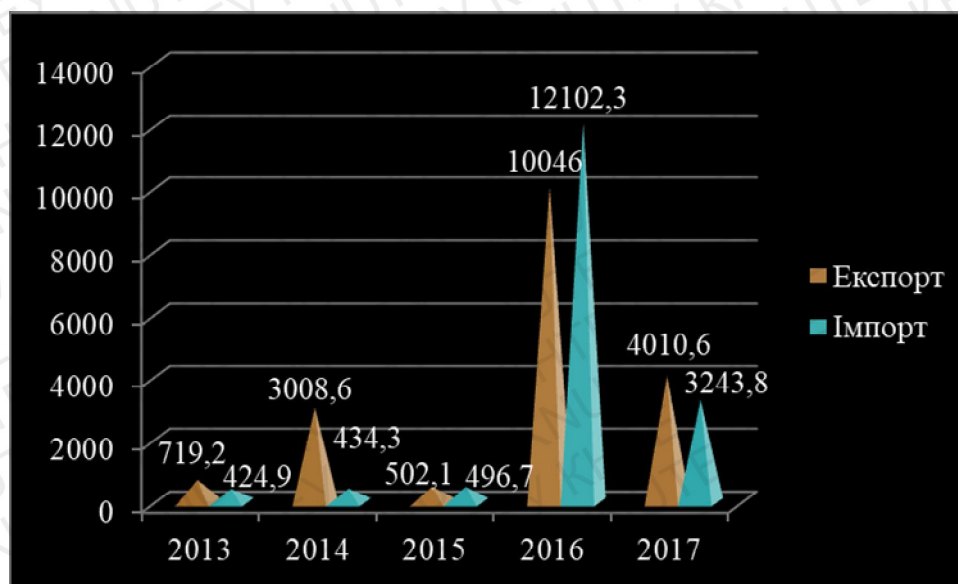


Рис. 2.5. Динаміка експорту та імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» за 2013-2017 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Як видно з рисунку в 2015 році імпорт перевищив експорт продукції 5,4 тис. грн., що означає імпорт переважив експорт вогнетривкої продукції ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА». 2016-2017 році переважав експорт продукції, що означає було реалізовано вогнетривкої продукції на зовнішні ринки на більшу суму, ніж було куплено імпоротної продукції.

Таким чином, ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» має досить ефективну ЗЕД підприємства.

2.3. Оцінка ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

У своїй діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» реалізовує імпорту продукцію через дистриб'юторів, торгових агентів, менеджерів з продажу та

контрагентів на міжнародному ринку.

При необхідній нормі закупівлі вогнетривкої продукції на один квартал підприємство ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» зіставляє цінові пропозиції внутрішнього і зовнішнього ринків. Аналіз цін внутрішнього ринку дає можливість ідентифікувати нижчі ціни на вищезгадані інгредієнти на найбільш вигідних умовах закупівлі за кордоном, щоб потім його реалізувати через оптові продажі ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

На основі отриманих даних проведемо аналіз економічної ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА». Додамо до вартості ціни відповідно вітчизняного і зарубіжного виробника вартість доставки, яка рівна твору витрат по доставці інгредієнтів з іноземного складу в м. Донецьк до місця знаходження підприємства наприклад кількість поставок, в даному випадку – 3, тобто, відповідно $1000 \cdot 3 = 3000$. Отримані результати дозволяють розрахувати прямий ефект від операції з імпорту, див. дані в табл. 2.13.

Отже, аналіз приведених даних свідчить про те, що економічний ефект від здійснення операцій з імпорту є вагомим, ніж при аналогічній закупівлі вогнетривкої продукції на вітчизняному ринку. Тільки на валових витратах при даному об'ємі закупівель підприємство отримує вигоду в 4756 тис. грн.

Висновок однозначний – вигідно купувати вогнетривку продукцію для реалізації її на внутрішньому та зовнішньому ринку за кордоном. Для остаточного визначення вартості зовнішньоекономічної угоди, розглянемо аналогічний приклад закупівлі вогнетривкої продукції на зовнішньому ринку по приведеному алгоритму, але із залученням послуг підприємства ТОВ «ВАММ БЛОК» (м. Запоріжжя). Підприємство ТОВ «ВАММ БЛОК» пропонує наступні тарифи по доставці вантажу на умові FOB Shanghai, Китай (по доставці вантажу з порту м. Шанхай, Китай в м. Київ, Україна).

З розрахунку на 1 партію вантажу послуги компанії, що включають базову страховку, видачу коносаменту, логістичні витрати, представлення інших інтересів в морських портах розвантаження/навантаження, вартість розвантаження, плату за використання контейнера, перевалювання усередині

портової зони, плату за фрахт, складають 2852,0 дол. США або по курсу НБУ 80569 грн., а транспортування в м. Київ автотранспортом – відповідно 1223 дол. США або 34549,75 грн.

Таблиця 2.13

**Визначення вигоди від здійснення операцій з імпорту
ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» за 2017 рік**

Продукція	Шт.	Імпортна ціна, грн..	Ціна реалізації, грн..	Валові витрати імпортової продукції	Валові витрати підприємства	Вигода
Шиберна плита PN-SLH-MS-AMKR 50 мм	100	35,00	40,00	3500	4000	500
Стакан-колектор PN-W6S-AMKR	105	29,00	32,00	3045	3360	315
Ковшовий стакан PN-KLT-M-AMKR 50 мм	22	25,00	30,00	550	660	60
Шиберна плита PN-SLH-M85S-DMKD50 мм	51	19,00	24,00	969	1224	255
Стакан-колектор PN-KLT-M2-DMKD 50 мм	210	20,00	25,00	4200	5250	1050
Шиберна плита PN-SLH-M8560 мм	130	29,00	36,00	3770	4680	910
Шиберна плита PN-SLH-M8575 мм	40	32,00	40,00	1280	1600	320
Шиберна плита PN-SLH-M135мм	28	30,00	35,00	840	980	140
Стакан-колектор PN-KLT-B35 мм	201	26,00	32,00	5226	6432	1206

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Цінові пропозиції на вогнетривку продукцію на умові FOB Shanghai, Китай надані світовим експортером вогнетривкої продукції Puyang Refractories Group Co., Ltd. Шанхай, Китай, залежно від об'ємів партії, мають наступні параметри, див. дані в табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Ціни FOB Shanghai на продукцію, надані Puyang Refractories Group Co., Ltd.

Передбачувана кількість закупки / грн.	Продукція	Ціна USD/грн.	Ціна без ПДВ, грн.*
100	Шиберна плита PN-SLH-MS-AMKR 50 мм	3500	98875
105	Стакан-колектор PN-W6S-AMKR	3045	86021
22	Ковшовий стакан PN-KLT-M-AMKR 50 мм	550	15537,5
51	Шиберна плита PN-SLH-M85S-DMKD50 мм	969	27374,3
210	Стакан-колектор PN-KLT-M2-DMKD 50 мм	4200	118650
130	Шиберна плита PN-SLH-M8560 мм	3770	106502,5
40	Шиберна плита PN-SLH-M8575 мм	1280	36160
28	Шиберна плита PN-SLH-M135мм	840	23730
201	Стакан-колектор PN-KLT-B35 мм	5226	147634

* при курсі 28,25 грн. \ дол.

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

На основі отриманих даних проведемо розрахунки митних платежів з митної вартості товарів на основі ставок відповідно до коду по УКТ ЗЕД, див. дані в табл. 2.15-2.16.

Таблиця 2.15

**Ставки митної вартості для вогнетривкої продукції
ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»**

Покупка валюти (ПВ)	0,015
Митне очищення (МО)	0,05
Збір за митне оформлення (ЗМО)	0,002

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Приведені вищезгадані дані сформуємо в таблицю і розрахуємо валову вартість закупівлі вогнетривкої продукції на внутрішньому і на зовнішньому

ринку, економічну вигоду і прямий економічний ефект від здійснення операцій з імпорту для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Розрахунок митних платежів з митної вартості товарів ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», грн.

Продукція	Ціна USD/грн.	Ціна без ПДВ, грн..	ЗМО	МО	ПВ
Шиберна плита PN-SLH-MS-AMKR 50 мм	3500	98875	197,75	4943,75	1483,13
	3045	86021	172,04	4301,05	1290,32
Ковшовий стакан PN-KLT-M-AMKR 50 мм	550	15537,5	31,08	776,88	233,06
Шиберна плита PN-SLH-M85S-DMKD50 мм	969	27374,3	54,75	1368,72	410,61
Стакан-колектор PN-KLT-M2-DMKD 50 мм	4200	118650	237,30	5932,50	1779,75
Шиберна плита PN-SLH-M8560 мм	3770	106502,5	213,01	5325,13	1597,54
Шиберна плита PN-SLH-M8575 мм	1280	36160	72,32	1808,00	542,49
Шиберна плита PN-SLH-M135мм	840	23730	47,46	1186,50	355,95
Стакан-колектор PN-KLT-B35 мм	5226	147634	295,27	7381,73	2214,52

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Проаналізувавши дані таблиці можна стверджувати про ефективність здійснення операцій з імпорту. Валова вигода операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» складає коефіцієнт більше одиниці, тобто вартість імпортованих товарів нижче товарів на внутрішньому ринку. Що вказує на вигідність купівлі імпортованої продукції для подальшої реалізації на внутрішньому та зовнішньому ринку великими партіями через оптову торгівлю.

Для аналізу ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» використовують систему аналітичних показників, див. дані в табл. 2.17.

Як видно з табл. 2.17 оцінка ефективності операцій з імпорту знаходить в межах норми, що показує ефективність здійснення операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Таблиця 2.17

Показники оцінки ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Назва	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відхилення 2017 р. до 2013 р.
Частка сум контрактів, прострочених у звітному періоді	30,0	32	38	45,00	48,00	18,00
Коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю	1,3	1,0	1,1	1,1	1,5	0,02
Коефіцієнт виконання зобов'язань з імпорту товарів за фізичним обсягом	2,1	1,9	2,2	2,4	2,7	0,06
Коефіцієнт виконання зобов'язань з імпорту товарів за ціною	1,6	1,5	1,3	1,8	1,7	0,01

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Проаналізувавши зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» розрахуємо показники ефективності ЗЕД, див. дані в табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Показники ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»,

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення
Чистий дохід від імпорту	3453,9	2987,5	988,9	6987,0	5754,9	2301
Середня ціна імпорту	13,54	13,87	14,01	14,09	14,39	0,84
Контрактна вартість імпортової сировини	1896, 6	1432,12	1500,01	1521,44	1644, 53	-375,16
Вантажно- розвантажувальні витрати	67,17	68,00	41,20	83,62	85,23	18,06
Складські витрати	33,58	26,12	30,56	31,73	37, 05	3,47
Експедиторські витрати	32, 04	33,77	35,34	50,90	69,27	37,23
Страхові витрати	81,26	66,01	60,19	63,37	64,82	-16,44
Інші витрати на імпорт	67,71	71,32	20,47	60,15	77,05	9,34
Коефіцієнт кредитного впливу	1,38	1,7	1,39	1,39	1,40	0,02
Ефект від імпорту	3204,18	2722,28	801,14	6697,23	5458,6	2254,42
Ефективність імпорту	13,83	11,26	5,27	24,11	19,42	5,59

Джерело: сформовано автором за даними підприємства.

Отримані результати показали зростання деяких показників ефективності ЗЕД ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Виручка від імпорту зросла на 2301 тис. грн., в 2017 році порівняно до 2013 року. Незначне зростання прибутку від імпорту і підвищення середньої ціни на 0,84 тис. грн.

В аналізованому періоді транспортні витрати, навантажувально-розвантажувальні роботи зросли по відношенню до базового періоду, що також вплинули на величину виручки від імпорту.

Таким чином, ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» пов'язаний з міжнародною виробничою інтеграцією і кооперацією, експортом і імпортом товарів, виходом на зовнішній ринок. Основними формами зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» є зовнішньоторговельна діяльність, що включає операції з імпорту та експорту.

Висновки до розділу 2

ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» є найбільшим постачальником вогнетривкої продукції в Україні. У спільній роботі компанія дотримується індивідуального підходу до кожного партнера, беручи до уваги всі потреби і побажання клієнта. Аналіз фінансового стану підприємства показав, підвищення ефективності господарської діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» протягом аналізованого періоду. Показники ліквідності підприємства знаходяться в межах нормативного значення, що означає про можливість своєчасного ліквідування боргів та поточних зобов'язань підприємства. Проте показники фінансової стійкості підприємства свідчить про нестабільний стан.

Дослідження зовнішньоекономічної діяльності показало, що основною діяльністю ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»— це реалізація імпортової продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку. Зовнішньоекономічні зв'язки здійснює ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»: Китаєм, Бельгією, Польщею, Чехією, Румунією та Словаччиною. Головним імпортером продукції є Puyang Refractories Group Co.,

Ltd. Для ефективного управління зовнішньоекономічної діяльності є відділ зовнішньоекономічних зв'язків, який повністю несе відповідальність за здійснення операцій з імпорту. В результаті дослідження було визначено, що ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» має досить ефективну зовнішньоекономічну діяльність підприємства

В результаті оцінення ефективності операції з імпорту діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» було виявлено, що підприємство має фактичну можливість і невикористані резерви зниження собівартості продукції за рахунок скорочення витрат на сировині, диверсифікації ланцюга наявних постачальників на зовнішньому ринку України, а також розробляти стратегію пошуку нових, дешевших ринків закупівель вогнетривкої продукції.

РОЗДІЛ 3

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

3.1. Обґрунтування резервів підвищення ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Попередньо проведений аналіз показав, що імпортерами продукції є Китай, Бельгія та Польща. На основі аналізу спробуємо вибрати найбільше вигідного та оптимальнішого для функціонування бізнесу сегмента ринку, визначити країну контрагента з якими буде найдоцільніше співпрацювати та здійснювати операції з імпорту.

Вибір цільового ринку для здійснення операцій з імпорту для нас більш ніж очевидний, але при дослідженні було виявлено, що можна здійснювати операції з імпорту на більш вигідніших умовах з компанією Пуянг-Груп Білорусь, оскільки вони мають найбільші закупки вогнетривкої продукції з Китаю та ще додатково мають власне виробництво, які експортують в країни СНД та Європи. Це значно сильно може підвищити рівень здійснення операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Китай і Росія є одними з лідируючих країн за виробництвом вогнетривкої продукції на міжнародному ринку. На основі цього проаналізуємо вибір цільового ринку здійснення операції з імпорту, див. дані в табл. 3.1.

Отже, проаналізовані фактори, які представлені у табл. 3.1 доцільним буде захоплення нового ринку – Білорусь, як потенційного контрагента. Білорусь має досить непоганий потенціал продажів вогнетривкої продукції, проводить ліберальну політику щодо експорту своєї продукції, має врегульовану законодавчу базу і є одним із основних партнерів у міжнародній торгівлі України. Ще одним позитивним кроком налагодження з Білоруссю операцій з імпорту за рахунок географічного розташування країни, при якому витрати на

транспортування будуть не високі порівняно з Китаєм для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Таблиця 3.1

**Обґрунтування вибору цільового ринку при здійсненні операції з імпортою
ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»**

№ пор.	Фактори, що визначають вибір ринку	Китай	Польща	Росія	Білорусь
1	Низький потенціал збуту		х		
2	Високий потенціал збуту	х		х	х
3	Атомістична конкуренція				
4	Олігополістична конкуренція				
5	Низькі виробничі витрати	х			х
6	Високі виробничі витрати			х	
7	Обмежувальна політика щодо імпорту				
8	Ліберальна політика щодо імпорту	х	х	х	х
9	Низька географічна відстань		х	х	х
10	Значна географічна відстань	х			
11	Економіка, що динамічно розвивається	х	х		
12	Економіка зі стагнаційними процесами			х	х
13	Жорсткий валютний контроль			х	х
14	Ліберальна валютна політика	х	х		
15	Довгострокові перспективи зниження курсу національної валюти			х	
16	Довгострокові перспективи зростання курсу національної валюти				х
17	Незначні відмінності соціально-культурного середовища		х	х	х
18	Значні відмінності соціально-культурного середовища	х			
19	Невисокий політичний ризик	х	х		х
20	Високий політичний ризик			х	

Джерело: сформовано автором

У Білорусі розташована крупна компанія Пуянґ-Груп Білорусь, яка є також імпортером китайської продукції, але ще виробником вогнетривкої продукції, що знижує собівартість продукції.

Для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» доцільним є обрання прямого методу здійснення імпортової операції з Пуянґ-Груп Білорусь, що значно підвищить її ефективність. Яка дозволить отримати додаткову фінансову вигоду при якій не буде витрат на винагороду посередникам. Також знижується ризик і залежність результатів комерційної діяльності від можливої недобросовісної чи недостатньої компетентності посередницької організації. Прямий метод дозволяє постійно

знаходитись на ринку, враховувати його зміни і своєчасно на них реагувати. ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» здійснює імпорتنу діяльність через свій відділ зовнішньоекономічних зв'язків.

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» шукає та встановлює контакти з потенційним партнером в нашому випадку Пуянг-Груп Білорусь через надсилання запиту на ofertу вогнетривкої продукції.

Для того, щоб підвищити ефективність операцій з імпорту необхідно: обґрунтувати базисні умови поставки; обґрунтувати вибір транспортного засобу для здійснення операції; обґрунтувати валютно-фінансові умови контракту.

1. Обґрунтування базисних умов поставки вогнетривкої продукції між ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та Пуянг-Груп Білорусь

Операція з імпорту буде здійснюватися на умові поставки DDP Поставка зі сплатою мита. Перевагами даної умови поставки є такими:

- 1) Пуянг-Груп Білорусь за власний рахунок буде укладати договори на перевезення товару до названого місця призначення;
- 2) Пуянг-Груп Білорусь нестиме всі витрати та ризики, пов'язані з доставкою товару до місця призначення;
- 3) Пуянг-Груп Білорусь будуть відповідальним за проходження усіх необхідних митних процедур, як експортних, так і імпорتنих;
- 4) Пуянг-Груп Білорусь здійснює оплату витрат митного очищення, податків, митних і інших зборів на імпорт до країни призначення;
- 5) Пуянг-Груп Білорусь буде відповідальним за страхування вантажів у дорозі;
- 6) Пуянг-Груп Білорусь понесе усі витрати щодо перевірки товару, його пакування та маркування.

Таким чином, при виконанні зазначених умов поставки є вигідними для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

2. Обґрунтування вибору транспортного засобу для здійснення операції ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та Пуянг-Груп Білорусь.

При постачанні вогнетривкої продукції необхідно підібрати спеціальний

вид транспорту, який матиме вже практику перевезення вогнетривкої продукції. Для здійснення такого виду операції з імпорту доцільніше обрати залізничний вид транспорту. Хоча це вид транспорту має невелику швидкість доставки, але він є дешевшим та має провізну спроможність досить велику. Аналіз виду транспорту представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Оцінка видів транспорту за критеріями великих відправників для здійснення операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Вид транспорту	Швидкість	Надійність	Перевізна спроможність	Доступність	Вартість
Залізничний	3	3	5	4	5
Автомобільний	4	4	3	5	3

Джерело: сформовано автором

Як бачимо із табл.3.2., для даної операції не розглядались інші види транспорту, оскільки вони не потребують розгляду, адже здійснення операцій з імпорту між Білоруссю та Україною буде здійснюватися наземним транспортом. Для перевезення вогнетривкої продукції залізничним транспортом необхідно два криті вагони моделі 11-066.

3. Обґрунтування валютно-фінансових умов контракту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та Пуянг-Груп Білорусь

Валютою ціни зазвичай є вільноконвертована валюта країн з розвинутою ринковою економікою, тому для виконання імпортової операції ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» доцільно обрати долар (США), що буде вигідним як для України, так і для Білорусі. Пуянг-Груп Білорусь (продавець) та ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» (покупець) укладають контракт, який передбачає розрахунок у формі банківського переказу з платежем проти поставки товару.

Ще одним резервом підвищення ефективності операції з імпорту буде розроблення проекту зовнішньоекономічного контракту.

Зовнішньоекономічний контракт на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» розробляється відділом зовнішньоекономічних зв'язків. Оскільки підприємство не має ще налагоджених зв'язків з білоруськими партнерами, не потребують особистого проведення, тому доцільно провести переговори за допомогою

телефону або електронної пошти підприємства. Крім того, умови майбутньої угоди є типовими і не потребують додаткового уточнення.

У цьому випадку комерційний директор ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» по телефону затверджує ціну, кількість, якість товару, базисні умови постачання та строк поставки. Після цього сторони оформлюють свою домовленість письмово, укладаючи зовнішньоторговельний контракт на здійснення операцій з імпорту.

Етапи виконання зовнішньоторговельного контракту на поставлення вогнетривкої продукції на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», документообіг та терміни виконання зазначені у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Послідовність виконання зовнішньоторговельного контракту на поставлення вогнетривкої продукції на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» імпортером Пуянг-Груп Білорусь

№ пор.	Стадія виконання ЗТК	Назва документів, що забезпечують виконання кожної стадії	Термін виконання кожної стадії	
			відповідно до умов ЗТК	фактичний
1	2	3	4	5
1	Прийняття рішення на підприємстві щодо потенційної угоди з іноземним партнером		1-3.03.2019	5.03.2019
2	Пошук іноземного партнера	Звіти про пошук партнера, комерційні пропозиції, прайс-листи, конкурентні матеріали, конкурентний лист	5-8.03.2019	10.03.2019
3	Укладання контакту з обраним іноземним партнером	Запит на оферту, протоколи та звіти внутрішніх зборів та конференцій, протоколи та звіти телефонних переговорів	8-16.03.2019	21.03.2019
4	Проведення економічних розрахунків щодо ціни та якості продукції	Протоколи пропозицій, накази щодо прийняття чи відхилення пропозицій, калькуляції витрат, розрахунки технічних параметрів, кількості та ваги продукції	16-18.03.2019	21.03.2019
5	Укладання контракту та узгодження строків	Зовнішньоторговельний контракт, бухгалтерські документи	18-21.03.2019	22.03.2019

	Виконання			
Продовження табл. 3.4				
1	2	3	4	5
6	Отримання від партнера товарів	Товарно супроводжуючі документи, зокрема транспортного оформлення, (накладні,рахунки-фактури) документи митного оформлення (вантажно-митна декларація, декларація митної вартості, складські свідоцтва тощо)	21.03.2019	22.03.2019
7	Оплата товарів та розрахунок ефективності операції	Відповідного умов, передбачених у контракті, банківські виписки, платіжні доручення, аудиторські документи,бухгалтерські документи.	22.03.2019	23.03.2019

Джерело: сформовано автором

Таким чином, розглянувши етапи виконання зовнішньоторговельного контракту на поставлення вогнетривкої продукції на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» на основі цього можна запропонувати алгоритм здійснення операції з імпорту, див. рис. 3.1.



Рис. 3.1. Схема здійснення операції з імпорту

Джерело: розроблено автором

При здійсненні операції з імпорту між ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та Пуянг-Груп Білорусь здійснюються за такими кроками:

1. ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» надсилає запит до Пуянг-Груп Білорусь про бажання придбати вогнетривку продукцію.

2. Пуянг-Груп Білорусь надсилає оферту.
3. ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» акцептує оферту.
4. ТОВ ТОВ«ПУЯНГ-УКРАЇНА» укладає попередній договір на умовах DDP з формою платежу банківський переказ проти поставки товару і відсилає в Пуянг-Груп Білорусь один примірник.
5. Пуянг-Груп Білорусь акцептує та повертає підписаний проект контракту без змін чи доповнень.
6. Пуянг-Груп Білорусь передає Беларускі народны банк товаророзпорядчі документи.
7. Беларускі народны банк надсилає товаророзпорядчі документи Приватбанку, який перевіряє їх на відповідність.
8. ПриватБанк відправляє товаророзпорядчі документи ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».
9. ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» перевіряє документи на відповідність і акцептує.
10. ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» повідомляє Пуянг-Груп Білорусь про готовність прийняти товар.
11. Пуянг-Груп Білорусь повідомляє ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» про готовність відвантажувати товар відповідно до базисних умов поставки DDP.
12. Пуянг-Груп Білорусь укладає договір з транспортно-експедиторською компанією про доставку товару на свій склад, відповідно до якого ТЕК повинна здійснити усі розрахунки, які виникнуть у процесі транспортування.
13. ТЕК направляє лист у страхову компанію, з якою укладено генеральний поліс щодо страхування вантажів, із проханням застрахувати обладнання на період його транспортування, а страховий поліс виписати на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».
14. ТЕК здійснює митне очищення товарів на території Білорусі.
15. ТЕК здійснює митне очищення товарів на території України на Київській регіональній митниці та сплачує ПДВ.
16. Транспортування продовжується по території м. Київ на склад ТОВ

«ПУЯНГ-УКРАЇНА».

17. ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» дає доручення своєму банку «Приватбанку» здійснити переказ грошей за поставлений товар в банк експортера – Беларускі народны банк.

18. ПриватБанк здійснює переказ коштів до.

19. Беларускі народны банк інформує Пуянг-Груп Білорусь про одержання коштів.

3.2. Розробка комплексу заходів щодо оптимізації операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Ефективне управління імпортною діяльністю ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» передбачає виконання ряду необхідних дій, зокрема:

- забезпечення виконання реалізації загальної стратегії таким чином, щоб на рівні поточної діяльності фірми забезпечувалося поетапне досягнення стратегічних цілей підприємства;
- охоплення всіх ключових аспектів, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- орієнтація на успіх при реалізації імпоротної діяльності;
- забезпечення відповідності процесів, що відбуваються на підприємстві, його загальному стратегічному напрямку розвитку як ззовні, так і всередині організації.

Основними шляхами підвищення ефективності операцій з імпорту підприємства ТОВ «Пуянг-Україна» представлено на рис. 3.2.

Таким чином ефективна стратегія операцій з імпорту повинна спиратися на найбільш вигідні торговельні контракти, що дозволяють максимізувати прибуток.

Для збільшення ефективності та рентабельності імпортних контрактів, що здійснює підприємство ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» необхідно:

- 1) провести моніторинг постачальників, з метою визначення найбільш ефективного варіанту, що буде задовольняти підприємство по співвідношенню

ціна якість;

2) моніторинг внутрішнього ринку країни з метою пошуку необхідних товарів (закупівля товарів на внутрішньому ринку, від вітчизняних постачальників, частіше за все є більш вигідною, ніж закупівля аналогічної продукції закордоном)

3) створення аналітичного відділу, для проведення попередньої оцінки та аналізу імпортерських операцій;

4) здійснення операцій з імпорту тільки в тому випадку, коли вона є ефективною відповідно до проведеної оцінки.



Рис. 3.2. Основні шляхи підвищення ефективності операцій з імпорту ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Джерело: розроблено автором

Жодне підприємство не в змозі функціонувати на ринку не маючи чіткої стратегії операцій з імпорту.

Виходячи з аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства ТОВ

«ПУЯНГ-УКРАЇНА» можна сказати, що підприємства має стабільне фінансове положення, його стійкість та незалежність від конкурентів є високою, підприємство на протязі аналізованих років є прибутковим та рентабельним.

Реалізація стратегії операцій з імпорту – це комплексний процес, який має вагоме значення для підприємства і його функціонування на ринку, від якого залежить виконання поставлених цілей в довгостроковій перспективі. Також і багато перешкод існує для реалізації стратегії операцій з імпорту і неспроможність її виконати підприємством.

Основними проблемами в розробленні та реалізації стратегії є неправильний стратегічний аналіз імпортих операцій підприємства, хибні висновки щодо внутрішнього і зовнішнього середовища, не мати можливості спрогнозувати конкурентного середовища підприємства, нераціональна використання ресурсів підприємства та дійсний потенціал в реалізації стратегії з імпорту.

Задля успішної реалізації стратегії операцій з імпорту на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» наступні:

- 1) забезпечитися підтримкою працівників ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» завдяки правильно донесеної інформації щодо стратегічного напрямку підприємства;
- 2) раціональне забезпечення якісними та кількісними ресурсами для забезпечення реалізації стратегії;
- 3) формування стратегічного плану.

В процесі реалізації стратегії потрібно закріпити функції виконання на кожному з рівнів управління ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА». За рахунок цього реалізація стратегії операцій з імпорту буде одним із елементів стратегічного управління.

Впровадження такої стратегії є досить специфічним явищем для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» за рахунок її потрібно також врахувати фінансові можливості підприємства. Аналіз стратегічних позицій визначається за рахунок запровадження певної імпортової стратегії в нашому випадку стратегії операцій з

імпорту з урахуванням попиту на продукцію та з розширенням частки ринку.

Відповідно до цього підприємству надзвичайно необхідно оптимізувати стратегію операцій з імпорту заради мети покращення стану на міжнародному та вітчизняному ринку.

При цьому виявлено, що для аналізу ефективності стратегії операцій з імпорту потрібно:

- при реалізації стратегії необхідно визначити імпортні витрати;
- розрахувати дохід від реалізації імпортних реалізацій;
- визначити економічну ефективність показників діяльності підприємства;
- проаналізувати та оцінити ступені ризику при здійсненні операцій з імпорту.

Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» показав на якому місці стоїть дане підприємство, якими є його сильні сторони, якими є його слабкі сторони у порівнянні із конкурентами. Дану порівняльну таблицю відобразимо в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Порівняння можливостей ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та його конкурентів

Перелік показників	ТОВ «Пуянг-Україна»	Фірми-конкуренти
Великий асортимент продукції	+	+
Досвід команди	+	+
Постійні клієнти	-	+
Постійна участь в комплектації об'єктів	+	+
Мінімальний фінансовий ризик	+	-
Досконалість організаційно структури	-	+
Стратегія виходу на ринок	-	+
Обмеження фінансових коштів	+	-
Низький рівень впізнання на ринку	+	-
Низький товарооборот	+	-
Спеціалісти високого рівня	+	+
Гнучкий графік роботи, можливість термінових замовлень	+	-
Страх перед зміною ринку	+	+
Унікальні замовлення	-	-
Потреба в нових технологіях	+	+

Джерело: сформовано автором

Отже, дане дослідження показало сильні і слабкі сторони ТОВ «Пуянг-

Україна» в порівнянні з конкурентами, що дозволить зробити правильне стратегічне планування підприємства.

Слід уважно дослідити фактори, що не керуються з боку підприємства (такі як рівень інфляції, законодавство та постанови Уряду щодо питань фінансово-господарської діяльності підприємства, існуючий стан економіки країни та інше). До них можна лише пристосуватися.

Крім того, є фактори зовнішнього середовища, якими підприємство може керувати, наприклад, робота з контрагентами ринку – постачальниками та споживачами. Важливою проблемою є також аналіз внутрішнього функціонування підприємства. Такою проблемою, із якою зіштовхується керівництво, буде визначення того, чи володіє підприємство внутрішніми силами.

Розробка стратегії діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», дозволяє приймати ефективні маркетингові та управлінські рішення у всіх сферах діяльності підприємства з тим, щоб реалізувати стратегічну ціль функціонування підприємства.

Але не дивлячись на ряд позитивних тенденцій діяльність ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» на жаль не позбавлена певних недоліків:

- 1) для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» є характерним високий рівень витрат, а як результат висока собівартість продукції, яка імпортується;
- 2) відносно невелика сума вільних грошових коштів, та значна частина позикового капіталу в структурі капіталу підприємства, що окрім позитивних може мати й негативні прояви. Тобто фінансово-економічна діяльність підприємства потребує певного удосконалення.

В результаті чого для ефективного здійснення операцій з імпорту на нашу думку необхідно запровадити аналітичний відділ, для проведення попередньої оцінки та аналізу імпортних операцій.

Аналітичний відділ, для проведення попередньої оцінки та аналізу імпортних операцій буде проводити повне дослідження та надавати звіт керівництву ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Аналітичний відділ виконуватиме численні та різноманітні і досить складні й відповідальні функції. Вони не обмежуються одним аналізом, а все більше набувають управлінських рис. Так, до функцій аналітиків ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» буде входити вивчення і забезпечення таких напрямів і складових діяльності:

- організаційно-правова структура операцій з імпорту;
- організація стратегічного та оперативного планування операцій з імпорту;
- формування системи управління та контролю за здійсненням операцій з імпорту;
- техніко-економічні дослідження складових імпортової продукції ;
- контрольно-методична;
- інформаційно-аналітичне забезпечення керівництва та інших підрозділів ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Організаційно-правова структура операцій з імпорту має відповідати стратегічним цілям бізнесу, спрямовуватися на досягнення маркетингових цілей, бути простою, ефективною та спиратися на чітку концептуальну ідею (модель). Створення такої системи і покладається на аналітиків.

Організація стратегічного та оперативного планування операцій з імпорту. Аналітикам слід дати відповіді на запитання:

- яких умовах будуть здійсненні операції з імпорту;
- яка номенклатура товарів буде потрібна та має попит;
- яку ємність матимуть потенційні ринки збуту зовнішнього та внутрішнього ринку;
- що буде новим «ринковим хітом» через рік, два, п'ять?

Формування системи управління та контролю за здійсненням операцій з імпорту полягає у розробці та реалізації оптимальної моделі здійснення операцій з імпорту та її адаптації до умов зовнішнього середовища шляхом корегування операцій підрозділів фірми без зайвого втручання в їх оперативні повноваження. При цьому аналітики вирішують такі складові проблеми:

- стратегічне планування;

- організаційні системи управління здійснення операцій з імпорту;
- техніко-економічні дослідження вогнетривкої продукції.

Техніко-економічні дослідження вогнетривкої продукції. Аналітична служба не відрізняється від інших підрозділів. Продукцією експертно-аналітичної служби є плани, концепції, оперативні зведення, аналітичні записки, бізнес-плани, проекти наказів, інструкцій і договорів тощо. Проте в компетенцію служби входить не тільки перелічені розробки, а й техніко-економічний аналіз з оцінкою стану здійснення операцій з імпорту. Цей аналіз потребує наявності математичних, інженерних, технологічних, юридичних та інших знань.

Контрольно-методична функція полягає у розробці і застосуванні простих ефективних методик вивчення і контролю фінансових, маркетингових, технологічних та інших функціональних служб і підрозділів, які займаються імпортною діяльністю ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА».

Інформаційно-аналітичне забезпечення керівництва та інших підрозділів ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА». Налагодження системи ефективного оперативного інформування керівників про зовнішній ринок – найперше завдання керівника аналітичної служби. В обов'язки аналітиків входить вся інформаційно-аналітична робота фірми, яка полягає в аналізі загальних обставин навколо неї, а також у збиранні, обробці та реферуванні інформації імпорту діяльність і її передачі нагору.

Поки що як аналітичний, так й інформаційний ресурс слабо використовується на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА». Що є одним із головних недоліків здійснення операцій з імпорту.

Виконання цих функцій вимагає широкого спектра знань не тільки з економіки, планування, а й з бухгалтерського обліку, зовнішньоекономічної діяльності, маркетингу, менеджменту, стратегічного прогнозування тощо. Крім того, успішне здійснення аналітичних функцій потребує виходу за рамки власних аналітичних проблем і зводиться зрештою до макроекономічних питань – економічного зростання, попиту, пропозиції, стабільності.

Для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» найбільш важливим напрямом формування

стратегії операцій з імпорту – це можливість вижити на конкурентному ринку, тобто формування конкурентоспроможного товару. Формування конкурентоспроможності продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей (потреб покупців), за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть її характеристики з товарами конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації.

3.3. Прогнозна оцінка діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА», за умови впровадження запропонованих заходів

Для здійснення запропонованої операції з імпорту для визначення прогнозованої ціни контракту використовується пропозиція на поставку аналогічних товарів Пуянг-Груп Білорусь (Білорусь) за 2019 р., проект зовнішньоторговельного контракту на поставку шиберної плити китайського Puyang Refractories Group Co., Ltd за 2017 р. та проект зовнішньоторговельного контракту від компанії Puyang Poland за 2017 р. Розглянемо витрати на впровадження аналітичного відділу на ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Прогнозовані витрати на оплату праці ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» на створення аналітичного відділу, тис. грн.

Стаття витрат	На 2019 рік	На 2020 рік
– керівник аналітичного відділу	200000	220000
– аналітик з оцінки ефективності операцій з імпорту	120000	140000
– експерт-аналітик імпортової діяльності	120000	140000
Всього:	440000	500000

Джерело: сформовано автором

Підприємство не буде займатися навчанням персоналу, тому що буде наймати вже висококваліфікованих, навчених працівників та які вже мають певний досвід. Отже, як видно із розрахунків в таблиці 3.5, витрати на оплату праці складають 500 тис. грн. на рік.

Витрати одноразові, які понесе підприємство на закупку меблів

представлено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Прогнозовані витрати на закупівлю меблів ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Стаття витрат	Ціна, грн.
Шафа, 1 шт.	10089,0
Комп'ютерний стіл, 3 шт.	8628,0
Стільці, 3 шт.	2757,0
Комод для зберігання паперів, 1 шт.	1500,0
Всього:	22972,0

Джерело: сформовано автором

Як видно з табл. 3.7 витрати на закупівлі меблів для нового відділу складатимуть 22972 грн.

ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» буде робити покупку комп'ютерної техніки розрахунок одноразових витрат показаний в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Прогнозовані витрати на закупівлю комп'ютерної техніки ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Стаття витрат	Ціна, грн.
Монитор, 3 шт.	11874,0
Системний блок, 3 шт.	15000,0
Мишка, 3 шт.	300,0
Принтер, 3 шт.	6045,0
Всього:	33219,0

Джерело: сформовано автором

Як видно з таблиці 3.8. сума, яку підприємство витратить на закупівлю комп'ютерної техніки буде складати 33219 грн.

Таблиця 3.9

Прогнозовані витрати на закупівлю програмного забезпечення ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Стаття витрат	Ціна, грн.
ПЗ Microsoft Windows 16	1980,0
ПЗ Office 2016	799,0
ПЗ AVAST 2016 12 міс.	216,0
"Фінансове планування" 1С	1523,0
Модуль «Фінансовий аналіз» системи «Галактика»	1865,0

AuditExpert	2564,0
Project Expert	2013,0
Всього:	10960,0

Джерело: сформовано автором

В разі придбання комп'ютерної техніки необхідно здійснити покупку програмного забезпечення для роботи аналітичного відділу. Сума витрат на це становитиме 10960 грн., див. дані в табл. 3.9.

Загальна сума та структура прогнозованих витрат, які будуть понесені ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» в разі створення транспортного відділу показані в таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

**Прогнозована структура витрат, яке понесе ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»
на створення аналітичного відділу**

Статті витрат	Грн.
Оплата праці	500000,0
Закупівля меблів	22972,0
Закупівля комп'ютерної техніки	33219,0
Закупівлю програмного забезпечення	10960,0
Всього:	567151,0

Джерело: сформовано автором

Як видно з табл. 3.10. загальна сума витрат ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» буде складати 567151 грн. Найбільші витрати будуть на заробітну плату працівникам аналітичного відділу, які складатимуть 96,6% загальної структури витрат.

В таблиці 3.11 представлено умови прогнозованого контракту.

Таблиця 3.11

Конкурентні матеріали для визначення прогнозованої ціни контракту

№ з/п	Умови контракту	Конкурентні матеріали		
		Puyang Refractories Group Co., Ltd	Puyang Poland	Пуянг-Груп Білорусь
1	Країна-експортер	Китай	Польща	Білорусь
2	Ціна в валюті за од., дол. США	35	36	31
3	Джерело інформації	ЗТК	Комерційна пропозиція	ЗТК
4	Рік поставки	2017	2017	2019
5	Базисні умови поставки	EXW Київ	DDP Київ	DDP Київ
6	Форма розрахунку	Банківський переказ	Банківський переказ	Банківський

				переказ
7	Кількість, шт.	19300	17600	19300

Джерело: сформовано автором

У таблиці 3.11. наведені конкурентні матеріали для визначення ціни контракту.

Додаткова інформація для проведення розрахунків:

1. Курси валюти на дату складання конкурентного листа:
1 дол. США – 28,41 грн.
2. Знижка на виторгування складає 5%.
3. Знижка за кількість – 5 % за кількість 15000-18000 шт., 9% за 18001 – 19500 шт.
4. Термін поставки – 60 днів.
5. Індекси цін наведені за даними статистики:
2015 – 109,6%
2016 – 111,91%
2017 – 116,40%
6. Транспортні та інші витрати:
 - витрати на навантаження та розвантаження – 1,5% ціни шиберної плити;
 - витрати на транспортування Китай-Київ складають 8% ціни;
7. Витрати на митне очищення товару на експорт в Польщі – 3% вартості контракту.

I. Приведення цін конкурентних матеріалів до єдиної валюти.

Визначимо ціну товару у єдиній валюті для Puyang Refractories Group Co., Ltd:

$$35 * 28,41 = 994,35 \text{ грн.};$$

Визначимо ціну товару у єдиній валюті для Puyang Poland:

$$36 * 28,41 = 1022,76 \text{ грн.};$$

Для Puyang Poland ціна товару визначена в доларі США і становить 1,31 \$.

Визначимо прогнозовану ціну для Пуян-Груп Білорусь:

$$31 * 28,41 = 880,71 \text{ грн.}$$

II. Розрахунок сумарної поправки на комерційні умови передбачає визначення:

- поправки на інфляцію (приведення за терміном угоди) (K1);
- поправки на базисні умови поставки (K2);
- поправки на умови платежів (K3);
- поправки на кількість (K4);
- поправки на втрати (K5);
- поправки на втрати (K6).

Сумарна поправка на комерційні умови розраховується шляхом додавання всіх зазначених поправок.

1. Приведення за терміном угоди (поправка на інфляцію).

Приведення конкурентних матеріалів здійснюється за такою формулою:

$$C_1 = C_0 \times \frac{I_1}{I_0},$$

де C_1 – приведена ціна за терміном угоди; C_0 – ціна, запропонована фірмою у конкурентному матеріалі; I_1 – індекс цін на дату поставки за контрактом; I_0 – індекс цін на запропонований у конкурентному матеріалі термін здійснення поставки.

Поправка на інфляцію розраховується за формулою:

$$K_1 = C_1 - C_0$$

Поправка на інфляцію для Puyang Refractories Group Co:

$$994,35 \cdot (116,40/109,63) - 994,35 = 61,40 \text{ грн.}$$

Для Puyang Poland поправку не потрібно розраховувати, адже контракт укладений у 2017 році.

Поправка на інфляцію для Пуян-Груп Білорусь:

$$880,71 \cdot (116,40/111,91) - 880,71 = 38,34 \text{ грн.}$$

2. Поправка на базисні умови поставки.

Необхідно привести ціну за базисними умовами до DDP Київ. Розрахуємо поправку для Puyang Poland:

$$1022,76 \cdot 0,015 = 15,34 \text{ грн.};$$

$$1022,76 \cdot 0,08 = 81,82 \text{ грн.};$$

$$1022,76 * 0,03 = 30,68 \text{ грн.}$$

В даному випадку сумарна поправка за базисними умовами буде становити 127,84 грн.

3. Поправка на кількість.

Ця поправка враховує обсяг закупленого товару порівняно з плановими умовами майбутньої угоди. Для Puyang Poland та Пуянґ-Груп Білорусь не потрібно розраховувати поправки, так як їх ціна вже містить у собі знижку. Поправка для Puyang Refractories Group Co., Ltd:

$$994,35 - (994,35 * 0,015) = 994,35 - 14,92 = 979,43 \text{ грн.}$$

4. Поправка на вторгування.

Дану поправку необхідно розрахувати для Puyang Refractories Group Co., Ltd:

$$994,35 * 0,05 = 49,72 \text{ грн.}$$

Сума поправок становитиме:

Для Puyang Poland:

$$+0,08 + 127,84 = +127,92 \text{ грн.}$$

Для Puyang Refractories Group Co., Ltd:

$$(-14,92) + (-49,72) = -64,64 \text{ грн.}$$

Для Пуянґ-Груп Білорусь:

$$+38,75 \text{ грн.}$$

Ціна контракту з урахуванням усіх поправок:

Puyang Poland:

$$1022,76 + 127,92 = 1150,68 \text{ грн.}$$

Puyang Refractories Group Co., Ltd:

$$994,35 - 64,64 = 929,71 \text{ грн.}$$

Пуянґ-Груп Білорусь:

$$880,71 + 0,06 = 880,77 \text{ грн.}$$

Середня ціна контракту:

$$\text{Ц. сер.} = (1150,68 + 929,71 + 880,77) / 3 = 987,05 \text{ грн.}$$

$$\text{Ц. мін.} = 880 \text{ грн.}$$

Затверджена ціна = 881 грн.

Розрахунок економічної ефективності проводиться шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту.

На рівні підприємства під економічною ефективністю зовнішньоторговельних операцій розуміють ступінь збільшення доходу від цих операцій. Критерієм економічної ефективності є прибуток як основна міра ефективності.

ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» веде переговори з Пуянг-Груп Білорусь на закупівлю шиберної плити за ціною 31 дол. США за штуку.

Таблиця 3.12

Умови угоди імпорту товарів для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»

Найменування умови	Дані
Найменування товару	Шиберна плита
Код УКТ ЗЕД	2606 00 00 00
Країна-експортер	Білорусь
Ціна за одиницю	31 дол. США
Кількість упаковок	120
Кількість штук в упаковці	60
Умови постачання	DDP Київ
Курс НБУ на час здійснення платежів	28,41
Ставка митного тарифу за 1 шт: повна	0%
пільгова	0%
ПДВ	20%

Джерело: сформовано автором

Орієнтовна ціна реалізації на внутрішньому ринку України складає 40 доларів США за шт. Структуру витрат, пов'язаних із закупівлею товару та його реалізацією на внутрішньому ринку наведено в таблиці.

Таким чином, ефективність здійснення операції з імпорту з Пуянг-Груп Білорусь буде ефективним та доцільним заключення контракту між підприємствами.

Висновки до розділу 3

Зазначені заходи, щодо покращення операції з імпорту діяльності підприємства ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та через запровадження стратегії операцій з імпорту, мають привести до збільшення прибутковості, рентабельності та ефективності, як імпортової так і всієї фінансово господарської діяльності підприємства.

Для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» найбільш важливим напрямом формування стратегії операцій з імпорту – це можливість вижити на конкурентному ринку, тобто формування конкурентоспроможного товару. Формування конкурентоспроможності продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей (потреб покупців), за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть її характеристики з товарами конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації. Загальна сума витрат на створення аналітичного відділу ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» буде складати 567151 грн.

Умови прогнозованого контракту, виходячи з урахуванням усіх поправок, складають Puyang Poland – 1150,68 грн.; Puyang Refractories Group Co., Ltd – 929,71 грн.; Пуян-Груп Білорусь 880,77 грн.

В результаті можна зробити підсумок про доцільність укладення контракту з Пуян-Груп Білорусь. Орієнтовна ціна реалізації на внутрішньому ринку України буде складати 40 дол. США за 1 шт. Закупівля продукції становитиме 31 дол. США за одиницю продукцію за умовами постачання DDP Київ.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті дослідження основних підходів до поняття міжнародної торгівлі ми визначили таке:

Міжнародна торгівля – це історично перша форма міжнародних економічних зв'язків, якщо не брати до уваги простий, натуральний обмін. Вона являє собою обмін товарами та послугами між державно оформленими національними господарствами, тобто між державами. Охарактеризовано етапи розвитку міжнародної торгівлі. Розглянуто основні показники міжнародної торгівлі, які діляться на сім основних груп та представлені формули їх розрахунку.

Ефективність операції з імпорту несе в собі результативний показник, який буде мати конкурентну перевагу на міжнародному ринку. Було розглянуто сутність значення операція з 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. При здійсненні ефективних операцій з імпорту необхідно дослідити міжнародний ринок відповідно до його специфіки та різних впливаючих аспектів на імпорتنу діяльність.

Оцінювання ефективності операцій з імпорту показує чи буде підвищення доходу підприємства від ведення таких операцій. Розрахунок показників ефективності залежатиме значною мірою від виду операції, її мети, умов та інших особливостей і конкретної угоди у межах ЗЕД, здійснюваної на підприємстві. Щоб визначити ефективні напрями діяльності підприємства операцій з імпорту, потрібен ретельний аналіз її стану.

ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» є офіційним представником компанії найбільшого китайського виробника і постачальника вогнетривкої продукції по всьому світу. У спільній роботі компанія дотримується індивідуального підходу до кожного партнера, беручи до уваги всі потреби і побажання клієнта. Аналіз

фінансового стану підприємства показав, підвищення ефективності господарської діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» протягом аналізованого періоду. Показники ліквідності підприємства знаходяться в межах нормативного значення, що означає про можливість своєчасного ліквідування боргів та поточних зобов'язань підприємства. Проте показники фінансової стійкості підприємства свідчить про нестабільний стан.

Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» показало, що основною діяльністю підприємства є реалізація імпортової продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку. Зовнішньоекономічні зв'язки ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА»: Китай, Бельгія, Польща, Чехія, Румунія та Словаччина. Головним імпортером продукції є Puyang Refractories Group Co., Ltd. Для ефективного управління зовнішньоекономічної діяльності є відділ зовнішньоекономічних зв'язків, який повністю несе відповідальність за здійснення операцій з імпорту. В результаті дослідження було визначено, що ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» має досить ефективну зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

В результаті оцінення ефективності операції з імпорту діяльності ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» було виявлено, що підприємство має фактичну можливість і невикористані резерви зниження собівартості продукції за рахунок скорочення витрат на сировині, диверсифікації ланцюга наявних постачальників на зовнішньому ринку України, а також розробляти стратегію пошуку нових, дешевших ринків закупівель вогнетривкої продукції.

Зазначені заходи, щодо покращення операції з імпорту діяльності підприємства ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» та через запровадження стратегії операцій з імпорту, мають привести до збільшення прибутковості, рентабельності та ефективності, як імпортової так і всієї фінансово господарської діяльності підприємства.

Для ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» найбільш важливим напрямом формування стратегії операцій з імпорту є можливість вижити на конкурентному ринку, тобто формування конкурентоспроможного товару. Формування

конкурентоспроможної продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей (потреб покупців), за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть її характеристики з товарами конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації. Загальна сума витрат на створення аналітичного відділу ТОВ «ПУЯНГ-УКРАЇНА» буде складати 567151 грн.

Умови прогнозованого контракту, виходячи з урахуванням усіх поправок, складають: Puyang Poland – 1150,68 грн.; Puyang Refractories Group Co., Ltd – 929,71 грн.; Пуянг-Груп Білорусь – 880,77 грн.

В результаті можна зробити підсумок про доцільність укладення контракту з Пуянг-Груп Білорусь. Орієнтовна ціна реалізації на внутрішньому ринку України буде складати 40 дол. США за шт. Закупівля продукції становитиме 31дол. США за одиницю продукції за умовами постачання DDP Київ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. Монографія / Л.Л.Антонюк. – К.:КНЕУ, 2004. -275 с.
2. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / І.В. Багрова – Д., 2003. – 306 с.
3. Бакуменко В. Методологія державного управління: проблеми становлення та подальшого розвитку [Текст] / В. Бакуменко, В. Князєв, Ю. Сурмін // Вісник УАДУ. – 2003. – № 3. – С. 11–23.
4. Бандур С.І. Сучасна соціально-економічна політика держави: теорія, методологія, практика [Текст] / Бандур С. І., Заяц Т. А., Терон І. В. – К. : РВПС України НАН України ; Принт-Експрес, 2002. – 250 с.
5. Баштанник В. Удосконалення управлінської діяльності у системі зовнішньої політики України: методологія проблеми [Текст] / В. Баштанник, Є. Суліма // Вісник УАДУ. – 2003. – № 2. – С. 11–27.
6. Березовський В. В. Фінансовий механізм регулювання експортно-імпортних операцій із сільськогосподарською продукцією / В. В. Березовський // Економіка АПК. – 2012. – № 1. – С. 94–100.
7. Бондарчук Л.В. Економічний аналіз технології здійснення експортно-імпортних операцій України як учасника світової організації торгівлі / Л.В. Бондарчук, І.Ю. Кухар // Моніторинг біржового ринку. – 2015. – № 1. – С. 12–15.
8. Брюховецька Н. Ю. Економічний механізм підприємства в ринковій економіці: методологія і практика / Н. Ю. Брюховецька. – Донецьк, 2009. – 275 с.
9. Булатова А.С. Економіка / А.С. Булатова. – К.: МОЛОДЬ, 2012. – 600 с.
10. Валуев Ю.Б. Предпосылки управления внешнеэкономической деятельностью промышленного предприятия / Ю.Б. Валуев // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5. – С. 120–129.
11. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в

діяльності підприємств [Текст] / І.А. Волкова, І.В. Гірчук // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2015. – № 3 (53). – С. 53-55.

12. Ганін В.І. Основи теорії економічного аналізу / В.І. Ганін. – Х.: Самміт, 2015. – 105с.

13. Гребельник О.П., Романовський О.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності / О.П.Гребельник, О.О. Романовський. –К.: Деміург, 2003. – 296 с.

14. Дем'яненко А. Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия / А. Г. Дем'яненко // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 2.

15. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. М. Дроздова. – К. : ЦНЛ, 2002. – 172 с.

16. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник / Г.М. Дроздова. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 247 с.

17. Дроздова Г.Н. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Г.Н.Дроздова, К.: МАУП, 2002. – 172 с.

18. Завадський Й.С. Менеджмент: Management. Т. 1 / Й.С. Завадський. [2-ге вид.]. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 2012. – 542 с.

19. Завьялов П. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей и пути их решения / П.Завьялов // Маркетинг. – 2012. - № 10. – С. 45-49.

20. Захарченко В.И. Менеджмент во внешнеэкономической деятельности / В.И. Захарченко. К.: МАУП, 2003. – 384 с.

21. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник для вузів / [Багрова І.В., Власюк В.Є., Редіна Н.І., Гетьман О.О.] ; під ред. І.В. Багрової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.

22. Інституційні засади інноваційної економіки: міжнародний досвід та вітчизняна практика: Монографія / А.С.Аблов, О.С.Довгий, Л.П.Гальперіна, А.А. Грищенко //За заг. ред. В.Є. Новицького. - К.: Книжкове вид-во НАУ, 2005. - 200 с.

23. Калачова І.В. Статистика послуг: концептуальні основи реформування / І.В. Калачова // Статистика України. – 2001. – № 4. – С. 24–28.
24. Карпенко М.О. Удосконалення організації ЗЕД на підприємстві [Текст] / М.О. Карпенко, О.В. Захарченко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2016. – №26. – С. 92–100.
25. Кириченко А.О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / А.О. Кириченко К.: КНЕУ, 2002. – 421 с.
26. Климик Г.В. Проблеми становлення стратегії управління експортно-імпортним потенціалом України / Г.В. Климик // Вісн. Сумс. Нац. аграр. ун-ту. – 2014. – №5. – С. 50–53.
27. Кредісов А. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посіб. / за заг. ред. А.І. Кредісова. – К. : ВІРА-Р, 2002. – 552 с.
28. Кривенко Л.І. Удосконалення управління експортно-імпортними операціями підприємства [Текст] / Л.І. Кривенко, Л.В. Лощина, В.М. Милашенко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць. – Суми: УАБС НБУ, 2015. – Т.20. – С. 6–11.
29. Кузьмінський Ю. Облік та аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Ю.А. Кузьмінський, В.Г. Козак, Л. І. Лук'яненко та ін. ; за ред. Ю.А. Кузьмінського. – К. : КНЕУ, 2001. – 179 с.
30. Лисенков Ю.М. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / Ю.М. Лисенков. – І. В. Педь. – К. : Зовнішня торгівля, 2004. – 200 с.
31. Маркетингове забезпечення послуг міжнародного експедирування в Україні: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / С.В. Співаковський; Європ. ун-т. — К., 2005. — 20 с.
32. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія / С. М. Маталка. – Луганськ : Ноулідж. – 2011. – с. 210.
33. Мельник А. Міжнародна торгівля послугами і створення глобального ринку послуг / А. Мельник // Вісник Тернопільськ. акад. народного господарства. – 2003. – № 8– 1. – С. 94–102.

34. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : підручник / за ред. О.А. Кириченка. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: Знання, 2012. – 518 с.
35. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : Монографія/ Л.Л. Антонюк. -К.: КНЕУ, 2004.-275 с.
36. Міжнародна конкуренція та можливості України в боротьбі за ринки збуту // Україна-business. – 2011. – 16 червня.
37. Никонов А. Экспорт услуг и налогообложения. // Экономика и жизнь. – 2003 – №42. С 35 – 45.
38. Олефіренко В.В. Особливості регулювання міжнародного ринку послуг / В.В. Олефіренко // Збірник наук. праць Черкаськ. держ. технологічного ун-ту. – 2013. – № 24. – С. 21–22.
39. Основи зовнішньоекономічної діяльності / [Гуріна Г. С., Луцький М. Г., Мостенська Т. Л., Новак В. О.]. – К. : Сузір'я, 2007. – 425 с.
40. Пазуха М. Л. Зовнішньоекономічна діяльність: загальні положення : навч.-метод. посіб. / М. Л. Пазуха. – К. : Центр навч. літ., 2008. – 230 с.
41. Пісьмаченко Л.М. Державне управління зовнішньоторговельною діяльністю в Україні: регулювання та контроль [Текст] : монографія / Пісьмаченко Л.М. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд., 2012. – 366 с.
42. Погребняк А.Ю. Еволюція наукових поглядів на сутність поняття «зовнішньоекономічна діяльність» / А.Ю.Погребняк, Т.Ю. Хоменко// Сучасні проблеми економіки і підприємництво : Збірник наукових праць. – Випуск 18. – Київ: ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2016.
43. Полтораки В. А. Маркетингові дослідження / В. А. Полтораки. – К. : Центр навч. літ., 2003. – 387 с.
44. Прокушев Е.Ф. Зовнішньоекономічна діяльність / Е.Ф. Прокушев. – Тернопіль:Астон, 2013. – 320 с.
45. Рижикова О. Встановлення ціни у зовнішньоекономічному договорі (контракті) / О. Рижикова // Все про бухгалтерський облік. – 2001. – № 42 (588). – С. 22–24.
46. Родченко В. В. Міжнародний менеджмент / Родченко В. В. – К. :

МАУП, 2008. – 240 с.

47. Рум'янцев А.П. Міжнародна торгівля послугами : навч. посіб. / А.П. Рум'янцев, Ю. О. Коваленко. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр навч. літ-ри, 2003. – 112 с.

48. Світова організація торгівлі (СОТ) - правова та інституціональна основа світової торговельної системи.// Українська асоціація імпортерів та експортерів. [Електрон. ресурс] // Ефективна економіка. – Режим доступу: <http://www.uaie.org/>

49. Скоропад І.С., Герасименко С.І. Ефективність маркетингових заходів у системі зовнішньоторговельних зв'язків. / І.С.Скоропад, С.І.Герасименко // Вісник національного університету „Львівська політехніка”. - 2003. - №469. - С. 498-502.

50. Терещенко С. Основи митного законодавства України: питання теорії та практики зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник для студентів вищих та серед. спец. закл. / С.Терещенко. - К.: АТ "Август", 2001 - 422 с.

51. Ткаченко Л. Маркетинг послуг : підручник / Л. Ткаченко. – К. : Центр навч. літ-ри, 2003. – 192 с.

52. Удосконалення управління експортно-імпортними операціями підприємства / Е.О.Ковтун, С.В. Грабенко, А.В. Музика // Матеріали X Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Актуальні проблеми сучасної науки». – Київ, 2013. – Ч. 1. – С. 20–25.

53. Україна на міжнародних ринках – 2011: проблеми та перспективи [Центр Разумкова]. – К., 2012. – 258 с.

54. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: Монографія / А.Е.Воронкова, Н.Г. Калюжна, В.І.Оленко. – Х.: ВД „ІНЖЕК”, 2012. – 512 с.

55. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2004. – 340 с.

56. Хворост Т.В. Управління експортно-імпортними операціями:

врахування особливостей при укладенні зовнішньоекономічних договорів [Текст] / Т.В. Хворост // Вісник Сумського національного ун-ту : науковий журнал. – Серія «Економіка і менеджмент» / Сумський НАУ. – Суми, 2016. – Вип. 6/1 (48). – С. 150–154.

57. Циганкова Т.П. Міжнародна торгівля: навч. посібник / Т.П. Циганкова, Л.П. Петрашко, Т.В. Кальченко. – К.: КНЕУ, 2001. – 488 с.

58. Чередниченко В. Проблеми конкурентоспроможності української економіки на світовому ринку // Актуальні проблеми державного управління: Наук. зб. – О., 2001. – Вип. 7. – С. 192-199.

59. Черній І. П. Забезпечення інформацією розвитку ЗЕД / І. П. Черній // Економіка АПК. – 2000. – № 9. – С. 72–76.

60. Шумпетер І. Теорія економічного розвитку / І. Шумпетер – К.: Catallaxy, 2014. –198 с.

61. Щербак В.Г., Лозенко А.П. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / Щербак В.Г., Лозенко А.П // Фінанси України. – 2014. - № 4. – С. 58-61.

62. Яковлев А.І. Удосконалення методів визначення ефективності ЗЕД / А.І.Яковлев // Фінанси України. – 2012. - № 9. – С.25-27.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 1

Характеристика етапів у розвитку міжнародної торгівлі

Чинники зовнішнього середовища	Особливості торговельних процесів	Регулювання
1	2	3
I етап		
— промислові революції — залучення нових регіонів Земної кулі до міжнародного товарообміну — прогрес у розвитку транспортної мережі світу — революція в засобах зв'язку	— вивіз товарів — лідерство Англії на світовому ринку — випередження темпами зростання світового товарообігу зростання промислового виробництва	— перевага політики протекціонізму — зародження політики фрітрейдерства
II етап		
— НТП у виробництві товарів — розвиток транспортних шляхів та поліпшення якісних характеристик транспортних засобів — розвиток монополістичного виробництва	— вивіз капіталу — швидке зростання товарообігу — зміна співвідношення сил на світовому ринку (зменшення впливу Англії та Франції) — концентрація торговельних зв'язків між найрозвинутішими країнами	— посилення протекціоністських тенденцій — перехід від захисного до наступального протекціонізму
III етап		
— наслідки I світової війни (економічні та політичні) — економічні кризи (1920-1921рр., 1929-1933 рр.) — початок формування двох світових систем господарства	— тривале та глибоке порушення торговельних зв'язків — різкі коливання обсягів товарообігу — переважно сировинна структура експорту та імпорту	— посилення митного протекціонізму — крах міжнародної валютної системи та виникнення валютних блоків
IV етап		
— посилення двох світових систем господарства — розпад світової колоніальної системи — формування	— збільшення темпів росту світового товарообігу — зрушення в товарній структурі експорту — послаблення позицій	— перехід до політики лібералізації зовнішньоторговельних зв'язків — реалізація комплексу митно-тарифних заходів під

регіональних інтеграційних угруповань – поява глобальних	країн, що розвиваються – посилення позицій Японії,	егідою ГАТТ
---	---	-------------

Продовження таблиці 1

V етап		
міжнародних організацій	ФРН, Італії, Канади; зменшення питомої ваги США, Великої Британії та Франції в світовому експорті	
– посилення міжнародної конкуренції – зміцнення існуючих та поява нових інтеграційних угруповань – індустріалізація в більшості країн, що розвиваються – проблема заборгованості країн, що розвиваються – розпад світової соціалістичної системи господарства	– різке зростання обсягів торгівлі – підвищення ролі зовнішньої торгівлі в економічному розвитку країн – значні коливання рівня світових цін – зрушення в товарній структурі експорту (послуги, промислові товари) – поширення усталених і довгострокових відносин – збільшення частки внутрішньо-фірмових поставок у світовій торгівлі – підвищення ролі країн, що розвиваються – посилення конкуренції між країнами Тріади – активізація зустрічної торгівлі	– перехід від тарифного до нетарифного регулювання – неопротекціонізм – стимулювання експортного виробництва – поява тенденції створення замкнених економічних блоків

Джерело: [6, с. 36].

Додаток В

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

		Дата (рік, місяць, число)		КОДИ		
				2 014	0 1	01
Підприємств	ТОВ «Пуянг-Україна»			за		
во				ЄДРПОУ		
Організаційно-правова				33654593		
форма господарювання				Товариство з обмеженою діяльністю		
				за КОПФГ		
Вид економічної діяльності				240		
Неспеціалізована оптова торгівля				за КВЕД		
				46.90		
Середня кількість працівників, осіб						
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком						

1. Баланс
на 31 грудня 2013 р.

Форма №
1-м

Код за
ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	100 5	14789,5	1523 4
Основні засоби:	101 0	3102,5	3420 ,7
первісна вартість	101 1	4987,4	5121, 2
знос	101 2	(1987,2)	(2105 ,1)
Довгострокові біологічні активи	102 0		
Довгострокові фінансові інвестиції	103 0		
Інші необоротні активи	109 0		
Усього за розділом I	109 5	4523,4	4987, 1
II. Оборотні активи			
Запаси:	110 0	1324,6	1402 ,4
у тому числі готова продукція	110 3	1236,7	1339, 2
Поточні біологічні активи	111 0		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	112 5	3564,9	3802 ,2

Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	113 5	98,2	101, 8
у тому числі з податку на прибуток	113 6	95,6	100,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	115 5	456,7	495, 7
Поточні фінансові інвестиції	116 0		
Гроші та їх еквіваленти	116 5	1955,4	2001 ,9
Витрати майбутніх періодів	117 0	2,8	3,1
Інші оборотні активи	119 0	0,1	0,1
Усього за розділом II	119 5	7654,1	8121 ,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	120 0		
Баланс	130 0	11478,5	1325 6,7

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	140 0	15521,5	155 21,5
Додатковий капітал	141 0		
Резервний капітал	141 5		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	142 0	14569,1	163 62,8
Неоплачений капітал	142 5	)	(
Усього за розділом I	149 5	2365,5	384 1,3
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	159 5		
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	160 0		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	161 0		
товари, роботи, послуги	161 5	17236,4	183 04,1
розрахунками з бюджетом	162 0	301,7	342 ,7
у тому числі з податку на прибуток	162 1		
розрахунками зі страхування	162 5	14,2	16, 0
розрахунками з оплати праці	163 0	31,5	34,1
Доходи майбутніх періодів	166 5		
Інші поточні зобов'язання	169 0	33,2	36,8
Усього за розділом III	169 5	17895,1	187 33,7
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	170 0		
Баланс	190 0	11478,5	148 92,4

2. Звіт про фінансові результати за 2013 р.

Форма №
2-м
Код за
ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	200 0	10721	9541,1
Інші операційні доходи	212 0	452,1	356,7
Інші доходи	224 0		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	228 0	11173,1	9897,8
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	205 0	(2987,1)	(2314,7
Інші операційні витрати	218 0	(11102,4	(10233,9
Інші витрати	227 0	(	(
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	228 5	(14089,8)	(12548,6
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	229 0	2916,7	2650,8
Податок на прибуток	230 0	(103,7)	(98,7
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	235 0	2813	2552,1

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

		Дата (рік, місяць, число)		КОДИ		
				2 015	0 1	01
Підприємств	ТОВ «Пуянг-Україна»	за		33654593		
во		ЄДРПОУ				
Організаційно-правова	Товариство з обмеженою діяльністю	за КОПФГ		240		
форма господарювання						
Вид економічної діяльності	Неспеціалізована оптова торгівля	за КВЕД		46.90		
Середня кількість працівників,						
осіб						
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком						

1. Баланс на 31 грудня 2014 р.	Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
-----------------------------------	----------------	----------------	---------

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	100 5	15234	1614, 3
Основні засоби:	101 0	3420,7	3690, 5
первісна вартість	101 1	5121,2	5990, 8
знос	101 2	(2105,1)	(2300 ,3)
Довгострокові біологічні активи	102 0		
Довгострокові фінансові інвестиції	103 0		
Інші необоротні активи	109 0		
Усього за розділом I	109 5	4987,1	5304, 3
II. Оборотні активи			
Запаси:	110 0	1402,4	1570, 9
у тому числі готова продукція	110 3	1339,2	1495, 1
Поточні біологічні активи	111 0		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	112 5	3802,2	4894, 0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	113 5	101,8	108, 5

у тому числі з податку на прибуток	113 6	100,0	108,4
Інша поточна дебіторська заборгованість	115 5	495,7	512, 4
Поточні фінансові інвестиції	116 0		
Гроші та їх еквіваленти	116 5	2001,9	2498 ,0
Витрати майбутніх періодів	117 0	3,1	3,5
Інші оборотні активи	119 0	0,1	0,3
Усього за розділом II	119 5	8121,4	9587 ,6
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	120 0		
Баланс	130 0	13256,7	1489 2,4

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	140 0	15521,5	155 21,5
Додатковий капітал	141 0		
Резервний капітал	141 5		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	142 0	15102,4	163 62,8
Неоплачений капітал	142 5	)	(
Усього за розділом I	149 5	3526,1	384 1,3
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	159 5		
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	160 0		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	161 0		
товари, роботи, послуги	161 5	15478,3	183 04,1
розрахунками з бюджетом	162 0	265,8	342 ,7
у тому числі з податку на прибуток	162 1		
розрахунками зі страхування	162 5	14,5	16, 0
розрахунками з оплати праці	163 0	26,9	34,1
Доходи майбутніх періодів	166 5		
Інші поточні зобов'язання	169 0	31,1	36,8
Усього за розділом III	169 5	15655,3	187 33,7
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	170 0		
Баланс	190 0	13256,7	148 92,4

**2. Звіт про фінансові результати
за 2014 р.**

Форма №
2-м
Код за
ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	200 0	6210	10721
Інші операційні доходи	212 0	558,6	452,1
Інші доходи	224 0		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	228 0	6766,6	11173,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	205 0	(3305, 5)	(2987,4
Інші операційні витрати	218 0	(12191,1)	(11102,4
Інші витрати	227 0	()	()
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	228 5	(15496,1)	(14089,8
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	229 0	8727,5	2916,7
Податок на прибуток	230 0	(129,3)	(103,7
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	235 0	8856,8	2813

Додаток В

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

		КОДИ	
Дата (рік, місяць, число)		2016	01
Підприємств во	ТОВ «Пуянг-Україна»	за ЄДРПОУ	33654593
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою діяльністю	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	Неспеціалізована торгівля	за КВЕД	46.90
Середня кількість працівників, осіб			
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком			

Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
1. Баланс на 31 грудня 2015 р.		

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	100 5	1614,3	1614, 3
Основні засоби:	101 0	3690,5	3309, 8
первісна вартість	101 1	5990,8	5699, 5
знос	101 2	(2300,3)	(2389 ,7)
Довгострокові біологічні активи	102 0		
Довгострокові фінансові інвестиції	103 0		
Інші необоротні активи	109 0		
Усього за розділом I	109 5	5304,8	4924, 1
II. Оборотні активи			
Запаси:	110 0	1570,9	1562 ,3
у тому числі готова продукція	110 3	1495,1	1562, 3
Поточні біологічні активи	111 0		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	112 5	4894,0	2937, 8
Дебіторська заборгованість за розрахунками з	113	108,5	129,9

бюджетом	5		
у тому числі з податку на прибуток	113 6	108,4	129,9
Інша поточна дебіторська заборгованість	115 5	512,4	592, 4
Поточні фінансові інвестиції	116 0		
Гроші та їх еквіваленти	116 5	2498,0	1770 ,3
Витрати майбутніх періодів	117 0	3,5	3,6
Інші оборотні активи	119 0	0,3	0,1
Усього за розділом II	119 5	9587,6	6996 ,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	120 0		25,3
Баланс	130 0	14892,4	1194 5,8

Продовження дод.В

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	140 0	12521,5	125 21,5
Додатковий капітал	141 0		
Резервний капітал	141 5		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	142 0	16362,8	271 47,6
Неоплачений капітал	142 5	)	(
Усього за розділом I	149 5	3841,3	146 26,1
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	159 5		66, 8
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	160 0		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	161 0		
товари, роботи, послуги	161 5	18304,1	263 43,3
розрахунками з бюджетом	162 0	342,7	66, 8
у тому числі з податку на прибуток	162 1		
розрахунками зі страхування	162 5	16,0	19, 4
розрахунками з оплати праці	163 0	34,1	41, 2
Доходи майбутніх періодів	166 5		
Інші поточні зобов'язання	169 0	36,8	34, 4
Усього за розділом III	169 5	18733,7	265 05,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	170 0		
Баланс	190 0	14892,4	119 45,8

2. Звіт про фінансові результати
За 2015 р.

Форма №
2-м

Код за
ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	200 0	1145,3	6210,0
Інші операційні доходи	212 0	3194,4	558,6
Інші доходи	224 0	3,8	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	228 0	4343,5	6768,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	205 0	(6,3)	(3305,0)
Інші операційні витрати	218 0	(15043,7)	(12191,1)
Інші витрати	227 0	(3,1)	()
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	228 5	(15053,1)	(15496,1)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	229 0	10709,6	8727,5
Податок на прибуток	230 0		(129,3)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	235 0	10709,6	8856,8

Продовження дод.В

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

		Дата (рік, місяць, число)		КОДИ		
				2 017	0 1	01
Підприємств во	ТОВ «Пуянґ-Україна»			за ЄДРПОУ		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою діяльністю			за КОПФГ		
Вид економічної діяльності	Неспеціалізована торгівля			за КВЕД		
Середня кількість працівників, осіб						
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком						

1. Баланс	Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
На 31 грудня 2016 р.			

Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	100 5	1614,3	1614, 3
Основні засоби:	101 0	3309,8	3067, 8
первісна вартість	101 1	5699,5	5690, 7
знос	101 2	(2389,7)	(2622 ,9)
Довгострокові біологічні активи	102 0		
Довгострокові фінансові інвестиції	103 0		
Інші необоротні активи	109 0		
Усього за розділом I	109 5	4924,1	4682, 9
II. Оборотні активи			
Запаси:	110 0	1562,3	1453 3,2
у тому числі готова продукція	110 3	1562,3	1453 3,2
Поточні біологічні активи	111 0		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	112 5	2397,8	1588, 5
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	113 5	129,9	2260 ,9

у тому числі з податку на прибуток	113 6	129,9	12,5
Інша поточна дебіторська заборгованість	115 5	592,4	630, 9
Поточні фінансові інвестиції	116 0		
Гроші та їх еквіваленти	116 5	1770,3	3353 ,5
Витрати майбутніх періодів	117 0	3,6	3,4
Інші оборотні активи	119 0	0,1	0,1
Усього за розділом II	119 5	6996,4	2237 0,5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	120 0	25,3	
Баланс	130 0	11945,8	2705 2,6

Продовження дод.В

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	140 0	12521,5	125 21,5
Додатковий капітал	141 0		
Резервний капітал	141 5		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	142 0	27192,7	266 82,5
Неоплачений капітал	142 5	)	()
Усього за розділом I	149 5	14671,2	141 61,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	159 5	111,9	108 ,1
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	160 0		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	161 0		
товари, роботи, послуги	161 5	26343,3	410 12,4
розрахунками з бюджетом	162 0	66,8	6,9
у тому числі з податку на прибуток	162 1		
розрахунками зі страхування	162 5	19,4	11,1
розрахунками з оплати праці	163 0	41,2	43,4
Доходи майбутніх періодів	166 5		
Інші поточні зобов'язання	169 0	34,4	31,7
Усього за розділом III	169 5	26505,1	411 05,5
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	170 0		
Баланс	190 0	11945,8	270 52,6

Продовження дод.В

2. Звіт про фінансові результати
За 2016 р.

Форма №

2-м

Код за

ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	200 0	25364,6	1145,3
Інші операційні доходи	212 0	5174,6	3194,4
Інші доходи	224 0	6,2	3,8
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	228 0	30545,4	4343,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	205 0	(21991,3	(6,3)
Інші операційні витрати	218 0	(7931,7	(15043,7)
Інші витрати	227 0	(0,1	(3,1
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	228 5	(29923,1)	(15053,1
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	229 0	622,3	10709,6
Податок на прибуток	230 0	(112,0)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	235 0	510,3	10709,6

Продовження дод.В

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
Підприємств во	ТОВ «Пуянг-Україна»	за	2 018	0 1	01
	Організаційно-правова форма господарювання	ЄДРПОУ	33654593		
	Товариство з обмеженою діяльністю	за КОПФГ	240		
	Вид економічної діяльності	за КВЕД	46.90		
Неспеціалізована торгівля		оптова			
Середня кількість працівників, осіб					
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком					

1. Баланс
на 31 грудня 2017 р.

Форма №
1-м

Код за
ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	100 5	1614,3	1614, 3
Основні засоби:	101 0	3067,8	2979, 0
первісна вартість	101 1	5690,7	5809, 7
знос	101 2	(2622,9)	(2830 ,7)
Довгострокові біологічні активи	102 0		
Довгострокові фінансові інвестиції	103 0		
Інші необоротні активи	109 0		
Усього за розділом I	109 5	4682,1	4593, 3
II. Оборотні активи			
Запаси:	110 0	14533,2	1233 1,3
у тому числі готова продукція	110 3	14533,2	1233 1,3
Поточні біологічні активи	111 0		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	112 5	1588,5	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	113 5	2372,9	1012, 2

у тому числі з податку на прибуток	113 6	124,6	124,6
Інша поточна дебіторська заборгованість	115 5	630,9	33,7
Поточні фінансові інвестиції	116 0		
Гроші та їх еквіваленти	116 5	3353,5	3747 ,2
Витрати майбутніх періодів	117 0	3,4	4,2
Інші оборотні активи	119 0	0,1	0,2
Усього за розділом II	119 5	22482,5	1712 8,8
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	120 0		
Баланс	130 0	27164,6	2172 2,1

Продовження дод.В

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	140 0	12521,5	125 21,5
Додатковий капітал	141 0		
Резервний капітал	141 5		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	142 0	26570,5	261 29,2
Неоплачений капітал	142 5	)	(
Усього за розділом I	149 5	14049,0	136 07,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	159 5	108,1	196 ,7
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	160 0		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	161 0		
товари, роботи, послуги	161 5	41012,4	350 54,9
розрахунками з бюджетом	162 0	6,9	7,4
у тому числі з податку на прибуток	162 1		
розрахунками зі страхування	162 5	11,1	14, 3
розрахунками з оплати праці	163 0	43,4	48, 4
Доходи майбутніх періодів	166 5		
Інші поточні зобов'язання	169 0	31,7	8,1
Усього за розділом III	169 5	41105,5	351 33,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	170 0		
Баланс	190 0	27164,6	217 22,1

**2. Звіт про фінансові результати
за 2017 р.**

Форма №

2-м

Код за

1801007

ДКУД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	200 0	9323,8	25364,6
Інші операційні доходи	212 0	1665,8	5174,6
Інші доходи	224 0		6,2
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	228 0	10989,6	30545,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	205 0	(3662,4)	(21991,3)
Інші операційні витрати	218 0	(6885,9)	(7931,7)
Інші витрати	227 0		(0,1)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	228 5	(10548,3)	(29923,1)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	229 0	441,3	622,3
Податок на прибуток	230 0		
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	235 0	441,3	622,3

