

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ»

(на матеріалах «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»», м.
Київ)

Студента 2 курсу

Змз групи

Спеціальності 073

«Менеджмент»

Спеціалізації

«Менеджмент ЗЕД»

Науковий керівник

канд. екон. наук

професор

Гарант освітньої програми

докт. екон. наук

доцент

Шишка Дениса

Вікторовича

підпис студента

підпис наукового керівника

Кудирко Людмила

Петрівна

Студинська Галина

Яківна

підпис гаранта

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Шишко Д.В. УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ.

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

Випускна кваліфікаційна робота містить теоретико-методологічні засади формування системи управління ефективністю операцій з імпорту та пропозиції щодо підвищення ефективності імпорتنих операцій. В перебігу дослідження проведено ґрунтовний аналіз фінансового "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»", проаналізовано сутність здійснення імпорتنих операцій підприємства та ефективність зовнішньоекономічної діяльності на зарубіжних ринках. Проведений аналіз дозволив сформулювати пропозиції щодо удосконалення управління ефективністю операцій з імпорту і співпраця підприємства на міжнародних ринках з міжнародними компаніями та здійснити розрахунки прогнозу щодо діяльності "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»" з урахуванням запропонованих заходів та рекомендацій.

Ключові слова: операція з імпорту, управління, фінансові розрахунки, методологічні підходи, обробка інформації, підвищення ефективності збуту, прогнозування.

SUMMARY

Shyshko D.V. MANAGEMENT BY EFFICIENCY OF OPERATIONS FROM IMPORT.

Final qualification work on the receipt of the master's degree majoring in 073 " *Management of foreign economic activity* ". Kyiv National University of Trade and Economics.

1. Final qualifying work contains theoretical and methodological bases of forming of control system efficiency of operations from an import and suggestion in relation to the increase of efficiency of the imported operations.

During research the sound analysis of financial "III "SCIENTIFIC - Production FIRM "VD MAIS"" essence of realization of the imported operations of enterprise and efficiency of foreign economic activity are analysed on foreign markets. The conducted analysis allowed to set forth suggestion in relation to the improvement of management by efficiency of operations from an import and collaboration of enterprise on international markets with international companies and to carry out the calculations of prognosis in relation to activity of " "III "SCIENTIFIC - Production FIRM "VD MAIS"" taking into account offer events and recommendations.

Key words: operation from an import, management, financial arrangements, methodological approaches, treatment of information, increase of efficiency of sale, prognostication.

РЕФЕРАТ

«УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ»

(на матеріалах «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»», м. Київ)

Випускна кваліфікаційна робота: 111с.,

26 табл., 7 формул, 55 джерел.

Об'єктом дослідження є процес управління ефективністю операцій з імпорту

Предмет дослідження – є теоретичні засади та практичний інструментарій управління ефективністю операцій з імпорту.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»

Мета роботи – систематизація теоретичних підходів та методичного інструментарію щодо управління ефективністю операцій з імпорту та надання рекомендацій щодо його удосконалення.

Методи дослідження – аналітичний, коефіцієнтів, математичний, історичний, аналізу і синтезу, системного підходу та системного аналізу, економіко-статистичний, кількісного та якісного аналізу.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, виявлено ступінь її розкриття в економічній літературі вітчизняними і зарубіжними науковцями; сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження та окреслено практичну значущість роботи.

У **першому розділі** «Теоретичні основи управління ефективністю операцій з імпорту» визначено основи управління ефективністю операцій з

імпорту, алгоритм управління імпортними операціями та розкрито методичні підходи до оцінки ефективності управління операціями з імпорту

У другому розділі «Аналіз управління ефективністю операцій з імпорту "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»» зроблений аналіз показників фінансового стану ПП "Науково-виробнича фірма «VD MAIS»", визначено особливості управління операціями з імпорту "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»", а також зроблено оцінку ефективності управління операціями з імпорту.

У третьому розділі «Удосконалення управління ефективністю операцій з імпорту «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»» окреслено пропозиції щодо підвищення ефективності управління операціями з імпорту, зроблено обґрунтування проєктів з оптимізації імпортних закупівель "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»", та проведено розрахунок прогностичних показників зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням запропонованих заходів.

Висновки окреслюють теоретичне узагальнення і вирішення наукової проблеми, сутність якої полягає у комплексному дослідженні, оцінці та розробці пропозицій по удосконаленню проведення операцій з імпорту. Практична реалізація наданих пропозицій у діяльності "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»" полягає в залученні професіоналів до управління та постійного пошуку резервів для організації та напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій, як через збільшення прибутку, так і через зменшення витрат на управління.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Розділ 1. Теоретичні основи управління ефективністю операцій з імпорту	6
1.1 Сутність і особливості здійснення операцій з імпорту.....	6
1.2 Алгоритм управління операціями з імпорту.....	13
1.3 Методологічні підходи до оцінки ефективності управління операціями з імпорту.....	24
Висновки до розділу I.....	33
Розділ 2. Аналіз управління ефективністю операцій з імпорту «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»	36
2.1. Аналіз показників фінансового стану ПП "НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»	36
2.2. Особливості управління операціями з імпорту "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»".....	52
2.3. Оцінка ефективності управління операціями з імпорту.....	64
Висновки до розділу II.....	75
Розділ 3. Удосконалення управління ефективністю операцій з імпорту «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»	77
3.1. Розробка заходів з підвищення ефективності управління операціями з імпорту	77
3.2. Обґрунтування проекту з оптимізації імпортних «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS».....	86
3.3. Розрахунок прогностичних показників зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням запропонованих заходів.....	93
Висновки до розділу III.....	100
ВИСНОВКИ	103
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	106

ВСТУП

Актуальність теми. У наш час, коли країни у все більшій мірі інтегровані в систему міжнародних економічних зв'язків, потребують модернізації і підходи до ведення підприємницької діяльності із урахуванням змін світових ринків товарів та послуг. Варто відмітити, що трансформуються і підходи до організації зовнішньоекономічних операцій, конкурентних переваг набувають ті підприємства, які зможуть швидко змінювати свої методи та правила ведення бізнесу – вони будуть на крок попереду від інших.

Управління ефективністю імпортними операціями наразі відіграє важливу роль у функціонуванні компаній, які займаються ЗЕД. Коли система управління не пов'язана із плануванням та контролем за розробку середньо- та довгострокових планів, імпортні операції мають низьку рентабельність, мають ефект затраченого часу і неефективних фінансових капіталовкладень. Для того щоб проведення імпортної операції було ефективним, потрібна сучасна система організації, планування, контролю та стимулювання..

Імпортні операції відіграють важливу роль як на макро -, так і на мікрорівні. Імпортні операції поєднують внутрішній ринок із зовнішнім, що є рушійною силою для інноваційного розвитку підприємства та усієї економіки країни в цілому.

Управління імпортними операціями є невід'ємним від управління міжнародним маркетингом підприємства, управління виробничим сектором для забезпечення належного рівня якості та безпечності продукції, та стратегії управління підприємства у цілому.

Ступінь розробки наукової проблеми. Проблемами ефективності імпортних операцій вітчизняних підприємств займалися такі вчені, як Вічевич А., Андрійчук А., Багорова І., Максимець О., Зинов'єв Ф., Макогон Ю., Кадуріна Л., Ф. Бутинець Ф., Шкурупій О., Жиглей І., Пархоменко В. та ін. Дослідженнями системи управління збутової діяльності підприємств –

суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності займалися такі вчені Л.В. Балабанова, С.С. Гаркавено, В.П. Онищенко, А.О. Старостіна.

1. Метою даної випускної кваліфікаційної роботи є систематизація теоретичних підходів та методичного інструментарію щодо управління ефективністю операцій з імпорту та надання рекомендацій щодо його удосконалення.

Завдання даної роботи впливають із поставленої мети та передбачають:

1. визначення теоретичних основ управління ефективністю операцій з імпорту;
2. здійснення аналізу управління ефективністю операцій з імпорту на підприємстві ПП «Науково-виробнича фірма «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»» ;
3. обґрунтування пропозицій з удосконалення системи управління ефективністю операцій з імпорту ПП «Науково-виробнича фірма «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»»;

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є процес управління ефективністю операцій з імпорту

Предметом дослідження є теоретичні засади та практичний інструментарій управління ефективністю операцій з імпорту .

Дослідження проведено на базі імпорту «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»»", що є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності та здійснює операції з імпорту.

Методи дослідження. Теоретичну основу роботи складає система загальнонаукових і спеціальних методів, що дозволяють вирішувати проблемні наукові завдання. В ході обґрунтування теоретичних основ роботи використовувались методи абстрагування, порівняння, аналізу та синтезу, формалізації, моделювання та ін. Отримані прикладні результати ґрунтуються на методах інтерполяції, екстраполяції, системної оптимізації,

індексному методі статистичного аналізу і методах вимірювання та оцінки потенціалу підприємств.

Інформаційну базу дослідження складають монографії, фахові статті зарубіжних і вітчизняних вчених, нормативно-правові акти, що регулюють діяльність підприємства на державному та міжнародному рівнях, статистичні матеріали за проблематикою дослідження, фінансова та статистична звітність підприємства ПП «Науково-виробнича фірма «ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»», інформаційних агенцій та ресурсів Інтернет.

Обробка інформаційного матеріалу здійснювалася з використанням сучасних інформаційних технологій. Для виконання економіко-математичних розрахунків, статистичної обробки інформації, побудови порівняльних таблиць, діаграм і графіків було застосовано MS EXCEL. **Робота складається** зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ

1.1 Сутність і особливості здійснення операцій з імпорту

Для розкриття змісту та особливостей здійснення операцій з імпорту, звернемося до вітчизняних нормативно-правових актів. Імпортна операція – це комерційна діяльність, яка пов'язана із закупкою і ввезенням до України іноземних товарно - матеріальних цінностей для їх подальшої реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності[1].

Коли підприємство імпортує якийсь товар чи продукти, має подати на митницю для отримання всіх документів, отримати акредитацію, довідку валютної інспекції, товарно-транспортну накладну, документ про транспортні витрати, дані брокера, та його дозвіл на здійснення операцій або його ліцензію та документи про сплату податку на додану вартість та всіх платежів пов'язані з митницею окремо.

Для деяких позицій імпортованих товарів необхідна ліцензія. У такому випадку треба звертатись до Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, на підставі заяви підприємства на її отримання необхідної ліцензії, в якій гарантується про сплату всіх зборів за оформлення акта експертизи товарів, що будуть завозитися на територію України.

Ліцензія – це оформлений належним чином документ чи дозвіл на експорт та імпорт деяких видів товарів чи іншого майна протягом дозволеного періоду. Від залежності терміну дій, його характеру та обсягу товару, щодо якого встановлюються режиму ліцензування, імпортні ліцензії можуть бути декількох типів, а саме генеральні та індивідуальні, разові та відкриті. Серед імпортних розрізняють – антидемпінгові, компенсаційні та спеціальні.

Дуже важливим елементом імпортних операцій є самостійне встановлення відповідної ціни на товар суб'єктом зовнішньоекономічної

діяльності. Але у закріплених у законодавстві випадках регулювання ціни і принципів ціноутворення при експортно-імпортних операціях в Україні буде здійснюватися шляхом встановленням нормативно-правовими актами індикативних, фіксованих або граничних рівнів цін за зовнішньоторговельними угодами. На територію України дозволено завозити лише ту продукцію, що по всім встановленим характеристикам не порушують встановлений поріг умов відповідних стандартів, різних сертифікатів, що мають силу на території України. Іноземні сертифікати беруться до уваги тільки тоді, коли взаємне визнання таких сертифікатів передбачено нормами відповідних міжнародних договорів[2].

Цей акти видається Торгово-промисловою палатою та мають бути завірені керівником підприємства копії контракту, та свідоцтва про державну реєстрацію(коли є специфікації, то їх також треба додати до свідоцтву).

Перелік подання нараховує такі документи як:

4. рахунки-фактури, різні креслення та технічні паспорти, інколи відвантажувальні специфікації, технічні паспорти,
5. залізничні накладні та багажні квитанції, автотранспортні накладні,
6. акт приймання товарів, різні розписки про приймання вантажів на зберігання в іноземному порту,
7. митні декларації, сертифікати походження товарів, довідки про сплату податків та акцизного збору, доручення на відкриття акредитива разом з чеками.

Також до переліку можуть входити претензійні листи, заяви до суду та постанови цих органів[3].

Інколи ще додають комерційні акти, в яких вказано про нестачу або пошкодження вантажу та аварійні листи.

Дуже важливо, щоб разом з продукцією йшов сертифікат про те, що імпортовані товари відповідають вимогам, які встановлені в санітарних нормах відповідності України, а якщо продукція тваринного походження, то

ветеринарним нормам. Ліки мають відповідати фармакологічним нормам України і це дуже строго контролюється.

Щоб здійснити операцію з імпорту, по-перше треба укласти угоду між резидентами України (установами, організаціями) та нерезидентами. Але важливо щоб усі правила Міжнародних інтерпретацій комерційних термінів були враховані в підписаному контракті між підприємствами. Першим розділом у контракті для здійснення операцій з імпорту, має бути пункт «Ціна і загальна вартість товарів». Ціна на товар буде визначена за згодою сторін з прийняттям цінових умов у світовому ринку, що пишуться в багатьох джерелах які мають великий вплив на ціноутворення у світі, та в Україні зокрема.

Сама процедура здійснення митного контролю та оформлення товарів з митною декларацією здійснюється працівниками митниці завдяки низки етапів, зокрема до першого входить:

- оформлення самої митної декларації. Працівники митниці мають перевірити відповідність даних, які були внесені у графи митною декларації та порівняти з даними, що записані в документах поданих разом з нею;

- наступний етап характеризується перевіркою наявності усіх документів. Якщо у митниці не має заперечень до оформлення, митниця приймає митну декларацію та починає оформлення, а саме ставить печать з написом «Під митним контролем» на аркушах та пише митній декларації її реєстраційний номер. Представник митниці звіряє електронні копії митної декларації з даними на папері, перевіряє правильність вказання митної вартості, контролює правильність даних про товари з даними які написані у дозвільних документах, передивляється пункти про сплату митних зборів та акцизу, щоб не було розбіжностей;

- робиться запит в лабораторію якщо є потреба на проведення досліджень.

Другий етап розпочинається тим, що ухвалюється перелік проходження митного контролю. Сам контроль здійснюється в присутності власника або

декларанта товару який ввозиться на території України. Після усіх перевірок та переглядів, складається акт про проведення митного контролю ввозимо продукції.

Третій етап складається зі сплати усіх митних платежів та стягнень і завершення митного контролю. Закінчення усіх етапів митного оформлення можна вважати після того як буде виконано усі митні формальності, визначені Митним кодексом до заявленого митного режиму, який перевіряється поставленням усіх печатей та відміток відповідно до законодавства та на всі супровідні документи, які йдуть разом з товаром на паперовому носії з правил оформлення товару через кордон України.

Правильно визначити митну вартість товарів, що возяться на територію України можливо цими методами, як – за ціною договору. Коли ціна яку заплатили є сумою всіх платежів, що були сплачені або мають бути сплаченими на користь продавця через осіб, які мають відношення до угоди.

Потреба в аналізі вартості продукції виникає коли:

- продавець може вільно розпоряджатися оцінюваним товаром
- продавець та покупець не зв'язані між собою і не маючи впливу на ціну товару
- виручка від будь-якого перепродажу або використання товарів покупцем не піде прямо до продавця якщо не буде коригування щодо положень Митного кодексу.

Інші методи визначення митної вартості мають застосовуватися, тільки тоді, коли перший метод не спромігся це зробити згідно з умовами Митного кодексу. Застосування менш розповсюджених методів буде мати сенс після консультацій між митним органом та декларантом для визначення остаточної вартості продукції з положенням Митного кодексу. Застосування обчислення митної вартості можуть застосовуватися влюбій послідовності на прохання декларанта чи уповноваженої особи. Якщо жоден з перелічених методів не мав сили, то можливо використання резервного методу.

У зовнішньоекономічній діяльності будь-якої країни є імпорт та реімпорт. Ефективність цих двох операцій прямо залежить від обліково-економічної інформації. Тому є ефект приросту значення обліку як функції управління цими операціями, бо дані які переданні бухгалтерію, є незмінними та дуже точними і мають великий вплив при прийнятті якихось управлінських рішень чи вирішенні з ким працювати надалі для отримання прибутку на майбутні часи.

Реімпортна операція може бути процесом покупки та завезення на територію країни, продукції, яка імпортувалась раніше але не була задіяна в переробці. Дуже часто ре імпортною операцією виступає процес повернення покупцем товарів які мали брак та не були продані за кордоном на аукціонах. Одна з характерних ознак ре імпортової операції є перетин кордону країни декілька разів – при вивезенні товару та ввезення його назад. Але є виключення – до ре імпорту не належить продукція, яка була вироблена в країні та повертається з якихось виставок та конференцій.

При проведенні імпортової та реімпортової операції, перш за все треба визначити вартість самого товару який імпортується. Коли йдеться про імпорт – вартість товару який завозиться в Україні визначається в гривневуому еквіваленті за курсом НБУ на дату його оприбуткування але кредиторська заборгованість з монетарною і коли настає час здачі звітності, необхідно визначити по ній курсову різницю. Для бухгалтерського запису є первинний документ. В край важливо щоб документи які відображаються при русі товарів, коли здійснюються імпортні операції. Цими документом можуть бути такі як: документи про нестачі і псування товару, митна документація (наприклад вантажна митна декларація), інкасові доручення, доручення про відкриття акредитиву, різні чеки та виписки по розрахункових рахунках

На початок імпортних або ре імпортних операцій, потрібно укласти контракт в якому буде відображена обов'язковість та відповідальність сторін за угодою. За українським законодавством, фізичні або юридичні особи

можуть завозити з-за кордону сировину, необоротні засоби, матеріали, на які не розповсюджуються обмеження. Облік за цими товарами відображається в обліку з моменту їх надходження за купівельними або продажними цінами. Це залежить від місця дек вони будуть зберігатися за обліковими цінами.

Коли проводиться імпортна та реімпортна операція повинна бути сплачено мито та інші митні збори які вираховуюся з митної вартості товару, акцизні збори та ПДВ(з суми яка включає в себе митну вартість товару). Дата з якої потрібно оплачувати всі збори, вважається дата з якої була ввезена продукція на територію України та була оформлена ввізна митна декларація із зазначеною сумою ПДВ, що підлягає сплаті.

Платником податкових та митних платежів є всі юридичні особи, які виступають суб'єктами підприємницької діяльності України (особи які завозять продукцію на територію країни) або отримують від нерезидента який надає послуги, що використовують або споживають на митній території України, але окрім фізичних осіб , які не реєструвалися як платники податків тільки в тому випадку якщо ті фізичні лиця завозять продукцію в обсягах, яка не підлягає оподаткуванню згідно чинного законодавства України.

Митний тариф України наразі налічує 10 основних тарифних коридорів:

- тарифні пільги – 0% ставок ввізного мита,
- мінімальні ставки ввізного мита – 5%
- оптимальні ставки ввізного мита – 10 – 15 %
- високі ставки ввізного мита – 20 – 25 %,
- максимальні ставки ввізного мита – 30 – 50 %
- інші [4].

Середня ставка ввізного мита в Україні, становить 10,7%. Це означає, що в Україні діє помірний рівень захисту економіки від імпорту. Оформляти пропуск товарів можливо після сплати мита. Митні збори повинні бути оплачені на митниці і перераховуються до Держбюджету.

Коли держава запобігає торгівлі товарами та послугами за демпінговими цінами, то проводиться анти демпінгова політика та встановлюється так

зване анти демпінгове мито. Антидемпінгове мито – це мито, що накладається додатково на імпортовані товари, які завозять до країни імпортери за цінами, що значно нижче за ціни конкурентів або цін встановленому на світовому ринку.

Імпортні товари закуповуються за поставками в рахунок міжурядових угод і погашення боргів перед державою, у порядку бартерної операції, в рахунок надання безкоштовної допомоги, в порядку реекспортної операції.

Оприбуткування товарів, що імпортувались здійснюється на складі покупця на підставі приймального акту і акту експертизи ТПП. Якщо буде знайдена нестача товару або бракований товар, то приймання все одно проводиться, але додатково складається рекламацийний акт. В цьому документі будуть записані особи, які беруть участь у прийманні, дата та час, коли розпочали і коли закінчили приймання, де був укладений акт, тобто місце складання, з якої країни товар імпортували, його найменування та номер коносаменту, всі номери накладних і інших документів, кількість товару по кожній позиції асортименту, невідповідність якості товару, стан супроводжувальної продукції (стан тари, якість упакування і маркування тари). Рекламацийні акти всі складаються окремо один від одного за кожним іноземним постачальником на кожну партію товару, що надійшла з одним транспортним документом.

Рекламацийний акт отримує в 10-ти денний термін як надійшов товар. Підприємство може розраховуватися з постачальником заздалегідь або якщо домовляться з відстрочкою платежу. Якщо товар буде отриманий до того як за нього розрахуються. Тоді до складу валових витрат вартість такого товару (робіт, послуг) буде включена за курсом Національного банку України на дату оформлення вантажної митної декларації (підписання акта), но якщо вже відомо балансова вартість іноземною валюти, то потрібно буде відкоригувати суму, що була включена до складу валових витрат, то і коригувати не потрібно тому-що при першій

події вже відома балансова вартість перерахованої у вигляді авансу інвалюти[5].

Якщо при здійсненні імпоротної операції виникла заборгованість у іноземній валюті або є кредиторська заборгованість, в залежності від того яка подія сталася раніше, перерахування валюти або отримання товару (отримання результатів робіт, послуг) і

Можна зробити деякі підсумки. Здійснення імпорتنих операцій за звичайним договором, передбачає дотримання таких положень:

- усі суб'єкти ЗЕД коли здійснюється імпортна операція буде нести в податковому обліку валові витрати, що визначаються в національній валюті при урахуванні курсів іноземних валют на дату коли буде оформлюватись імпортна ВМД.

- в бухгалтерському обліку буде формуватись первісна вартість придбаних активів. Але в цьому випадку ввізне мито та митні збори будуть включатися до первісної вартості активів;

- в Україні забороняється: імпорт або транзит будь-яких товарів, якщо відомо, що вони можуть завдати шкоди здоров'ю, або становлять загрозу життю населення та тваринного світу, або завдадуть шкоди навколишньому середовищу; експорт та імпорт товарів, які здійснюються з порушенням прав інтелектуальної власності. Конкретний перелік товарів, що підпадають під дію цієї статті, затверджується Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України[6].

1.2 Алгоритм управління операціями з імпорту

Організація та управління імпортними операціями передбачає використання різних форматів та алгоритмів. Якщо у великих компаніях, що займаються промисловістю чи іншою сферою діяльності, імпортні та експортні операції, можуть здійснюватися через спеціалізований апарат управління міжнародною діяльністю (відділи в центральних службах,

міжнародні відділення, дочірні компанії по управлінню закордонною діяльністю й ін.).

У невеликих та середніх компаніях імпорتنі операції, майже завжди проводяться через внутрішні канали. До безпосереднього імпорту звертаються також великі компанії, що закуповують різну продукцію безпосередньо для своєї життєдіяльності. Організаційні форми здійснення імпорتنих операцій можуть бути різними і будуть залежати від обсягу і характеру даних операцій, структур управління корпорацією або компанією чи є власні джерела постачання, в залежності в умов на політичній арені та торгових правилах, що існують у країні експортера та імпортера.

Власний імпорتنий підрозділ має створюватись, в тому випадку якщо компанія має стійкі та довгострокові контракти на імпорт необхідної продукції з постачальниками за кордоном. Сама структура імпортного підрозділу так же як і експортного буде залежати від обсягу, кількості та масштабу імпорتنих та експортних операцій. Імпортний підрозділ чи як ще його називають – апарат може бути як у країні імпортера так само і за кордоном.

Більш розповсюдженою є форма організації імпортного підрозділу є вбудовані імпортні відділи. Їх створюють зазвичай у середині самих відділів постачання чи у відділі закупівель. Компанії, які мають велику кількість імпорتنих операцій можуть створювати у своєму складі спеціальні імпортні відділи, що підрозділяються на закупівельні й адміністративні.

Відділи закупівель займаються обробленням отриманих зразків, підготовкою до поїздки за кордон для своїх представників, вивчають зовнішньоекономічні фактори, що можуть вплинути на імпорт продукції, веденням кореспонденції, видачею замовлень. В компанія також часто присутній так званий адміністративний відділ, котрий вирішує питання щодо оформлення товарів на митниці, який також може інформувати іноземних постачальників про тарифи, що діють на сьогодні, робити пакування товару і його транспортування, контролює правильність оформлення фінансових

звітів та документів, слідує за перерахуванням коштів, може перепродавати імпортовані товари з поставкою з причалу або митного складу. Управління – це низка управлінських заходів, що стосується організації, стимулювання, контролю та мотивування працівників, що здійснюють ЗЕД.

В наш час згідно з рекомендаціями з Всесвітньої митної організації, що є спрямованою на розвиток митної системи у 21 ст., важливу увагу в системі управління ЗЕД відводиться системі митного сервісу[7].

Реформування митної служби в Україні йде з програмою розвитку державної служби на всіх рівнях, з'являється гостра необхідність у впровадженні міжнародних стандартів професійної діяльності службовців у митній сфері та в усьому державному апараті, орієнтація на надання державних послуг та постійного вдосконалення роботи інститутів відповідно до усіх міжнародних, або точніше європейських стандартів ведення професійної діяльності державних органів та їх співробітників, що є лицем країни, на зовнішніх ринках.

Великі компанії, що займаються виробництвом товарів, мають у своєму складі підрозділи серед яких можна виділити:

- адміністративні відділи – це як фінансовий відділ, бухгалтерія, відділ кадрів;
- виробничий відділ – що вирішує усі питання, які пов'язані з виробництвом продукції;
- функціональні відділи, серед яких можливо виділити – відділи збуту продукції, рекламні відділи, відділи юридичного напрямку

Сама організаційна структура в компанії виділяється низкою чинників такі як – виробнича потужність, якщо компанія має своє виробництво, виробничим напрямленням підприємства, яка технологія виробництва використовується, сфера діяльності підприємства та наскільки великий масштаб закордонною діяльністю підприємства.

У виробничих компаніях виділяється два види управління – це централізоване та децентралізоване. При централізованому управлінні

ведення діяльності підприємства ведеться з одного головного центру, досить жорстку регламентацію і координацію діяльності, виключає будь-яку самостійність у прийнятті управлінських рішень. Найчастіше централізоване управління використовують невеликі фірми, що використовують старі технології і працюють здебільшого на національному ринку і майже не займаються імпортом та експортом. Управлінням підприємством такого масштабу займається президент компанії та його зами – котрі керують відділом закупівель, а інший відділом продажу продукції. При необхідності вирішення питань, що не відносяться до сфери підприємства – віддається перевага спеціалізованим фірмам у тій галузі, що має досвід вирішення питань. У випадку, якщо компанія досить велика, тоді має сенс створення ради директорів, котрі будуть приймати рішення щодо подальшої діяльності підприємства.

Децентралізована форма управління компанією характеризує створення в середині підприємства другорядних відділів, котрі мають вже деяку самостійність в прийнятті рішень. За центральним органом управління зберігається функція контролю, та стратегія розвитку усіх відділів та їх координація. Інколи навіть у великих компаніях, де проводиться процес децентралізації, президент компанії також приймає участь в процесі прийняття рішень у середині відділів. Перехід від централізованого процесу управління до децентралізованого має сенс, коли в компанії створюється велика кількість різноманітних відділів і управління всіма процесами на підприємстві центральними органом управління вже майже неможливо. [8]

В структуру управління децентралізованих фірм мають входити – головний управлінський відділ, фінансовий та юридичний відділи, виробничий відділ, відділ продаж та відділ контролю на якість виробленню продукцією.

Головний управлінський відділ є вищою ланкою управління в компанії до складу якого входять акціонери, але безпосередньо управлінням підприємством здійснює рада директорів. Рада директорів обирається на

зборах акціонерів. До ради директорів висувають такі вимоги як: вирішення політики щодо виробництва продукції, вирішення скільки знадобиться вкласти коштів в подальший розвиток компанії, політика щодо ціноутворення продукції, вирішення кадрових завдань, якщо є потреба, то в реорганізації підприємства. Раду очолює її голова до складу ради входять директори, що є керівниками відділів в компанії. Усі директори, що входять до ради отримують високу за робітню плату або гарний відсоток від продажу товарів (стосується керівника відділу продажів).

Другий за значенням йде виробничий відділ. У великій компанії зазвичай не один, а декілька виробничих відділів, їх очолюють директори виробничого відділу. Виробничі відділи досить часто мають певну самостійність щодо вирішення питань з випуском продукції та при необхідності модернізації виробничих потужностей щодо забезпечення необхідних норм випуску продукції і її подальшого продажу та імпорту іншим контрагентам. Директор виробничого відділу знає всі процеси виробництва та як вирішувати проблеми, що з'являються в процесі виробництва, також вони можуть самостійно вирішувати питання щодо кадрів на виробничому відділі.

Серед інших відділів можливо виділити відділ продажів, від якого залежить прибуток підприємства і на якого покладають великі сподівання, бо він є одним з ключових відділів, юридичний відділ, що вирішує питання щодо оформлення документів на імпорт чи експорт продукції, вирішує судові питання та формує нормативно-правові акти виконаних робіт. Відділ контроль якості має тісні зв'язки з виробничим відділом і контролює якість виробленої продукції щоб продукція відповідала встановленим нормам. Відділ кадрів вирішує питання щодо пошуком необхідних спеціалістів на підприємство.

Якщо збут продукції підприємство здійснюється тільки на території країни, з цією задачею справляється відділ продажів. Але якщо фірма виходить на новий рівень і починає імпортувати продукцію за кордон, тоді є

необхідність в створенні відділу з імпорتنих та експортних операцій, який має тісно співпрацювати з відділом продаж.

До складу цього відділу зазвичай входять такі підрозділи:

- галузеві сектори, котрі займаються продажем товару, що має специфічне значення чи дуже вузьку сферу використання
- функціональні сектори, що вирішують відповідні функціональні питання.

Але також при наявності такого відділу, має місце в діяльності компанії таке поняття як прямий та непрямий імпорт.

У світовій торгівельній практиці існують два типи організації експортно-імпорتنих операцій – це прямий імпорт, що передбачає постачання товарів підприємствами, котрі його виробили на пряму іноземному споживачеві чи закупку в нього відповідних товарів та непрямий імпорт, що характеризується покупкою та імпортом товарів через посередників.

Для підприємств, які мають великий капітал може бути характерне розширення прямого імпорту[9].

Прямий метод імпорتنих операцій застосовується:

- коли імпорт сировини для виробничих компаній здійснюється за допомогою довгострокових контрактів;
- якщо здійснюється експорт та імпорт дорогого і великого обладнання
- у разі експорту та імпорту товарів державою.

При організації прямого імпорту є декотрі переваги, а саме: тісний зв'язок з контрагентом, більше знань про сам ринок, швидке пристосування свої виробничих потужностей до потреб покупця. Але при непрямому імпорті зберігається його значення. За підрахунком при допомозі торгівельних посередників світовий товарообіг залучається близько 50% від загального обсягу товарів. Застосування цього непрямого методу має сенс коли:

- здійснюється імпорт стандартного промислового устаткування для промислових підприємств.

- при збуті споживчих товарів;

- при імпорті продукції, що не має першочергового значення;

- на невідомих та недоступних ринках;

- якщо на ринок випускати новий товар, котрий ще ніхто не знає;

- у разі відсутності власної мережі по збуту продукції

- у тому випадку, коли на ринку торгівлі є монополізація великих торгівельно-посередницьких компаній.

Також до переваг непрямого методу імпортних операцій можливо віднести – великий досвід, своя не від кого не залежна мережа збуту, непогані зв'язки на ринку, знання самого ринку та кон'юктури, що панує на цьому ринку[10].

Зазвичай імпортними операціями займаються здебільшого великі фірми, муніципалітети, універмаги та ресторани концерни.

Для здійснення імпортних операцій мають бути створені імпортні відділи, до складу яких буде включено декілька секторів – закупівельний та адміністративний. Інколи фірми користуються послугами вояжерів із закупівлі чи іншими агентами фірм. Вони отримують невелику ставку та відсоток від всієї суми угоди. У великих центрах, де часто проходять закупки необхідного товару, будуть створені постійні представництва.

Велику допомогу в організації та проведенні імпортних операцій надають імпортні асоціації та посередницькі підприємства[11].

Під торговельно-посередницькими операціями можливо розглянути операції, які тісно пов'язані з закупівлею та продажем товару, що мають виконуватися за дорученням виробника-експортера незалежним торгівельним посередником на основі угоди чи іншого доручення.

Торговельне посередництво – може розглядатися як перепродаж товару, встановлення зв'язку з іноземним контрагентом, укладання різного виду

угод, надання кредитних гарантій, проведення транспортно-експедиційних робіт, страхівка, реклама та технічне обслуговування.

Зазвичай фірми котрі займаються торговим-посередництвом не мають прямого відношення до компанії котра виробляє товар чи до кінцевого споживача цього товару.

Такі компанії мають головну мету – одержання власного прибутку, прибуток зазвичай це різниця між ціною по якій була куплена продукція та ціною за якої був проданий товар кінцевому споживачеві. Можливо ще одержання винагороди за гарно оформлену угоду.

Зазвичай такі компанії займаються лише покупкою та перепродажем продукції, але інколи ще обробляти поставлений товар. Співпраця з такими компаніями має деякі переваги, а саме: вони вирішують такі питання щодо сортуванням, доставлянням та пакуванням товару, гнучко реагують на зміну ринку і тим самим знімають цілий тягар проблем, що був би на імпортері та експортері. Такі фірми мають власну матеріальну-технічну базу і тому імпортеру не потрібно буде вивчати та витратити свої кошти і час для оформлення усіх операцій пов'язані з імпортом.

І найголовніша перевага використання послуг таких компаній, те що ринок певної продукції може бути дуже монополізований посередницькими компаніями і здійснювати напряду експортну та імпорتنу операцію майже неможливо, бо зв'язки напряду с поставщиками закриті[12].

Але також існують і недоліки співпраці за такими фірмами, як те що експортер і в деякій мірі імпортер позбавлений від контактів із експортерами продукції і повністю залежить від посередницьких фірм.

В міжнародній практиці організація торгових операцій здійснюється через – брокерські послуги, операції з перепродажу, комісійні, агентські.

Якщо розглядати операції з перепродажу, то вони будуть проводитися торгівельним посередником за свій рахунок та від свого імені. Можна зробити висновок, що посередництво в торгівельних операціях це просування

товарів від експортера до споживача, але посередник має дотримуватися правил, що встановлені експортером.

Інша торгова операція має назву комісійні операції. Це коли з однієї сторони (комісіонером) за дорученням іншої укладається договір з комітентом від свого імені, але за рахунок комітента. Комітент буде власник товару увесь час, комісіонер не проводить закупку товару, весь час товар буде у експортера. Але покупець буде мати справу з комісіонером, а комітента не буде знати. Комісіонер отримає відсоток від суми угоди за свою роботу. Бувають такі випадки коли покупець не має змоги розрахуватися за товар. Інколи в договір між комітентом і комісіонером додається пункт про те що комісіонер несе фінансову відповідальність за виконання угоди покупцем або гарантує сплату коштів покупцем на користь комітента.

Така угода має назву – делькредере. При підписанні угоди делькредере зазначається вартість товару та термін передання коштів комісіонером комітентові.

Другий вид це агентські операції. Доручення з однієї сторони під назвою принципал, з другою сторони під назвою агентом, проведення юридичних угод від імені принципала на визначений території. Агент здійснює свою діяльність самостійно за допомогою агентській угоді. Він зареєстрований як юридична особа і є в торговому реєстрі. Він лише допомагає проведенню угоди але не відноситься до жодної з сторін і сам контракт не укладає.

Наступний вид – брокерські операції. Встановлюється за допомогою посередника-брокера контактів між покупцем та продавцем. Брокер не має відношення до жодної із сторін і виконує лише інформативну функцію для кожної зі сторін, які беруть на себе відповідальність за виконання угоди. Він не перебуває в договірних відносинах, працює та по іншим умовам. Брокер має знайти покупця на товар, що планує експортувати продавець, та навпаки, знайти товар, що є необхідний для покупця.

Але також брокер може виконувати таку роботу:

- Робить аналіз ринку та в якому він стані;

- Контролює виконання пунктів у укладеному контракті;
- Рідко, але може взяти на себе обов'язки делькредере.

Брокер не має права виступати на користь іншої зі сторін і не має права отримувати комісію від іншої сторони, якщо на це не дав згоди клієнти, котрий найняв брокера і який оплачує брокеру його відсоток. Бувають такі моменти, що в угоді приймають участь два брокера, один зі сторони покупця, інший зі сторони продавця. Взагалі брокери є спеціалістами по продажу, купівлі та продажу товару однієї марки, або товару, що має відношення до аукціонного або біржового[13].

В залежності від різновиду операцій можливо виділити такі види торгівельно-посередницьких фірм: комісійні, торгівельні, агентські, брокерські та фектори.

Торгові компанії зазвичай проводять операції від свого імені. Вони розраховують на довгострокові відносини з постачальниками.

Можна виділити такі види торгових фірм:

- Експортні фірми ті що закупають товар на внутрішньому ринку, можуть бути за кордоном, можуть виконувати комісійні доручення. Можуть бути спеціалізованими та універсальними.

- Торгівельні дома, купують продукцію у виробника чи за кордоном та продають її оптовим та роздрібним продавцям

- Імпортні фірми роблять закупку за свій рахунок за кордоном та продають на вітчизняному ринку. Зазвичай вони мають великі склади з продукцією і закупають продукцію одного виду, роблять сортування, пакують, зазвичай в них великий досвід завдяки якому вони можуть бути конкурентоспроможними.

Вони купують товари на аукціонах або на біржах, інколи в експортерів. Наразі часто такі фірми продають машинним устаткуванням. Вони проводять технічне обслуговування і мають велику мережу дилерів.

Оптові фірми є посередниками між промисловими фірмами та роздрібними торгівельними фірмами. Вони купують за свій рахунок

продукцію за кордоном великими партіями, а продають навпаки дрібними партіями, отримуючи прибуток. На відміну від імпоротної фірми, оптові фірми можуть закупати продукцію не тільки за кордоном, а також і у вітчизняного виробника і сама продаю цю продукцію в свої мережі.

Роздрібні фірми проводять операції з імпорту й експорту, не користуються послугами великих фірм. В них є власна мережа великих магазинів.

Комісійні фірми бувають:

- Комісійні експортні фірми – можуть бути як зі сторони продавця так зі сторони покупця. Відповідають – за поставку товару, його транспортування, страхування.

- Комісійні імпортні фірми – це представники покупців своєї країни. Вони роблять замовлення за кордоном від себе але платять за це вітчизняні комітенти. Також можуть робити аналіз ринку, робити його дослідження, контролювати відвантаження товару [14].

Агентські фірми інколи довго співпрацюють з комітентом. Вони можуть бути експортні та закордонні агенти.

Брокерські фірми найбільше розвиненні у Великобританії. Це великі компанії, працівники котрі працюють в цих компаніях мають великий досвід роботи та відповідну кваліфікацію, тісно працюють з банками, завдяки чому можуть фінансувати угоди.

Фектори – це так звані торгівельні посередники, які мають можливість працювати з великим обсягом посередницьких операцій як експортери – можуть фінансувати експортні операції, експортують саму продукцію, можуть кредитувати покупців, та надавати послуги зі страхування.

Якщо робити деякі висновки, то можна сказати, що у торгівельної практиці працюють такі правила з організації експортно-імпортних операцій, які можуть проводити як самі виробники продукції так і торговельні посередники. Завдяки такій роботі можна виконувати великий обсяг роботи з максимально позитивним результатом та вести зовнішньоекономічну

діяльність з виконанням усіх правил та установ, що діють на професійному ринку.

В підсумку можливо сказати, що саме розумне управління імпортними операціями дає максимально можливий ефект. Коли імпортна операція здійснюється під постійним наглядом, то можливість на помилку при проведенні такої операції дорівнює нулю або мізерному відсотку. В управлінні імпортною операцією приймає участь люди та відділи, які на цьому спеціалізуються при постійному нагляді вищого керівництва. Від імпортних операцій залежить діяльність самого підприємства, бо дуже часто необхідна продукція для здійснення виробничого циклу чи сировина для здійснення того циклу знаходиться за кордоном і є в край необхідна. Управління імпортною операцією потребує вкрай багато часу та високий професіоналізм, бо в процесі здійснення операцій з'являється багато проблем, які потребують негайного вирішення і професійного підходу до їх вирішення.

Багато компанії збанкрутіли, бо не змогли прийняти умови світового ринку імпортних операцій чи діяли без чіткого плану та самостійно не маючи достатнього досвіду для проведення такої операції і робили багато помилок, деякі стали фатальні.

1.3 Методологічні підходи до оцінки ефективності управління операціями з імпорту

Найголовніша мета проведення будь-якої операції з імпорту – це досягнення позитивного ефекту та підвищення ефективності.

Компанії часто мають збитки через недостатньо техніко-економічне обґрунтування ефективності зовнішньоекономічної операції, відсутності в ньому оцінок вибору валютної операції ціни, та інші фінансові умови.

Прорахунок економічної ефективності здійснюється шляхом порівняння досягнутого ефекту з витратами ресурсів на отримання цього ефекту. Результат – це може бути грошове надходження, вартісна оцінка отриманого прибутку на підприємстві – грошові надходження за продану

продукцію, виконані роботи та послуги, отриманий товар. За витратами варто розуміти грошову цінність ресурсів, котрі були використанні у виробництві. Це може бути сировина, трудові ресурси, послуги сторонніх організацій, відшкодування у державний бюджет у вигляді податків та різноманітних зборів, акцизів, які мають бути присутні при здійсненні угоди. Економічні результати та витрати ресурсів мають кількісний вимір, Через це економічна ефективність може вимірюватися кількістю, тобто мати критерій ефективності.

Валютна ефективність імпорту (E_i) розраховується за формулою:

$$E_i = \sum_{l=1}^m C_{i3} \times Q_{i1} \div \sum_{j=1}^g C_{i3*1} \times Q_{i1} \quad (1.1)$$

де C_{i3} - ціна i -го товару (послуги) на внутрішньому ринку, грн./од.; Q_{i1} - обсяг імпортного товару, натур.од.;

C_{i3*1} - валютна ціна (ціна придбання) одиниці 1-го товару (послуг), вал.од./од.;

p - кількість назв імпортованих товарів (послуг).

Критерій – це важлива ознака, що відрізняє його від інших класифікаційних одиниць.

Критерій економічної ефективності не однаковий для різних рівнів зовнішньоекономічної діяльності. Кожному рівню оцінювання відповідає свій вид економічних інтересів і свій критерій ефективності[15].

На народному рівні, економічна ефективність у зовнішньоекономічних операцій має на увазі ступінь при якому економічність національної праці, яка досягається країною, шляхом її участі в міжнародному розподілі праці та зовнішньому обміну послугами та продукцією.

На підприємствах рівень ефективності розраховується в залежності від того на скільки збільшився дохід підприємства від торговельних операцій. Критерієм міри ефективності виступає прибуток, що отримує підприємство від операції.

Визначення ефективності імпорتنих та експортних операцій характеризує на скільки підприємство зацікавлене у виході на світовий ринок, дає можливість розглянути пропозиції щодо закупівлі та продажу нового товару. Та інформація, яка буде отримана в процесі проведення операцій, може використовуватись в ході розробці планів на майбутнє щодо імпорту продукції, яка буде необхідна підприємству для здійснення своїх зовнішньоекономічних операцій та для функціонування самого підприємства.

Економічний ефект імпорту (E_i) розраховується за формулою:

$$E_i = C_{pi} - V_i, \quad (1.2)$$

де C_{pi} - вартість імпортової продукції на внутрішньому ринку, грн. V_i - витрати на придбання імпортової продукції, грн.;

$$V_i = B_k + M + A + ПДВ + Д + ПДВд, \quad (1.3)$$

де B_k - контрактна вартість товару, перерахована у гривні за офіційним курсом (K) на дату подання митної декларації, яка включає валютні витрати імпортера (BVi) до місця ввозу товару на митну територію України, тобто:

M - імпортне мито;

A - сума акцизного збору з підакцизних товарів;

$ПДВ$ - податок на додану вартість;

$Ді$ - додаткові витрати імпортера;

$ПДВд$ - податки на додану вартість щодо додаткових витрат імпортера.

Систему, яка використовується в розрахунках ефективності управління імпортними операціями можна розподілити на чотири групи[16].

1. Групи – це абсолютні показники:

- Обсяг імпорту;
- Обсяг накладних витрат на імпорт;
- Залишки коштів після проведення операцій з імпорту;
- Кількість отриманих рекламацій;
- Сума рекламацій.

2. Група – це відносні показники:

- Індекс вартості імпортованого товару;

- Індекс його кількості (скільки було імпортовано товару);
- Індекс його ціни за одиницю товару;
- Індекс кількості (динаміка використання цього товару у світовому імпорті, його частка у відсотках від всього обсягу світового ринку зовнішньоекономічних операцій);
- Середня тривалість обороту імпортової продукції;
- Коефіцієнт частки прибутку від імпортової операції.

3. Група – показники структури:

- Товарна структура імпорту;
- Географічна структура імпорту;
- Структура витрат на проведення імпортової операції.

4. Група – це показники ефективності;

- Валютна ефективність імпортової операції;
- Рентабельність проведення імпортової операції;
- Економічний ефект від проведення імпортової операції;
- Ефективність використання імпортного обладнання у виробничому процесі;
- Ефективність взаємодії між підрозділами;
- Використання сильних сторін;
- Ефективна робота з посередниками.

Визначення економічної ефективності імпортової операції проводиться за такими принципами[17]:

- розрахунок усіх витрат та результатів. Якщо зробити розрахунок, користуючись лише деякою часткою показників, тоді можливо висновки, які будуть зроблені – будуть невірними.

- Потреба у порівнянні з базовим варіантом. Базовий варіант – це стан, який був до прийняття управлінських рішень. Якщо базовий варіант буде взятий за основу при якому вже проводились операції – то висновок може бути невірним.

- Визначення затраченої долі часу на проведення операцій

- Можливість використання правдивої інформації щодо стану імпортової операції та достовірних джерел подання інформації.

Конкретний розрахунок показників ефективності залежатиме значною мірою від виду зовнішньоекономічної операції, її мети, умов та інших особливостей і конкретної угоди [18].

Для того щоб з'ясувати найефективніші напрями діяльності підприємства у експортних та імпортованих операціях, буде потрібний аналіз стану зовнішньоекономічних операцій.

Проведення аналізу ефективності управління імпортованими операціями в себе включає:

- З'ясування виконання зобов'язань за вартістю, обсягом та ціною імпортованих товарів

- Установлення факторів та величин їхнього впливу на економічні показники

- Виявлення проблеми не виконання обов'язків за кожною з позицій

- Проведення обробки щодо обов'язків за термінами поставок та якістю поставлених товарів

Сам процес аналізу можна розподілити на 4 етапи. Перший етап характеризується виконанням обов'язків по товарам та їхнім групам, на другому етапі – виконання обов'язків за країнам імпорту, третій етап – це виконання обов'язків за сусідніми країнами, що мають спільні кордони, четвертий етап – це підведення висновків щодо усіх етапів проведення аналізу.

В процесі аналізу виконання обов'язків за укладеними угодами, можна зробити висновки щодо – того, скільки було укладено угод, тобто кількість, сума всіх тих угод, скільки угод було зірвано чи виконано з запізненням від обговореного часу виконання, якщо були, то чому було виконано угоду не в повному обсязі і з порушенням правил поставки.

Для того щоб виявити ефективність управління імпортними операціями, потрібно спочатку визначити наскільки є ефективною валютна складова зовнішньоекономічних операцій.

Для з'ясування ефективності управлінських рішень в імпортних операціях, необхідно зробити порівняння коефіцієнтів зі складовими, бо самостійно визначити якість рішень не можливо. Однієї зі складових є курс валют. В тому випадку, коли коефіцієнт валютного курсу є більшим за значення курсу валюти, то проведення імпортної операцій в тих умовах є доцільним. Складовою для порівняння валютної ефективності при здійсненні імпортних операцій є – курс обміну валюти, який встановлений на даний момент на валютному ринку.

Складові, які можуть показувати вигідність для компанії проведення даної імпортної операції, варто прораховувати перед тим як укладати угоду для здійснення самої операції і розробити стратегію управління цією імпортної операції, та мати на меті оцінювання ефективності імпортної операції за періоди, котрі були в минулому [19].

Для визначення доцільності проведення імпортної операції зазвичай використовують такі показники як – економічний ефекти від здійснення імпортної операції та економічна доцільність чи ефективність проведення імпортної операції.

Щоб з'ясувати який буде економічний ефекти від управлінської діяльності над імпортною операцією, можливо використати деякі методики, вибір яку саме з методики використовувати, треба зробити з визначенням мети проведення імпортної операції.

Коли імпортується продукція виробничого характеру щоб знизити витрати на виробництві і є альтернативою між закупівлею такого промислового обладнання на вітчизняному ринку. Друга методика, коли імпортується продукція здійснюється щоб потім цю продукцію продати на вітчизняному ринку для отримання прибутку від операції, зазвичай це продукція, що користується великим попитом у широкого круга споживачів.

Після розрахунків усіх етапів, та розумне управління імпортною операцією, компанія зможе закупити необхідне виробниче обладнання не тільки виходячи із найнижчої ціни, а також витрат які будуть у майбутньому при експлуатації цього обладнання.

На показники також впливають умови надання кредитів. Для здійснення експортних операцій зазвичай беруть кредит. Від цього залежить чи вигідно підприємству продавати продукцію з відстрочкою оплати за поставлений товар.

Для визначення чи є імпорт продукції вигідний, так як з експортом товарів – імпортний дохід має перевищувати затрати, що накладаються на проведення імпортової операції. Якщо імпортний прибуток перевищує внутрішній прибуток, то імпортувати товари вигідно. Імпортний прибуток – це різниця між імпортним доходом і імпортними втратами. Внутрішній прибуток – це різниця між внутрішнім доходом і вартістю внутрішнього товару. У цьому випадку, ціни на імпортний і аналогічний вітчизняний товар передбачаються однаковими. Тоді, імпортний дохід дорівнює внутрішньому доходу, а внутрішня вартість — це оптова ціна на цій товар усередині країни.

Коли здійснюється імпорт виробничого обладнання, при розрахунку ефективності імпортової операції – потрібно врахувати майбутній дохід від використання у виробництві виробничого устаткування та усі витрати, що пов'язані з його використанням. Можна сказати, що дохід який отримує підприємство, коли імпортує продукцію виробничого характеру дорівнює гривневому надходженні від реалізації.

Показник економічної ефективності імпорту (Еефл) розраховується за формулою:

$$Ееф.і = (Црі : Ві) \times 100\% \quad (1.4)$$

Економічний ефект імпорту товарів народного споживання визначається за формулою:

$$Еі = Црі - Ві. \quad (1.5)$$

Витрати на товар виробництва — це сума вартості сировини і енергії, витрати на обслуговування і робочу силу[20].

Прибуток від здійснення імпоротної операції з виробничим обладнанням додається до суми доходу від здійснення імпорتنих операцій в цілому, витрати на здійснення цієї операції – до суми всіх витрат на проведення даної зовнішньоекономічної дії. Інші розрахуни будуть такого виду, коли буде визначатися дохід від імпорту товарів споживання.

Витрати, що йдуть на збереження продукції, його продаж, не будуть враховуватись. Якщо буде така необхідність, то їх можливо буде врахувати до складу витрат на імпорт.

Крім того, зазначені витрати необхідно врахувати і у складі внутрішніх витрат, тобто у собівартості товару (при експорті) і його внутрішній вартості (при імпорті). Для того, щоб імпорт товару споживання був вигідним, необхідно, щоб імпорتنий дохід перевищував імпортні витрати.

На ефективність імпорту підприємства впливають зовнішні та внутрішні фактори [21].

Цінова та маркетингова політика посередника. Успіхи посередника при проведенні імпорتنих операцій з постачання товарів, значною мірою залежать від ефективності його цінової та маркетингової політики.

Обсяг збуту є функцією, що визначають за формулою:

$$T = \int (C_1 K = \sum_1^{\phi} C_1 * K_1 \quad (1.6)$$

де C - ціна реалізації товарів;

K - кількість придбаних товарів; n - кількість різновидів товарів, що реалізуються.

Фактори зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємства можна поділити на прямі та непрямі.

Під взаємозв'язком факторів зовнішнього середовища розуміється рівень сили, з яким зміна одного фактора впливає на інші фактори. Так само,

як зміна будь-якої внутрішньої перемінної може позначатися на інші, зміна одного фактора оточення може обумовлювати зміна інших.

Якщо говорити про число зовнішніх факторів, на які організація змушена реагувати, то якщо на неї дають державні установи, часте переукладання договорів із профспілками, кілька зацікавлених груп впливу, численні конкуренти і прискорені технологічні зміни, можна затверджувати, що ця організація знаходиться в більш складному оточенні, ніж, організація, заклопотана діями всього декількох постачальників, декількох конкурентів, при відсутності профспілок і уповільненій зміні технології. Подібним чином, коли мова йде про розмаїтість факторів, організація, що використовує усього кілька вихідних матеріалів, декількох фахівців і ведуча справи усього з декількома фірмами своєї країни, повинна вважати умови забезпечення менш складними, ніж організація, у якого ці параметри інші. По показнику розмаїтості факторів у більш складних умовах буде знаходитися організація, що використовує численні і різні технології, що перетерплюють більш швидкий розвиток, чим організація, який усе це не стосується.

Коли буде проводитися аналіз ефективності управління імпорними операціями, то до уваги буде братися наскільки був виконаний план з поставки продукції в розрізі країн-постачальників, буде визначений план поставок чи наскільки відсотків він був не виконаний. Для того щоб точно визначити якість управлінських рішень щодо імпортової діяльності підприємства, треба проводити такі дії, як – розрахувати рівень безбитковості зовнішньоторговельної ціни імпортованого товару для нужд широкого кола населення до базисних умов постачання (якщо відома внутрішня вартість), розрахувати мінімально дозволена вартісна оцінка товару, котрий імпортується для споживання широким колом населення, розрахунок, який економічний ефект несе в собі імпорт такої продукції, розрахувати, яка буде ефективність при прийнятті рішення щодо імпортування виробничого обладнання (якщо є така потреба).

Коли буде проводитись імпортна операція для товарів широко вжитку, труба взяти до уваги таку статистику як – вартість імпортованої продукції у зовнішньоторговельних операторів, що фіксується у гривні та вартість імпортованої продукції у зовнішньоторговельних операторів, що фіксується у іноземній валюті, якою користується експортер даної продукції, або третіх країн; ціну за імпортну продукцію зовнішньоторговельних операторів зафіксовану у валюті експортера або третіх країн, оплата якої здійснюється шляхом комерційного кредиту.

У висновку можливо сказати, що підходів, які використовуються для оцінки ефективності управління операціями з імпорту, є дуже багато.

Зараз робиться висновки щодо ефективності управління імпортними операціями за результатом, котрий має бути після проведення цих операцій. Часто буває, що імпорт не несе тієї ефективності, що від нього чекають і буває доволі часто, що закупка товару є більш вигідна на вітчизняному ринку ніж його імпорт з-за кордону. Це стосується більше продукції народного споживання та виробничого обладнання. Але якщо продукція яка є потрібно на підприємстві має особливі прикмети, такі як високо-технологічність обладнання чи продукція, що має дуже вузьке коло застосування, тоді проведення імпортної операції є необхідне. Від якості управлінських рішень буде залежати на скільки підприємство зможе швидко пройти усі бар'єри на шляху імпортування продукції і на скільки буде витрачено фінансових активів для проведення цієї операції.

Для точної картини розрахунку ефективності управлінських рішень використовується дуже багато факторів, котрі були розглянуті в цьому параграфі. Потрібно порівняти як було до того, як імпортні операції здійснювалися без оцінювання її ефективності і, який ефект мали імпортні операції після розробки підходів щодо визначення ефективності управлінського рішення над імпортними операціями.

Висновки до розділу I. В наш час здійснення імпортних операцій є типовим явищем в економічному житті країни чи деяких великих

підприємств, котрі займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Для здійснення імпортової операції, ми маємо розробити чіткий план дій, вибрати саме ту продукцію, яка є нам необхідною, оформити всю необхідну документацію для здійснення імпорту, вирішити всі юридичні перепони і тоді ми матимемо в результаті проведену операцію, з тим ефектом на якій ми розраховували. Також важливо знайти за кордон контрагента з яким ми маємо укласти договір про здійснення зовнішньоекономічної діяльності і визначити митну вартість необхідного нам товару, також потрібно перевірити чи дозволяється імпорт даної продукції і ця продукція не є забороненою на території України

Алгоритм управління імпортними операціями у різних компаніях є досить різним. Наприклад у великих міжнародних компаніях створюється спеціалізований апарат управління міжнародною діяльністю, у компаніях меншого розміру управління здійснюється через різні канали у самому підприємстві. Але усіх їх об'єднує мета отримання максимальної ефективності від здійснення імпортних операцій і у висновку отримання максимального прибутку. Зазвичай у компаніях котрі займаються імпортними операціями, є свій відділ, котрий відповідає за ці самі операції і за їх максимальну ефективність. Буває таке, що компанії звертаються до послуг комісійних та посередницьких компаній. Це буває тоді, коли є економічне обґрунтування цієї дії, бо компанія не має відповідного досвіду, а інколи через те, що ринок дуже монополізованим цими компаніями і підприємство має користуватися їхніми послугами. Але в усіх компаніях останнє слово у проведенні зовнішньоекономічної діяльності має, Генеральний директор чи Рада акціонерів компанії.

Оцінити ефективність проведення імпортової операції, можливо використовуючи формули котрі представлені в роботі. Для того щоб виявити ефективність управління імпортними операціями, потрібно спочатку визначити наскільки є ефективною валютна складова зовнішньоекономічних операцій. Бувають такі випадки, що проведення імпортової операції не є

ефективною, бо є можливість закупити продукцію, що потрібно на підприємстві, швидше та дешевше на вітчизняному ринку через курсову різницю. Але бувають випадки, що товар котрий необхідний для здійснення підприємницької діяльності підприємства, є тільки за кордоном, бо він є технологічно унікальним чи використовується у дуже вузькому кругу використання. Для оцінки ефективності управління імпортними операціями також використовують порядок виконання плану з поставки продукції. Якщо план виконаний на достатньому рівні, то управління є ефективним, якщо план не виконаний чи виконаний не повністю, чи зірвані строки виконання, тоді виникає питання до правильності та ефективності управлінських рішень щодо імпортних операцій і є виникає питання, щодо зміни управлінського складу.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ПП "НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»"

2.1 Аналіз показників фінансового стану ПП "Науково-виробнича фірма "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»"

Науково-виробнича фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» заснована в 1993 р. Провідний напрям діяльності фірми – постачання комплектуючих елементів, матеріалів, обладнання та технологій для розробки і виробництва сучасної апаратури електронної та електротехнічної промисловості, складних електронних систем.

У даний час ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» постачає продукцію більше 50 широко відомих у світі фірм-виробників електроніки:

- електронних компонентів і систем;
- матеріалів для електронної та електротехнічної промисловості;
- технологічного обладнання для виробництва та ремонту електронної техніки;
- технологічних матеріалів для виробництва та ремонту електронної техніки;
- вимірювального та випробувального обладнання.

Компанія працює з такими широко відомими компаніями, як Analog Devices, Cree, Fluke, Fujitsu, HARTING, Hewlett-Packard, Omron, Recom, Samsung, Schroff, Siemens, Tektronix і багатьма іншими.

Сфера послуг, що надаються "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»", охоплює ряд напрямків, серед яких поставки:

- електронних компонентів для розробки і виробництва електронної апаратури;

- обладнання, комплектуючих та матеріалів для управління і автоматизації виробництва;
 - обладнання та витратних матеріалів для монтажу електронних компонентів;
 - вимірювальної та випробувальної техніки;
 - базових матеріалів для друкованих плат;
 - обладнання та матеріалів для структурованих кабельних систем;
 - запасних частин до офісної техніки;
 - медичних приладів;
- а також послуги з:
- розробки та виготовлення друкованих плат;
 - контрактного виробництва електронної техніки.

ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» надає консалтингові послуги та забезпечує створення замкнутого циклу за принципом «все з одних рук», включаючи підбір і постачання всього необхідного для організації серійного виробництва нових виробів.

ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» надає замовникам повний комплекс послуг від розробки друкованих плат до випуску готових виробів. У рамках контрактного виробництва ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» виконує монтаж компонентів на друковані плати, тестування плат, складання електронних вузлів, надає послуги з доопрацювання конструкції друкованих плат для переходу на технологію SMT, тестування готових електронних виробів.

Контрактне виробництво ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» оснащено трьома сучасними лініями монтажу SMD компонентів корпорацій Samsung, Essemtec і PACE. Співробітники фірми регулярно проходять технічні тренінги на підприємствах цих корпорацій.

Фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» пропонує виробництво як одиничних зразків і перших промислових партій виробів, так і великих серій друкованих плат (від 10 до 100 тис. шт. на місяць). Сумарна

продуктивність складального обладнання становить більше 1 млн SMD компонентів на добу.

ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» виконує проектування друкованих плат, технологічну підготовку їх виробництва, здійснює поставки будь-якої кількості друкованих плат, що виготовляються за ДСТУ 23752-79 або за стандартом IPC-A-600G, а також проектування і виготовлення трафаретів для нанесення паяльної пасти, поставки матеріалів для виготовлення друкованих плат.

У січні 2005 р фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» отримала сертифікат про впровадження та застосування системи менеджменту якості відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001: 2000, дія якого була підтверджена за результатами повторного аудиту, проведеного в січні 2016 року за стандартом ISO 9001: 2016 з розширенням обсягу сертифікованих послуг.

Система менеджменту якості фірми сертифікована на відповідність вимогам стандартів ISO 9001: 2016, ISO 14001: 2004 та ISO / TS 16949: 2017.

Фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» є авторизованим постачальником в Україну запасних частин для офісної техніки фірм Hewlett-Packard і Fujitsu.

Науково-виробнича фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» з 2000 року є офіційним дистриб'ютором в Україні всесвітньо відомої в області охорони здоров'я корпорації АБВОТТ (США) і представляє на ринку України швидкозростаючий напрямок компанії по розробці і виробництву сучасних біосенсорних засобів контролю діабету - підрозділ Abbott Diabetes Care. Відділ медичної техніки ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» поставляє в Україну постійно оновлювані моделі глюкометрів компанії Abbott Diabetes Care (MediSense Precision QID, FreeStyle Papillon Mini, Optium Omega, Optium Xceed і FreeStyle Optium) і витратні матеріали до них, а також здійснює сервісне обслуговування цієї продукції.

Для спрощення і зміцнення зв'язків з найбільш розвиненими промисловими регіонами України ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» відкрила свої представництва в Дніпрі, Харкові, Одесі та Львові.

Фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» регулярно організовує і проводить семінари для ознайомлення вітчизняних розробників електронної апаратури з новими виробами електронної техніки. Крім того, з цією ж метою ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» бере участь у проведенні в Україні та країнах СНД міжнародних виставок на тему електронних компонентів, телекомунікацій, засобів автоматизації, обчислювальної техніки та інформатики.

Організаційна структура ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» відображено на рис. 2.1.

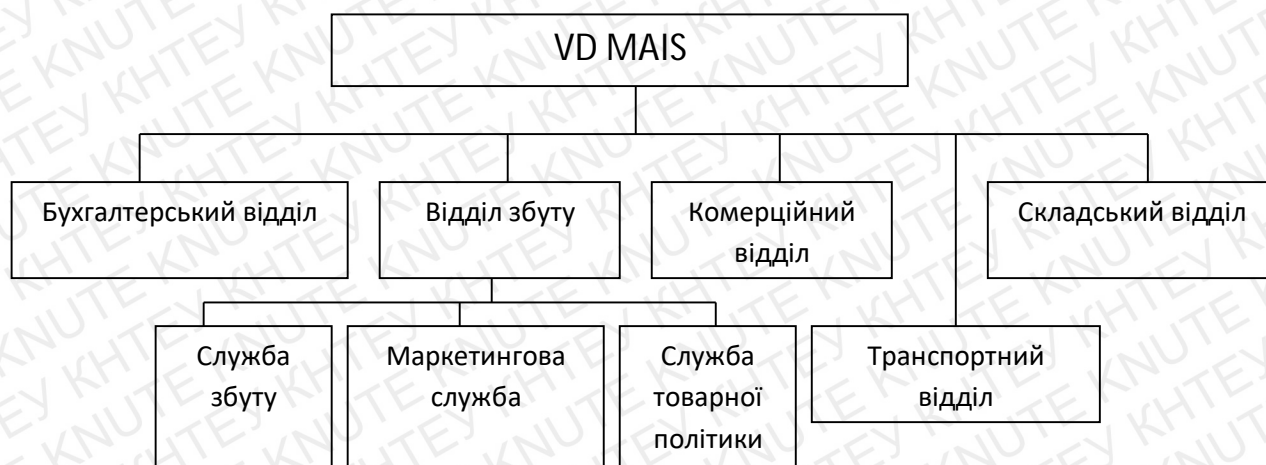


Рис. 2.1. Організаційна структура ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»

Управління підприємством покладено на директора. Директор (власник) – здійснює управлінський контроль над діяльністю підприємства, приймає рішення на рівні підприємства, розподіляє прибуток та інше.

Відділ збуту – здійснює оперативний контроль за повнотою товарного асортименту на фірмі, здійснює пошук постачальників та точок збуту, розглядає нові пропозиції. Так у даному відділі працює менеджер зі збуту, до основних функціональних обов'язків належить організація процесу збуту.

Комерційний відділ – здійснює контроль за розрахунками перед підприємством, здійснює пошук нових точок збуту. До складу даного відділу

входять супервайзери та торгові агенти. До основних функціональних обов'язків яких є співпраця (в розрізі супроводження процесу реалізації) із клієнтами підприємства (оптовими та роздрібними підприємствами) та новими точками збуту.

Транспортний відділ – забезпечує робочий стан транспорту (вантажних автомобілів) для підтримання ділової активності. У відділу працюють механік, що наглядає за станом транспорту, що функціонує на підприємстві, та водій-експедитор, що безпосередньо займається питанням доставки та перевозу готової продукції від складів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» до торгових точок.

Складській відділ – забезпечує належне зберігання товарної продукції, здійснює завантажувально-розвантажувальну роботу. На складі працюють вантажники і керує відділом начальник складу.

Особлива увага на підприємстві приділяється бухгалтерському відділу. Відповідальність за організацію бухгалтерського обліку і забезпечення відображення фактів здійснення всіх господарських операцій в первинних документах, зберігання й обробка документів, реєстрів і звітності протягом встановленого строку (але не менше 3-х років) несе власник або уповноважений орган (посадова особа), який здійснює керівництво підприємством згідно з чинним законодавством і установчими документами.

За існуючої структури управління на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» кожний підлеглий має лише одного керівника і в кожній ланці виконується весь комплекс робіт, пов'язаних з управлінням об'єктом. Переваги лінійної структури: чіткість та простота взаємовідносин; оперативність підготовки та проведення управлінських рішень; відсутність паралелізму в роботі; надійний контроль.

Недоліками існуючої структури управління є: обмеження ініціативи у працівників на нижчих рівнях; значний обсяг інформації, який передається з одного рівня на інший; високі вимоги до кваліфікації керівників та їх компетенції за всіма питаннями роботи підлеглих ланок.

Успішна діяльність ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» на товарному ринку визначається не лише тим, наскільки чітко в нього відлагоджено процес реалізації товарів або надання послуг, чи відповідає їхня якість вимогам споживача, а й тим, наскільки швидко та надійно буде забезпечено доставку замовлення до споживача.

Докладніше інформацію про масштаби діяльності та обсяги реалізації продукції в ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» представлено у таблиці 2.1.

Згідно даних, наведених у таблиці 2.1, можемо зробити висновки, що асортимент продукції, який реалізується підприємством протягом 2015-2017 рр. змінюється в залежності від попиту та якості продукції. Так, якщо в 2015 році найбільше в структурі асортиментної групи займала GPS-навігатори та Конструктиви, то в 2017 році в даній асортиментній групі лідували аксесуари. Загалом об'єм реалізації товарів збільшився на 153,53%, що свідчить про популярність даних виробів на ринку України.

Таблиця 2.1

Обсяги реалізації продукції ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр., тис. грн.

Назва	2013р	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відхилення 2017 р. до 2015 р.	
						+/-	%
Мікросхеми	9801	1113	1121	11781	12533	11412	1018,02
Діоди і транзистори	1564	2564	2323	12832,9	13652	11329	487,69
Жидкокристалічні OLED, PLED дисплеї	1025	3765	4571	1076,3	1145	-3426	-74,95
Резонатори і генератори	3321	4012	4456	6545,22	6963	2507	56,26
Реле, тумблери	987	1236	1758	2025,7	2155	397	22,58
Джерела живлення	4333	3254	7855	1124	5444	-2411	-30,69
Пасивні компоненти	2571	3985	4123	6552,74	6971	2848	69,08
Кабелі та роземи	3405	4520	5678	9074,76	9654	3976	70,02
Системи безпроводного зв'язку :	3320	4012	4265	5952,08	6332	2067	48,46
- Модеми для мереж GSM и CDMA	2213	2546	3985	6140,08	6532	2547	63,91
- Модулі GPS	3300	3658	4575	4472,52	4758	183	4,00
- Адаптери Bluetooth	2897	4652	7578	13590,5	14458	6880	90,79
- Антени	879	885	967	1366,76	1454	487	50,36

- GPS-навігатори	9563	10025	11023	14423,4	15344	4321	39,20
- Аксесуари	2432	3201	3965	4112	45455	41490	1046,41
- Засоби налагодження	1140	1865	2511	32388,6	34456	31945	1272,20
- Корпуса для виробів	987	1542	1874	430,52	458	-1416	-75,56
- Пульти	1200	1874	2154	4300,5	4575	2421	112,40

Закінчення табл. 2.1

- Конструктиви	3205	3554	6521	1023	9652	3131	48,01
- Командні панелі	941	1045	1125	6431,48	6842	5717	508,18
- Додаткове обладнання	1152	2078	2044	3549,42	5325	3281	160,52
Всього	60236	65386	84472	149194	214158	129686	153,53

Загалом завдяки сформованій структурі організації та управління основною діяльністю на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2015-2017 рр.

Дані табл. 2.1 свідчать, що підприємство за 2015-2017 рр. збільшило обсяг чистого доходу. Зростання показника досягнуто завдяки інтенсивному використанню виробничих ресурсів: матеріаловіддачі та продуктивності праці (окрім віддачі основних засобів).

Чистий прибуток ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» у 2017 році у порівнянні з 2015р. збільшився на 26,90%, однак на фоні даного зростання рентабельність зменшилась на 49,95%, що пов'язано з непропорційним збільшенням товарообороту та чистого прибутку.

Таблиця 2.2

Аналіз основних економічних показників діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр.

Показник	Од. виміру	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення 2017 / 2013	Темп зрост. 2017/2013
Чистий дохід	тис. грн.	176610	209763	355087	402180	598257	129686,4	153,53
Середньорічна вартість товарних запасів	тис. грн.	987,2	1325,3	1645,8	1959,7	3433,7	1787,9	108,63
Оборотність товару	дні	5	5	7	5	6	-1	-17,71
Загальноспискова чисельність персоналу	осіб	55	56	68	72	88	20	29,41
Середньорічний ЧД на одного	грн.	1106581	1156782	1242229	2072132	2433614	1191384	95,91

працівника								
Середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	5204,1	5687,8	6304,05	18391,35	34502,65	28198,6	447,31

Закінчення табл. 2.2

Віддача основних засобів	грн. / грн.	9,5	10,2	13,40	8,11	6,21	-7,19	-53,68
Чистий прибуток	тис. грн.	2008	-6212	7944	20336	44378	36434	458,6
Рентабельність	%	0,03	0,03	0,04	0,06	0,02	-0,02	-49,95

Здійснимо аналіз фінансового стану підприємства. Одним з індикаторів фінансового стану підприємства є його платоспроможність, тобто можливість наявними грошовими ресурсами вчасно погашати свої платіжні зобов'язання. Розрізняють поточну платоспроможність, що склалася на певний момент часу, і перспективну платоспроможність, що очікується в короткостроковій, середньостроковій і довгостроковій перспективі.

У свою чергу фінансовий стан суб'єктів господарювання прямо залежить від результатів їх підприємницької діяльності та від суми докладеної сили для отримання даних результатів (додаток А).

Оцінимо економічний стан ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Вертикальний і горизонтальний аналіз активів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення 2017 від 2013 +/-	
	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	%
I. Необоротні активи:							
Нематеріальні активи	227	194	198	392	443	245	123,7
Незавершені капітальні інвестиції	2896	2912	3472	4143	4348	876	25,2
Основні засоби	84619	79956	75247	75593	33044	-	-56,1
Довгострокові фінансові						42203	

інвестиції	294	305	282	322	326	44	15,6
Усього за розділом I.	89956	84124	79199	80450	38911	-40288	-50,9
II. Оборотні активи:							
Запаси:							
виробничі запаси	1332	1452	1869	2246	2286	417	22,3

Закінчення табл. 2.3

товари	48932	53103	32966	28966	36942	3976	12,1
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	7940	8001	22185	12697	36153	13968	62,9
Дебіторська заборгованість за розрахунками:							
за виданими авансами	6308	12517	7179	19635	11636	4457	62,1
Інша поточна дебіторська заборгованість	59	539	561	698	221	-340	-60,6
Грошові кошти та їх еквіваленти	2179	3576	20418	86428	48646	28228	138,2
Усього за розділом II.	68383	84372	90492	164415	143345	52853	58,4
III. Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття	-	-	-	-	-	-	-
Баланс	158339	168496	169691	244865	182256	12565	7,4

В ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» спостерігається позитивна тенденція до збільшення (7,4%) активів, які становлять на 2017 рік 182256 тис. грн. Дане збільшення відбулось в основному за рахунок нематеріальних активів на 123,7%, запасів на 22,3%. Значно збільшились вкладення у незавершені капітальні інвестиції, на 876 тис. грн. відповідно до 2015 р., що свідчить про бажання ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» розширити масштаби діяльності.

Однак зменшилась основні засоби на 42203 тис. грн., інша поочна дебіторська заборгованість и на 60,6%.

Більше всього коштів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» зосереджено в оборотних активах (58,4%), що свідчить про капіталізацію грошей на підприємстві. Хоча в 2015 році даної ситуації не спостерігалось, оборотні та необоротні активи були майже порівну Збільшення коштів серед оборотних активів позитивно вплинуло на позиції

компанії на ринку та додало декілька конкурентних переваг перед конкурентами.

Наступним кроком до аналізу фінансового стану підприємства є аналіз джерел надходження коштів, тобто пасивів. Наведемо розрахунки у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Вертикальний і горизонтальний аналіз пасивів ПП «НАУКОВО-ВИБРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення 2017 від 2013 +/-	
	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	%
I. Власний капітал:							
Зареєстрований пайовий капітал	-	-	-	-	1000	1000	-
Додатковий капітал	-	-	-	-	-	-	-
Нерозподілений прибуток	92469	114142	112502	125797	100690	-11812	-10,5
Усього за розділом I.	92469	114142	112502	125797	101690	-10812	-9,6
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення							
Відстрочені податкові зобов'язання	-	-	-	-	-	-	-
Довгострокові кредити банків	-	-	-	-	-	-	-
Довгострокові забезпечення	-	-	-	-	-	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	5727	-	-	-	-	-	-
Усього за розділом II.	5727	-	-	-	-	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення:							
Короткострокові кредити банків	300	1300	-	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:							
товари, роботи, послуги	49529	29903	25596	25312	27579	1983	7,7
з одержаних авансів	8576	19926	28180	83589	43168	14988	53,2
з розрахунками з бюджетом	7	1544	2350	8972	6890	4540	193,2
За страховою діяльністю	-	17	-	-	-	-	-
з оплати праці	6	41	-	-	819	819	-
Інші поточні зобов'язання	892	1623	725	764	1261	536	73,9
Усього за розділом III.	60143	54354	57189	119068	80566	23377	40,9
IV. Зобов'язання пов'язанні з необоротними активами,			0	0	0	0	0,00

утримуваними для продажу та групами вибуття	0	0						
Баланс	158339	168496	169691	244865	182256	12565	7,4	

Проаналізувавши пасиви ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» (табл. 2.4), можна зробити наступні висновки, щодо їх структурних та абсолютних показників:

1. Власний капітал товариства збільшився на 1000 тис. грн. в порівнянні з 2015 р., що свідчить про збільшення фінансування власної діяльності за рахунок коштів підприємства.

2. Довгострокові кредити банків відсутні і характеризують ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» як фінансово незалежне підприємство від зовнішніх джерел фінансування.

3. Поточні зобов'язання також збільшились на 40,9% в порівнянні з 2015 р., в основному за рахунок кредиторської заборгованості за товари та послуги на 7,7%, поточні зобов'язання за розрахунками з бюджетом на 193,2%.

Розглянемо основні показники ефективності використання активів на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр. в табл. 2.5.

Враховуючі фінансовий стан та вплив внутрішніх і зовнішніх факторів в період 2013-2017 рр., значно збільшився дохід від реалізації продукції, що видно з таблиці 2.6.

Таблиця 2.5

Оцінка оборотності оборотних активів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	2017 до 2013	
						+/-	%
1 Коефіцієнт оборотності оборотних активів	3,99	4,45	4,51	4,55	5,31	1,32	33,1
2 Тривалість обороту оборотних активів	75	76	80	79	68	-7	-9,33
3 Коефіцієнт оборотності власного капіталу	12,0	10,3	13,03	9,15	9,22	-2,78	-23,2
4. Тривалість обороту	25,36	25,96	27,63	39,35	39,06	13,7	54,0

власного капіталу							
5. Коефіцієнт оборотності активів	1,95	2,12	2,38	2,17	1,92	-0,03	-1,5
6 Тривалість обороту активів	145,8	148,6	150,96	165,70	187,45	41,65	28,6
7. Коефіцієнт оборотності запасів	55,6	57,8	63,56	40,91	27,64	-27,96	-50,3
8. Тривалість обороту запасів	4,65	4,89	5,66	8,80	13,02	8,37	180,0

Закінчення табл. 2.5

9. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	7,36	7,65	8,39	10,12	40,51	43,27	У 5 разів
10. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	5,86	6,35	7,94	6,83	8,90	3,04	51,9
11. Коефіцієнт завантаженості активів	0,53	0,74	1,55	0,35	0,44	-0,09	-16,9
12. Коефіцієнт завантаженості активів а обороті	0,15	0,15	0,18	0,17	0,18	0,03	20,0
13. Коефіцієнт завантаженості власного капіталу	0,04	0,06	0,06	0,08	0,10	0,06	150,0

Отже, коефіцієнт оборотності оборотних активів на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» збільшився на 1,32 п.п. або на 33,1%, що свідчить про зменшення тривалості його обертання та є позитивним для торгової діяльності підприємства, тобто тривалість обертання оборотних активів зменшилась на 7 днів. Однак на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» збільшилась тривалість обертання власного капіталу на 13 днів, через що підприємство для закупівлі необхідних оборотних активів для здійснення діяльності змушене використовувати залучені джерела коштів, також збільшилась тривалість обертання активів загалом на 41 день.

Значно зменшилась тривалість обороту дебіторська заборгованість на 36 днів, також завдяки цьому збільшилась оборотність кредиторської заборгованість.

Загалом на одиницю активів у 2013 р. припадає 0,53 грн. чистої виручки від реалізації, з них на оборотні активи припадає 0,15 грн., а в 2017 р. по 0,44 грн. та 0,18 грн. відповідно.

Отже, на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» спостерігається протягом 2013-2017 рр. покращення використання оборотних активів.

Тим самим, дало змогу поліпшити свій фінансовий стан як всієї компанії, так і її партнерів.

Здійснимо коефіцієнтний аналіз фінансового стану ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за допомогою показників ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності підприємства. Отриманні дані занесемо у таблицю.

Показники оцінки ліквідності підприємства наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Оцінка ліквідності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр.

Показник	Роки, станом на 31.12					2017 до 2013 рр., +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
1. Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності)	0,86	0,87	1,08	0,87	0,69	-0,17
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,55	0,87	0,94	0,64	0,49	-0,06
3. Коефіцієнт незалежної (забезпеченої) ліквідності	0,08	0,05	0,06	0,10	0,09	0,01
4. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	-0,01
5. Частка оборотних активів в загальній сумі активів	0,47	0,50	0,53	0,48	0,36	-0,11
6. Частка запасів в оборотних активах	0,08	0,08	0,09	0,08	0,14	0,06

За даними показників табл. 2.7 становище підприємства є досить нестабільним, загальний коефіцієнт платоспроможності підприємства є меншим у 2017 році від 2013 на 0,17 пункти і становить 0,69 пункти, що також менше нормативу. Незадовільним є значення коефіцієнту абсолютної ліквідності, тобто ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» не може взагалі за рахунок готівки розрахуватись з своєю заборгованістю. Також показники часток оборотних запасів та виробничих запасів є меншими нормативу і мають тенденцію до зниження. Це є доволі суттєвою проблемою для підприємства і яка має бути вирішеною якнайшвидше, але компанія більше використовує безготівкові розрахунки, зниження виробних запасів може стати в майбутньому проблемою, якщо підприємство у майбутньому

збільшити свою реалізацію.

В цілому його можна охарактеризувати як цілком неплатоспроможне, так як майже всі показники знижуються та становлять менше нормативів.

Проаналізуємо фінансово-господарській стан підприємства ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Аналіз фінансової стійкості ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр.

Показник	Роки, станом на 31.12					2017 до 2013 рр., +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
1. Коефіцієнт автономії (концентрації власного капіталу)	0,19	0,21	0,18	0,24	0,21	0,02
2. Маневреність робочого капіталу	-1,09	-1,11	-1,18	-1,18	-0,56	1,65
3. Коефіцієнт фінансової залежності	3,87	4,23	4,46	4,21	4,80	0,93
4. Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,20	0,19	0,22	-0,30	-0,84	-1,04
5. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,75	0,78	0,82	0,76	0,79	0,04
6. Коефіцієнт залучених джерел в оборотних активах	0,55	0,69	0,70	0,41	0,40	-0,15
7. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,58	0,59	0,64	0,47	0,55	-0,03
8. Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	0,30	0,38	0,40	0,28	0,32	0,02
9. Коефіцієнт поточних зобов'язань	0,62	0,60	0,60	0,72	0,68	0,06
10. Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	3,22	3,89	4,46	3,21	3,80	0,58
11. Коефіцієнт забезпечення власними коштами	-0,52	0,50	-0,54	-0,60	-1,17	-0,63
12. Коефіцієнт фінансової стабільності	0,15	0,20	0,22	0,31	1,26	1,11
13. Коефіцієнт фінансового лівериджу	0,95	1,65	1,79	0,90	1,22	0,95
14. Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом	0,48	0,52	0,56	-0,85	-1,78	-2,26

У разі виникнення договірних відносин між підприємствами у них з'являється інтерес до фінансової стійкості одне одного як до критерію надійності партнера.

Так коефіцієнт автономії на протязі 2013-2017 рр. знаходиться на рівні нижче від нормативу, хоч в 2017 р. підвищився від показника 2013 р. на 0,02 пункти, тобто має зростаючу динаміку. Таке збільшення показника обумовлене збільшенням загального обсягу власного капіталу.

На підприємстві коефіцієнт фінансової стабільності є більшим від нормативного за період 2013-2017 рр., що є позитивним фактом так, як характеризує перевищення власних коштів над позиковими і говорить про досить високий рівень фінансової стійкості ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» і незалежність підприємства від зовнішніх фінансових джерел.

Як наслідок проведеного аналізу можна сказати, що найбільше потребує оптимізація використання та формування власного капіталу підприємства.

Фінансові результати діяльності підприємства характеризуються приростом суми власного капіталу (чистих активів), основним джерелом якого є прибуток від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності, а також отриманий унаслідок надзвичайних обставин. На ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» прибуток має тенденцію до збільшення на протязі 2013-2017 рр., що характеризує його рентабельну діяльність (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Аналіз складу та динаміки прибутку

Показники	Роки					2017 до 2013 рр.	
	2013	2014	2015	2016	2017	+, -	%
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	176610	209763	355087	402180	598257	243170	68,5
2. Інші операційні доходи, тис. грн.	2011	3220	12207	7934	9075	-3132	-25,7
3. Доход від участі в капіталі, тис. грн.	-	1	0,00	39	0,00	0	0
4. Інші фінансові доходи, тис. грн.	-	-	-	-	-	-	-
5. Інші доходи, тис. грн.	16	42	56	-	-	-56	-
6. Втрати від участі в	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0

капіталі							
7. Чистий прибуток, тис. грн.	2008	-6212	7944	20336	44378	36434	458,6

З таблиці видно як змінювався априбуток компанії майже по всім статтям. Взагалі зростання спостерігається по всіх видах доходів.

Ефективність поточної фінансово-господарської діяльності може бути оцінена довжиною операційного циклу, що залежить від оборотності засобів у різних видах активів. За інших рівних умов прискорення оборотності свідчить про підвищення ефективності. Тому основними показниками цієї групи є показники рентабельності та коефіцієнти окупності (таблиця 2.9).

Таблиця 2.9

Оцінка показників рентабельності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр.

Показник	Роки, станом на 31.12				
	2013	2014	2015	2016	2017
1. Валова рентабельність витрат	19,55	21,56	20,30	44,3	40,67
2. Рентабельність основної діяльності	6,32	6,54	7,13	11,5	6,55
3. Рентабельність господарської діяльності	3,39	4,15	4,86	8,81	2,89
4. Рентабельність підприємства	5,86	4,78	4,71	8,31	2,48
5. Рентабельність активів	22,32	21,04	20,88	28,9	29,17
6. Рентабельність фінансових інвестицій	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Коефіцієнт покриття витрат	0,75	0,69	0,83	0,69	0,71
8. Коефіцієнт окупності витрат	1,12	1,42	1,20	1,44	1,41
9. Коефіцієнт покриття активів	3,89	4,58	4,77	4,35	3,84
10. Коефіцієнт окупності активів	4,22	4,51	4,77	4,35	3,84
11. Коефіцієнт покриття власного капіталу	0,03	0,03	0,04	0,05	0,05
12. Коефіцієнт окупності власного капіталу	22,36	25,12	26,06	18,30	18,43
13. Загальна економічна рентабельність	30,58	31,25	34,11	42,6	23,46
14. Комерційна рентабельність	6,66	7,02	7,15	9,80	6,11
15. Ставка рентабельності позиченого капіталу	26,9	27,0	27,00	27,3	27,51

Відповідно до таблиці визначаємо, рентабельність основної діяльності має нестійкий характер (зниження у 2017 році на 0,58, хоча в 2016 спостерігалось підвищення до 11,5п.). Рентабельність підприємства не є низькою, проте має тенденцію до змін на що необхідно звернути увагу керівництву підприємства.

Відповідно до показника рентабельності підприємства в 2017 р. він зменшився на 3,38 п. в порівнянні з 2013 р. та на 5,83 п. з 2016 р. Загальна

рентабельність знизилась від 10,65% в 2017 р. в порівнянні з базовим, що визначає зниження на 7,49 п. Показник комерційної діяльності також знизився на 0,55 п. Ця ситуація потребує термінового вирішення, в тому числі одним із заходів буде і поліпшення роботи по управлінню фінансами на підприємстві.

Хоча на підприємстві формується високий коефіцієнт прибутковості але існує негативна тенденція до зростання кредиторської та дебіторської заборгованості, а також в порівнянні з 2016 р. ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» має тенденцію до зменшення прибутковості діяльності.

Згідно результатів аналізу зробимо наступні висновки. Позитивним, в результатах господарської діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» є: протягом періоду свого існування підприємство із року в рік підвищувало показники економічної діяльності. Це передусім результат ефективної системи управління; в ході аналізу відмічене позитивне збільшення майже за усіма показниками, що характеризують використання ресурсів підприємства; ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» використовує свої ресурси все ефективніше із року в рік; можемо говорити про збільшення обсягів реалізації продукції в 2017 році.

Отже, ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» володіє ліквідним майном, оскільки основна частка коштів вкладена в оборотні активи, спостерігається покращення структури капіталу, оскільки зменшується частка залучених коштів, загалом стан балансу є задовільним.

Істотними проблемами, що впливають на діяльність ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS», є: нестабільність законодавчої бази; можливість зміни в оподаткуванні та кредитно-фінансовій політиці держави; погіршення загальної економічної ситуації в країні; зростання цін на сировину, що виробляється в Україні; форс-мажорні обставини.

2.2. Особливості управління операціями з імпорту ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»

ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» здійснює зовнішньоекономічну діяльність. На ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за здійснення імпорتنих операцій відповідає менеджер ЗЕД, що підпорядкований комерційному директору підприємства.

Менеджер з імпорту бере участь в переговорах з іноземними продавцями, в укладанні зовнішньоекономічних угод з іноземними продавцями, перевіряє замовлення, контролюватиме угоди, підтримуватиме зв'язок зі своїми представниками за кордоном. Менеджер також формує маркетингову стратегію підприємства та організовує маркетингові дослідження саме на закордонних ринках, займається формуванням позитивного іміджу компанії за кордоном, організовує PR-кампанії та рекламні заходи тощо. Менеджер здійснює безпосередньо закупівельні операції та підтримує зв'язок з відділом закупівель.

Начальник комерційного відділу контролює роботу менеджера та визначає зовнішньоекономічну політику ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS».

На ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» оформлення зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу, здійснюється в чотири етапи.

Перший етап. Встановлення ділового контакту із зарубіжним партнером. Цей етап складається із таких етапів:

- 1) вимога покупця відомостей про товар чи виклик на торги продавця;
- 2) отримання відповіді; відповідь покупця на розміщення замовлення;
- 3) перевірка продавцем платоспроможності покупця і підтвердження її.

Реалізація даної частини угоди вимагає оформлення і підтвердження такими основними документами, як запити, ініціативними листами, відповіді на запити, офорт твердий і вільний, посвідки, банківське чи комерційне відправлення і т.д.

Оформлення запитів і пропозицій на даному етапі забезпечується з

допомогою ініціативних листів-пропозицій чи листів про продаж. Офорт являється одним із таких документів. Під офортом розуміється письмова пропозиція продавця покупцю про продаж товарів на визначених ним умовах.

Другий етап. Оформлення замовлення покупцем. Стадії даного етапу:

- 1) письмова вказівка покупця про доставку товарів чи надання послуг;
- 2) встановлення графіка доставок;
- 3) визначення мінімальної ціни;
- 4) прийняття замовлення.

Оформлення угоди на другому етапі супроводжується наступними документами: замовлення, акцепт пропозиції покупця, проект контракту, акцепт твердого офорту продавця, зустрічний офорт, графік доставки, закупівельний ордер, індент.

Оформлення замовлення покупцем (ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS») і означає письмову вказівку про доставку йому товарів чи надання послуг. Замовлення оформляється частіше всього на спеціальному бланку з обґрунтуванням ціни. Одночасно складається закупівельний ордер, тобто супроводжувальний лист чи індент (закупівельний ордер, орієнтований на експорт). Замовлення не стає контрактом до моменту одержання письмової згоди підписати, договір на попередніх умовах (угода у вигляді акцепту чи зустрічного офорта).

Третій етап. Забезпечення доставки і розрахунків. Стадії даного етапу:

- 1) визначення контрактної ціни;
- 2) визначення базисних умов доставки;
- 3) узгодження умов розрахунку і методи платежу покупцем.

Документи, необхідні для оформлення даної частини угоди: консульський рахунок, рахунок-фактура, фірмові каталоги, преїскуранти, біржові котирування, конкурентний лист, Інкотермс-2000, акредитивний лист, інкасове доручення, трати, чеки та ін.

Визначення контрактної ціни товару здійснюється на основі документів.

А в договорі обов'язково робиться посилання на документи, які використовуються з цією метою (консульський рахунок, рахунок проформа, сертифікат походження товару та ін.).

При цьому консульський рахунок надається разом з експортованим товаром, якщо це вимагається в країні-імпортері.

Четвертий етап. Виконання замовлення продавцем. Його стадії:

- 1) підготовка товару до відвантаження (упаковка товару у відповідності до правил, норм і стандартів);
- 2) доставка і транспортування;
- 3) страхування вантажу – оформлення страхового поліса;
- 4) митне очищення – заповнення митної декларації.

В контракті ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» на здійснення імпорتنих операцій з підприємствами, які закупають продукцію зазначено: предмет контракту; ціна і загальна сума контракту; якість, упаковка і маркування; терміни і умови поставки; умови оплати; приймання товару; умови розрахунку; претензії сторін; форс-мажор; інші умови; юридичні адреси сторін.

Щодо розгляду організаційно-економічного механізму ЗЕД ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» (рис. 2.2) як сукупності елементів єдиного механізму можна сформулювати такі принципи його формування для ефективної імпоротної діяльності:

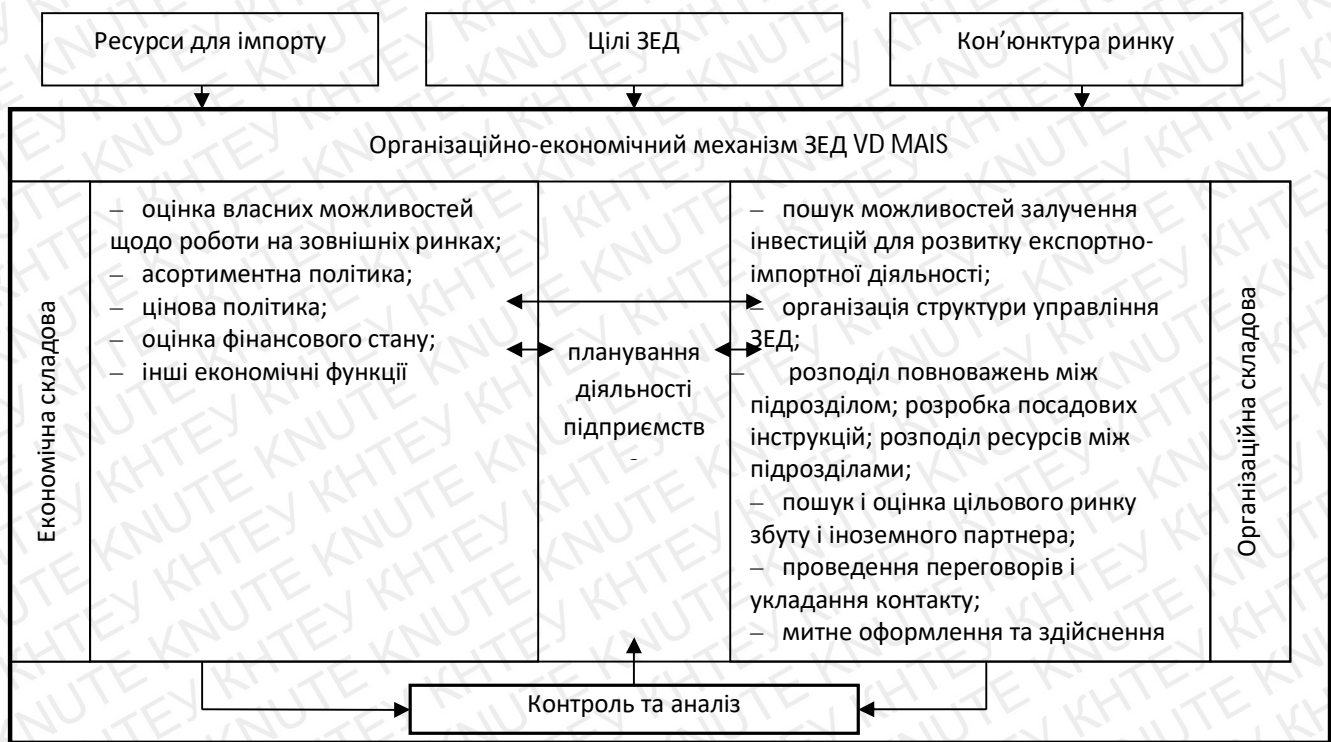


Рис. 2.2. Схема організаційно-економічного механізму зовнішньоекономічної діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»

- цільова сумісність і зосередженість, які передбачають створення робочої цілеспрямованої системи управління, в котрій усі ланки становлять єдиний механізм, спрямований на реалізацію кінцевого результату діяльності;
- ефективність управління, яка полягає у пошуку із багатьох варіантів найефективнішого варіанта використання ресурсів для досягнення мети підприємства;
- динамізм, що потребує прогнозування зміни самої системи й умов її функціонування, факторів зовнішнього і внутрішнього середовища;
- комплексність, яка потребує обліку й аналізу всього різноманіття факторів, що впливають на роботу підприємства, координації роботи всіх підсистем;
- безперервність, тобто створення таких технічних та організаційно-господарських умов, за яких досягається стійкість і безперервність заданих параметрів системи;
- науковість, тобто наукове обґрунтування й перевірка на практиці методів, форм і засобів управління. Це, в свою чергу, потребує безперервного

збору, обробки й оцінки різної інформації: науково-технічної, економічної, правової тощо;

- демократичність розподілу функцій управління, що передбачає покладання управлінського рішення на той орган, який краще інформований про стан справ на об'єкті, найбільше зацікавлений в ефективності рішення і несе відповідальність за наслідки рішення й повноту його реалізації;

- інтегрованість оцінки якості функціонування підприємства, адаптованості механізму до реальних умов господарювання, здатності досягати поставленої мети, “зворотного зв'язку в системі управління, оцінки якості мети і стратегії її досягнення.

Для здійснення експортно-імпортних операцій з Білорусією ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» необхідно при митному контролі мати ряд документів, основними з яких є:

- товаросупровідні документи: транспортні накладні, пакувальні листи, комерційні документи (рахунки-фактури);

- зовнішньоекономічний договір (контракт);

- картка реєстрації (обліку) зовнішньоекономічного договору.

Удосконалення організаційно-економічного механізму у відповідності з принципами його формування, оптимізація його окремих елементів дадуть змогу підприємству ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» створити необхідні умови для розширення обсягів та підвищення ефективності імпортової діяльності.

За цієї умови ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» здійснюють поставку товару, який пройшов митне очищення для імпорту, шляхом передання призначеному покупцем перевізнику у названому місці. Якщо поставка здійснюється на території України, то ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» відповідає за розвантаження. Якщо ж поставка здійснюється в іншому місці то дане підприємство не несе відповідальності за розвантаження товару.

При здійсненні імпортних операцій ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА

ФІРМА «VD MAIS» використовується така умова поставки як СІР – Перевезення і страхування оплачені до – (Carriage Insurance Paid To). Згідно з такою умовою, продавець несе всі витрати пов'язані з митним оформленням, перевезенням товару до пункту призначення і його страхування. В такому випадку ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» повинно оплатити лише митне оформлення в Україні.

Відповідно до Закону України «“Про зовнішньоекономічну діяльність”» зовнішньоекономічний договір – матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, яка спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності.

Для заключення контрактів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» розроблено спеціальну форму. Зовнішньоекономічні контракти ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» в основному містять усі традиційні пункти:

- преамбулу, де вказуються назви підприємства-продавця (ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS») та підприємства-покупця, імена уповноважених осіб;
- предмет контракту: продаж виробів та загальна сума контракту;
- умови розрахунків: ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» в основному використовує попередню оплату;
- якість: має відповідати вимогам ГОСТу та підтверджується сертифікатами якості та відповідності;
- упаковка та маркування: вироби відвантажуються в картонних гофрокоробках з зовнішнім маркуванням;
- термін дії контракту;
- форс-мажорні обставини;
- відповідальність та порядок врегулювання спорів: всі питання вирішуються в Міжнародному Комерційному Арбітражному Суді при Торгово-промисловій палаті України м. Київ;

– інші умови, які передбачають всі інші спірні питання, які можуть виникнути під час реалізації контракту.

Для перевезення продукції з Білорусії до України ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» використовує автомобільний транспорт.

Основним документом в автомобільних перевезеннях є автотранспортна накладна, яка виконує функції договору перевезення, товаророзпорядчого документа та розписки перевізника.

Накладна складається відправником у чотирьох екземплярах (два для перевізника і по одному – для продавця та покупця), підписується відправником і перевізником. Після прибуття вантажу для розвантаження до покупця той повинен вказати час прибуття під розвантаження та відбуття з розвантаження, підписати накладну і поставити свою печатку.

Автотранспортом можуть здійснюватися збірні перевезення від різних товарівідправників різних товарів чи різних партій вантажів. Якщо вантаж має бути повантажений на кілька транспортних засобів або потрібно перевезти різні вантажі чи партії вантажів, то складається стільки накладних, скільки транспортних засобів використовується або скільки партій вантажів перевозиться.

Автомобільні тарифи встановлюються у розрахунку за перевезення однієї тонни вантажу залежно від відстані і можуть передбачати певні надбавки, знижки та штрафи із встановленої суми.

Окрім автотранспортної накладної з вантажем слідують товаророзпорядчі документи: упаковочні аркуші, відвантажувальні специфікації, сертифікати якості та інші документи, потрібні для ввозу товару у країну покупця.

Проаналізуємо імпортні операції на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» на основі даних табл. 2.10.

Таблиця 2.10

**Динаміка імпорту продукції ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА
«VD MAIS» за 2013-2017 рр., тис. грн.**

Назва	2013	2014	2015	2016	2017.	2017 до 2013	
						+/-	в рази більше
Мікросхеми	1132	1185	1243	4677	3702	2570	2,27
Діоди і транзистори	1344	1452	1582	5757	5818	4474	3,32
Джерела живлення	998	1012	1017	3238	7404	6406	6,41
Пасивні компоненти	1520	1774	1808	6116	7404	5884	3,87
Кабелі	1985	2005	2485	6836	13751	11766	5,92
Світлодіоди	2196	2198	3163	9355	14809	12613	5,74
Всього	9175	9626	11297	35979	52889	43714	4,54

Відповідно до даних табл. 2.10, в ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2015-2017 рр. зріс обсяг імпортованих операцій на 43714 тис. грн. або в 4,54 рази більше. Дане збільшення відбулось в основному за рахунок кабелів та світлодіодів, що зросли на 11766 тис. грн. та 12613 тис. грн. відповідно.

Наочно динаміку зростання імпортованої продукції на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» зобразимо на рис. 2.3.

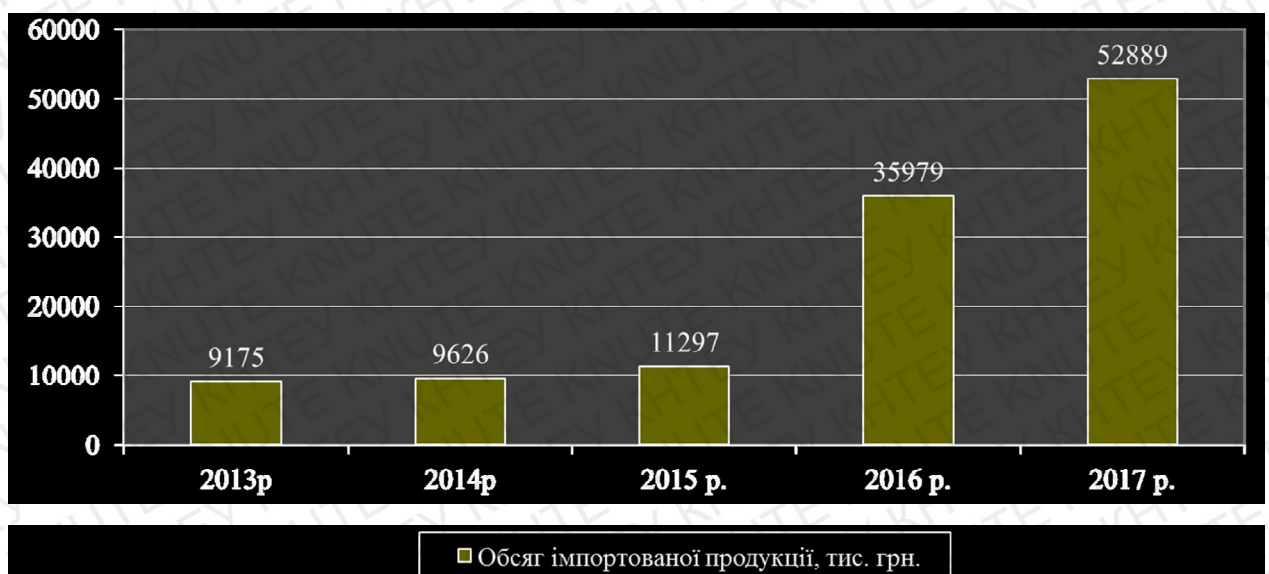


Рис. 2.3. Динаміка обсягу імпортованої продукції на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр.

Розглянемо структуру імпортованої продукції на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2015-2017 рр. в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

**Структура імпортованої продукції ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА
ФІРМА «VD MAIS» за 2015-2017 рр., %**

Назва	2013	2014	2015	2016	2017	2017 від 2013 , +/-
Мікросхеми	15,00	15,00	11,00	13,00	7,00	-8,00
Діоди і транзистори	14,00	12,00	14,00	16,00	11,00	-3,00
Джерела живлення	9,00	12,00	9,00	9,00	14,00	5,00
Пасивні компоненти	13,00	15,00	16,00	17,00	14,00	-1,00
Кабелі	24,00	20,00	22,00	19,00	26,00	2,00
Світлодіоди	25,00	26,00	28,00	26,00	28,00	3,00
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	-

В структурі імпортованої продукції ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» з Білорусії становить найбільшу частку у 2017 році кабелі та світлодіоди, що складають відповідно 26% та 28%. Найменшу частку в структурі продукції, що ввезено підприємством становлять мікросхеми – 7%. Така структура визначена попитом на продукцію в Україні та її тривалістю зберігання.

Найбільшу частку у структурі імпорту, посідають станом на 2017 р. світлодіоди, найменшу – мікросхеми. Зазначимо, що протягом останніх 5 років мало місце певне зменшення частки джерел живлення, що пов'язане із зменшенням попиту та появою альтернативної пропозиції у конкурентів.

Але підприємство продовжує виробляти даний вид продукції, бо використання у світовому господарстві джерел живлення продовжується і ця позиція має свою частку ринку, хоча вона дещо знизилася за останні роки. Також зазначимо, що зменшилась частка імпорту в світло діодів але на меншу частку ніж джерела живлення.

Наочно структуру імпортованої продукції за 2013-2017 рр. наведено на рис. 2.4. – 2.8

2013 р.

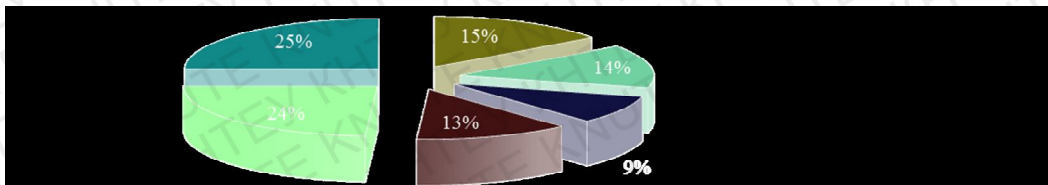


Рис. 2.4. Структура імпортованої продукції на ПП «НАУКОВО-ВИБРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013р.

де: фіолетовим кольором позначена частка кабелів, рожевий – світло діоди; синій – мікросхеми, бордовий – діоди і транзистори, сірий – джерела живлення та блакитний – пасивні компоненти.

2014 р.

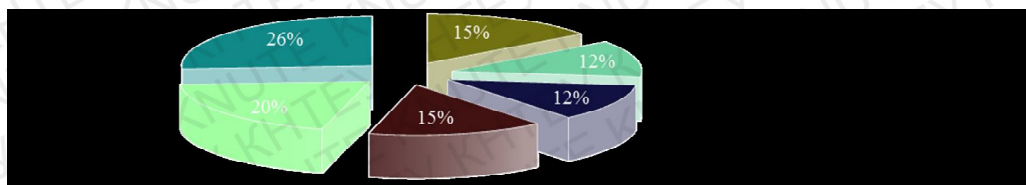


Рис. 2.5. Структура імпортованої продукції на ПП «НАУКОВО-ВИБРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2014 р.

Як засвідчують дані 2014 року, найбільшу частку в структурі імпортованої продукції займають світло діоди, найменшу – діоди і транзистори та джерела живлення відповідно в рівних частках.

2015р.

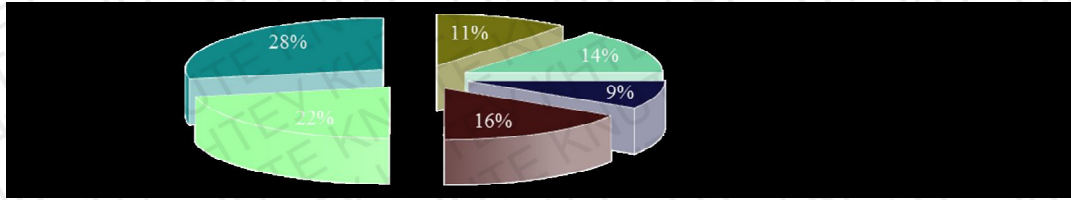


Рис. 2.6. Структура імпортованої продукції на ПП «НАУКОВО-ВИБРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2015р.

Як показують дані 2015 року частка світло діодів є найбільшою, а на останньому місці джерела живлення, відповідно діоди і транзистори мають тенденцію до позитивного зростання. Діоди є найбільш зручним джерел світла і виробництво діодів є одним з найдешевших в порівнянні з іншими джерелами.

2016р.

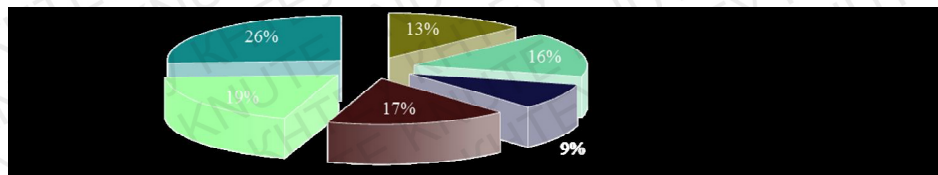


Рис. 2.7. Структура імпортованої продукції на ПП «НАУКОВО-ВИБРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2016 р.

Як засвідчують дані 2016 року зменшилась частка світло діодів в порівнянні з попереднім роком, але в загальній структурі залишається найбільшою. Відповідно незмінними є джерела живлення, що займають найменшу частку.

2017р.

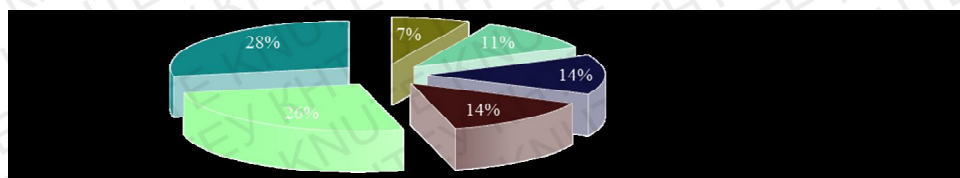


Рис. 2.8. Структура імпортованої продукції на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2017 р.

Як показують дані 2017року найбільшу частку мають світло діоди, а також кабелі мають тенденцію до зростання. У 2017 році найменшу частку займають мікросхеми.

Наступним кроком розглянемо географічну структуру імпорту за 2013-2017рр в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Географічна структура імпортованої продукції ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за 2013-2017 рр., %

Назва	2013р	2014р	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2017 від 2013 рр., +/-
Білорусія	65,00	65,00	65,00	70,00	70,00	5,00
Латвія	25,00	24,00	25,00	25,00	20,00	-5,00
Китай	10,00	11,00	10,00	5,00	10,00	0,00
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	-

Отже, загалом на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» спостерігається зростання обсягів імпортованої продукції, що свідчить про ефективну політику підприємства щодо механізму здійснення зовнішньоекономічних операцій.

2.3. Оцінка ефективності управління операціями з імпорту

Стратегічне та оперативне планування на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» це адаптивний процес, за допомогою якого здійснюються регулярна розробка та корекція системи формалізованих планів, перегляд змісту заходів щодо їх виконання на основі безперервного контролю та оцінювання змін, що відбуваються зовні та всередині підприємства. В кінці кожного місяця на підприємстві проводиться аналіз постачальників. При складанні заявки на постачання товару, товар групується по постачальнику, розраховується швидкість реалізації його товару і робиться вибірка найбільш ходового.

Так, на початку 2018 року, дирекція ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» вирішила розширити асортимент продукції, за рахунок закупівлі світлодіодних кабелів. В результаті досліджень вітчизняного та зовнішніх ринків, серед виробників та фірм-представників підприємство може співпрацювати із: ПП "Рідні Стіни" (1), ТОВ "Вигода" (2), Гуангжоу Суксинг науково-виробнича корпорація (Китай) (3).

Таким чином, маємо три потенційні постачальники кабелів. Коли постачальників багато, то вибір найбільш придатного доцільно здійснювати в два етапи.

На першому етапі здійснюється попередній відбір. Його критерії подані в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Критерії попереднього відбору постачальників

№ з/п	Критерії відбору	Постачальник		
		1	2	3
1	Ціна одиниці товару (шт)	2500	2750	2490
2	Якість товарів	середня	висока	середня
3	Форма розрахунків	безготівкова з передплатою	безготівкова з послідуною оплатою	безготівкова з передплатою 50%
4	Віддаленість постачальника	Дніпропетровська область	Бердичів	Китай
5	Розмір партії (шт)	до 220	до 200	необмежено

Після аналізу постачальників частина з них, що не відповідає вимогам

підприємства-покупця, виключається з таблиці. Для цього, результати оцінки представимо у 5-бальному варіанті (відповідно 0 – негативний результат, 5 – максимально можливий).

Таблиця 2.14

Критерії попереднього відбору постачальників

№ з/п	Критерії відбору	Постачальник		
		1	2	3
1	Ціна одиниці товару (шт)	4	2	5
2	Якість товарів	3	5	5
3	Форма розрахунків	3	5	2
4	Віддаленість постачальника	2	4	4
5	Розмір партії (шт)	3	3	5
	Кількість балів	15	19	21

Найменшу кількість балів набрав ПП "Рідні Стіни" – 15 балів, отже його викреслюємо із таблиці.

На другому етапі використовується розширений перелік критеріїв відбору постачальників (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Критерії кінцевого вибору постачальника

з/п	Критерії вибору	Постачальник	
		2	3
1	Фінансові умови	4	4
2	Періодичність поставки	3	5
3	Комплектність поставки	3	4
4	Упакування	4	4
5	Гарантії	3	4
6	Комунікаційні умови	5	5
7	Інші критерії	4	3
	Висновок	26	29

Критерії вибору постачальників можуть бути доповнені і іншими специфічними для конкретного покупця критеріями. Доцільно заповнювати таблиці, проставляючи бали кожному постачальнику за кожним критерієм. При цьому бал „5” означає „відмінно”, „4” – „дуже добре”, „3” – „добре”, „2” – „задовільно”, „1” – „мало прийнятний”, „0” – „не прийнятний”.

Підраховавши всі оцінки з усіх критеріїв, виводиться середнє значення оцінки. Перевага повинна надаватися тим постачальникам, що мають найбільше середнє значення оцінки. З постачальниками у яких найбільша середня оцінка має бути добре налагодженна комунікація.

Таким чином, за результатами аналізу ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» доцільно співпрацювати із корпорацією Гуангжоу Суксинг (Китай).

Розрахуємо оптимальний розмір партії поставки кабелів за замовленням ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за такими даними:

$V_{\text{заг}}$ – річний обсяг закупівлі кабелів у постачальника запланований в сумі 500 тис. грн.;

$BO_{\text{дос}}$ – на діловодство, телефонні переговори, оплату персоналу, транспортування і приймання товарів в перерахунок на одне замовлення буде потрібно 5,2 тис. грн.;

BO_x – витрати зберігання партії товарів на складі – 1,2 тис. грн.

Підставляючи ці дані у формулу розрахунку одержуємо:

$$P_{\text{opt}} = \sqrt{\frac{2 \times 500 \times 5,2}{1,2}} = \sqrt{11270} = 65,8 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 2.16

Ефективність планування оптових закупівель продукції ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» на 2017 рік

Найменування товарних груп	Найменування джерел закупівель	Сума (тис. грн.)	Відповідальний за закупівлю	Строки		
				Подання замовлення	Укладання договору	Уточнення специфікації
кабелі	корпорація Гуангжоу Суксинг (Китай)	406,0	Василенко В.П.	16.05.2017	3.06.2017	3.06.2017
світлодіоди	ТОВ "Вигода" (колективна власність)	2277,5	Василенко В.П.	10.02.2017	1.03.2017	2.03.2017
мікросхеми	ТзОВ "ОЛІСМА" (приватна власність)	925,1	Петрук А.С.	17.04.2017	19.04.2017	19.04.2017

Джерела живлення	Приватна фірма "Інтерком" (приватна власність)	208,3	Василенко В.П.	13.03.2017	20.03.2017	20.03.2017
------------------	--	-------	----------------	------------	------------	------------

Частота надходження товарів протягом року повинна скласти близько 8 разів (500:65,8). Періодичність поставок при цьому буде 30 днів (360:12). За таких показників розміру партії і періодичності надходження витрати обігу торгового підприємства будуть мінімальними.

Складемо та проаналізуємо план постачання продукції. Якщо план надходження товарів покликаний визначити, які товари і в якій кількості треба закупити, то план закупівель має містити вказівки щодо джерел цих закупівель, строки їх здійснення та відповідальних за проведення закупівель.

Даний план, для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» представлений у табл. 2.16.

План оптових закупівель затверджуються керівником ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» або начальником комерційного відділу.

Ефективність закупівельної роботи прямо залежить від правильного вибору джерел оптових закупівель і конкретних постачальників товарів.

Основним показником оцінки ефективності комерційної угоди по закупівлі товарів виступає рентабельність витрат обігу, що визначається за формулами:

$$P_{\text{Пр}} = \frac{\text{ЧП}_p \times 100}{\text{ВО}} \quad (2.5)$$

ЧП_р – чистий прибуток від реалізації продукції;

ВО – витрати обігу торговельного підприємства.

Сума витрат обігу торговельного підприємства, що відносяться до даної угоди, визначаються за формулою:

$$\text{ВО} = B_z + B_p + \text{ОП}_{\text{ВО}}. \quad (2.6)$$

В якості допоміжних показників оцінки ефективності комерційної угоди можуть бути використані такі показники:

1. Рентабельність обороту по реалізації товарів (R_{OP}), значення якого розраховується за формулою:

$$R_{OP} = \frac{ЧП_p \times 100}{Ц_p \times K} \quad (2.7)$$

2. Комерційна рентабельність угоди (R_K), значення якої розраховується за формулою:

$$R_K = \frac{ЧП_p}{B} \quad (2.8)$$

Де B – вартість укладеної угоди (вартість поставки).

Отже, визначимо ефективність комерційної угоди, яка була укладена ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за допомогою розрахунку рентабельності витрат обігу та рентабельності обороту із закупівлі товарів. Результати розрахунків представлено у таблиці 2.17.

За результатами розрахунків, ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» заключивши договір купівлі-продажу китайської продукції (закупівля кабелів на одноразову поставку, отримало комерційний результат у вигляді чистого прибутку (5,17 тис. грн.) за місяць. Відповідно, при загальних затратах у розмірі 20,2 тис. грн., рентабельність даної угоди становила 25,53%, а загальна комерційна рентабельність – 24,3%, що свідчить про її ефективність.

Таблиця 2.17

Оцінка ефективності комерційної угоди ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» з китайськими постачальниками

Показник	Значення
Обсяг поставки (кабелі), шт	15,00
Ціна одиниці, грн	1350,00
Вартість закупівлі, грн.	20250,00
Чистий прибуток від реалізації, грн.	5169,83
Витрати доставки, грн.	1023,00
Вартість укладеної угоди, грн	21273,00
Рентабельність обороту із закупівлі товарів, %	25,53
Комерційна рентабельність угоди, %	24,30

Отже, для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» співпраця з іноземними постачальниками є досить вигідною. Загальна рентабельність укладених угод не менше 20%, що є досить не поганим показником для виробничого підприємства і є одніє з найбільших відсотків рентабельності серед усіх конкуруючих виробничих підприємств. Керівництво компанії поставило собі на меті помірними темпами продовжити збільшувати рентабельність укладених угод і робити все можливе, щоб число 20% з кожним роком збільшувалася і цим самим збільшилося рентабельність з одним з головних партнерів компанії, а саме закупівля китайської продукції.

З таблиці 2.18 бачимо, що фінансовий результат від реалізації імпортої продукції складає у 2013 році – 333,68 тис. грн., у 2014 році 767,42 тис. грн., у 2015 році - 3131,53 тис. грн., у 2016 році – 4 781,60 тис. грн., у 2017 році – 145,94 тис. грн.

Отже, обчислимо ефективність перепродажу імпортої продукції підприємства у аналізованому періоді та результати занесемо до таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

**Показники ефективності перепродажу імпортої продукції
ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» в 2013 - 2017 рр.,
тис. грн.**

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від реалізації імпортої продукції на ринку України, тис. грн.	1 586,30	6 649,46	12 548,29	16 610,92	18 130,52
Сукупні витрати при закупівлі та реалізації імпортої продукції, тис. грн.	1252,62	5882,03	9416,76	11829,32	17 984,58
Ефект імпорту, тис. грн.	333,68	767,42	3131,53	4781,6	145,94

Ефективність імпорту	1,27	1,13	1,33	1,4	1,01
----------------------	------	------	------	-----	------

Найбільш ходовий товар замовляється в більшій кількості (прямо пропорційна залежність), для нього в першу чергу можна використовувати спосіб оплати - передоплату.

Готова роздрукована інформація про швидкість руху товару проглядається товарознавцями і завідувачами секціями, що у свою чергу вносять свої суб'єктивні коректування по асортименті і кількості товару, що поставляється.

Аналізуючи швидкість реалізації товарів складаються рейтинги підприємств, що поставляють найбільше число ходових товарів і на основі цих рейтингів приймається рішення з яким підприємством можна працювати по передоплаті, по факту чи в міру реалізації, і в якій черговості робити їм оплату. Щодо організаційної структури управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві, то організаційна структура, що склалася на сьогоднішній день потребує перегляду та певного вдосконалення.

При аналізі зовнішньоекономічної діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» було виявлено, що саме торговельний та транспортний відділи виконують роль координатора зовнішньоекономічної діяльності підприємства. І це, на жаль, не позитивно відбивається на зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Але потрібно зазначити, що для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» найоптимальнішим варіантом управління зовнішньоекономічною діяльністю було б створення спеціального відділу зовнішньоекономічної діяльності.

Рисами, що притаманні саме спеціальному відділу зовнішньоекономічної діяльності та присутні на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» є:

– ведення рахунків імпортного відділу, оформлення офіційної документації з імпортних операцій, проведення ревізій імпортних документів;

– функціонує в досить автономному режимі.

Спеціальний відділ зовнішньоекономічної діяльності має знаходитися у безпосередньому підпорядкуванні начальника відділу зовнішньоекономічних зв'язків та самостійно здійснювати всі операції, пов'язані з імпортом товарів:

- укладання угод з іноземними покупцями, контроль за їх виконанням;
- керівництво закордонними збутовими підприємствами компанії, агентами зі збуту, комівожерами, роздрібними торговцями тощо;
- контроль за пересуванням товарів на іноземних ринках;
- організація страхування;
- ведення рахунків, оформлення офіційної документації з імпортних операцій, проведення ревізій імпортних документів;
- розрахунки з постачальниками.

Проте організація на підприємстві спеціального відділу зовнішньоекономічної діяльності пов'язана з великими фінансовими затратами, організацією абсолютно нової форми роботи, створенням нових робочих місць. У будь-якому випадку, саме до такої організаційної форми управління зовнішньоекономічними операціями має прагнути ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS», якщо дійсно планує завоювати зовнішні ринки. Тільки така організаційна структура здатна працювати на зовнішніх ринках на повну потужність та розширювати ринки збуту у всьому світі.

Щодо організаційної структури управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві, то організаційна структура, що склалася на сьогоднішній день потребує перегляду та певного вдосконалення.

При аналізі зовнішньоекономічної діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» було виявлено, що саме торговельний та транспортний відділи виконують роль координатора зовнішньоекономічної

діяльності підприємства. І це, на жаль, не позитивно відбивається на зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Але потрібно зазначити, що для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» найоптимальнішим варіантом управління зовнішньоекономічною діяльністю було б створення спеціального відділу зовнішньоекономічної діяльності.

Рисами, що притаманні саме спеціальному відділу зовнішньоекономічної діяльності та присутні на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» є:

- ведення рахунків імпортного відділу, оформлення офіційної документації з імпортних операцій, проведення ревізій імпортних документів;
- функціонує в досить автономному режимі.

Спеціальний відділ зовнішньоекономічної діяльності має знаходитися у безпосередньому підпорядкуванні начальника відділу зовнішньоекономічних зв'язків та самостійно здійснювати всі операції, пов'язані з імпортом товарів:

- укладання угод з іноземними покупцями, контроль за їх виконанням;
- керівництво закордонними збутовими підприємствами компанії, агентами зі збуту, комівояжерами, роздрібними торговцями тощо;
- контроль за пересуванням товарів на іноземних ринках;
- організація страхування;
- ведення рахунків, оформлення офіційної документації з імпортних операцій, проведення ревізій імпортних документів;
- розрахунки з постачальниками.

Проте організація на підприємстві спеціального відділу зовнішньоекономічної діяльності пов'язана з великими фінансовими затратами, організацією абсолютно нової форми роботи, створенням нових робочих місць. У будь-якому випадку, саме до такої організаційної форми управління зовнішньоекономічними операціями має прагнути ПП

«НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS», якщо дійсно планує завоювати зовнішні ринки. Тільки така організаційна структура здатна працювати на зовнішніх ринках на повну потужність та розширювати ринки збуту у всьому світі.

Проведемо аналіз виконання зобов'язань за імпорнтними контрактами з метою з'ясування причин, що призводять до порушення умов укладених контрактів, своєчасного їх виявлення та уникнення, оскільки недотримання умов укладених контрактів призводить до необхідності сплати великих сум штрафів і неустойок, що погіршує фінансовий стан підприємства.

ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» хоч і не з багатьма іноземними партнерами, але успішно співпрацює уже тривалий час, має гарні партнерські відносини та повністю задовольняє потреби своїх клієнтів. Підприємство прагне стати конкурентоспроможним на зовнішньому ринку та освоїти нові шляхи реалізації товару, отримавши високі прибутки. Проаналізувавши більш детально зовнішньоекономічну діяльність підприємства, ми бачимо що іноземних партнерів дійсно небагато, і за останні три роки була підписана не така вже й велика кількість контрактів та договорів, В першу чергу це можна пояснити тим, що продукція, яку випускає дана фірма, не може поновлюватись в короткі строки.

Контракт купівлі-продажу є основним комерційним документом для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS», що визначає права та обов'язки учасників зовнішньоекономічних операцій. Укладаючи контракти купівлі-продажу продукції, підприємство бере на себе зобов'язання стосовно своєчасності постачання товарів, їх відповідності умовам якості та кількості.

Аналіз дотримання термінів імпорнтних угод проводять як у кількісній так і у якісній оцінці. За кількісний показник беруть питому вагу прострочених, або не виконаних угод в їх загальному обсязі, за якісний – суму сплачених санкцій за порушення термінів виконання угод і питому вагу сплачених штрафних санкцій у загальній вартості контракту. ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» 2.19

**Аналіз дотримання імпорتنих угод в ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА
ФІРМА «VD MAIS»**

Показники	2015	2016	2017	2017/2015,%
Узяті до виконання імпортні угоди				
- кількість, шт.	2,0	4,0	6,0	> в 3 рази
- загальна сума тис. грн.	5940,8	13528,3	23840,0	> в 4 рази
Імпортні угоди прострочені чи невиконані				
- кількість, шт.	-	2,0	1,0	-
- загальна сума тис. грн.	-	8165,1	12373,4	-
Питома вага прострочених чи невиконаних угод, %				
- за кількістю	-	50,0	25,0	-
- за сумою	-	60,4	14,7	-

Дані табл. 2.19 свідчать, що у 2015 р. було виконано заплановані 2 контракти на загальну заплановану суму 5940,8 тис.грн.

Прослідкувавши далі, ми бачимо, що у наступному 2016р. вже було заплановано 4 угоди на загальну суму 13528,3 тис. грн., але поряд з тим підприємство виконало лише 2 угоди, втративши при цьому 12373,4 тис.грн., втративши при цьому 8165,07 тис.грн., і відповідно у 2016р. замість очікуваних 4 угод, було виконано дві, що принесло підприємству із запланованих 23840 тис. грн. лише 11466,6 тис.грн.

Основними причинами невиконання чи невчасного виконання контрактів є зрив строків поставок постачальником, через недосконало відлагоджену систему поставок та форс-мажорні обставини, Втрати, що зазнало ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» від невиконання взятих на себе зобов'язань за імпортними контрактами зменшили прибуток від здійснення зовнішньоекономічної діяльності та знизили її ефективність.

Тому одним з резервів росту та підвищення даного показника на підприємстві є своєчасне виконання зобов'язань за контрактами та усунення причин, що спричиняють такі порушення. Розглянемо яку ефективність мала б ЗЕД підприємства, при 100% виконанню взятих на себе зобов'язань за контрактами.

Висновки для розділу II. Провівши аналіз управління ефективністю операцій з імпорту на підприємстві, можна зробити наступні висновки:

1. Діяльність фірми, яку ми аналізуємо ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» заснована в 1993 р. Основні види діяльності, якими займається дане підприємство є виготовлення та поставка:

- електронних компонентів і систем;
- матеріалів для електронної та електротехнічної промисловості;
- технологічного обладнання для виробництва та ремонту електронної техніки;
- технологічних матеріалів для виробництва та ремонту електронної техніки;
- вимірювального та випробувального обладнання.

2. Провівши аналіз господарської діяльності підприємства, зробимо висновки, що ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» здійснює свій розвиток ефективно, про що свідчить збільшення доходів фірми на протязі 5-ти років. Це передусім результат ефективної системи управління; в ході аналізу відмічене позитивне збільшення майже за усіма показниками, що характеризують використання ресурсів підприємства; ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» використовує свої ресурси все ефективніше із року в рік; можемо говорити про збільшення обсягів реалізації продукції в 2017 році.

3. Так, на початку 2018 року, дирекція ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» вирішила розширити асортимент продукції, за рахунок закупівлі світлодіодних кабелів. В результаті досліджень вітчизняного та зовнішніх ринків, серед виробників та фірм-представників підприємство

може співпрацювати із: ПП "Рідні Стіни" (1), ТОВ "Вигода" (2), Гуангжоу Суксинг науково-виробнича корпорація (Китай) (3). За результатами аналізу ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» доцільно співпрацювати із корпорацією Гуангжоу Суксинг (Китай).

За результатами розрахунків, ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» заключивши договір купівлі-продажу китайської продукції на одноразову поставку, отримало комерційний результат у вигляді чистого прибутку (5,17 тис. грн.) за місяць. Відповідно, при загальних затратах у розмірі 20,2 тис. грн., рентабельність даної угоди становила 25,53%, а загальна комерційна рентабельність – 24,3%, що свідчить про її ефективність.

Отже, для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» співпраця з іноземними постачальниками є досить вигідною. Загальна рентабельність укладених угод не менше 20%.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ПП "НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА "ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»"

3.1. Розробка заходів з підвищення ефективності управління операціями з імпорту

Аналіз ефективності управління операціями з імпорту, який був проведений нами в II розділі засвідчив про можливість його удосконалення. Перш за все мова йде про посилення стратегічної складової в системі корпоративного управління. Нами пропонується такий алгоритм розробки стратегії поведінки ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» на зовнішньому ринку, що включає в себе шість етапів:

— всебічний аналіз стану і розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні та країнах торговельних партнерів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS»;

— аналіз очікуваних змін у кон'юктурі зовнішнього ринку електронних компонентів;

— аналіз можливостей на зовнішньому ринку з урахуванням прогностичних змін у його кон'юктурі;

— аналіз внутрішньої і зовнішньої бюджетно-податкової політики і впливи змін у ній на умови діяльності організації;

— аналіз тенденцій розвитку світової економіки, стан і тенденції розвитку світового ринку, включаючи ринок кредиту, зовнішньоторговельної політики різних країн, оцінка впливу змін у ній на умови функціонування організації;

— розробка довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням існуючого і прогнозного стану на зовнішніх ринках, а також можливостей і очікуваних змін в умовах функціонування підприємства.

Розробка стратегії поведінки ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS» на зовнішньому ринку здійснюється на трьох різних рівнях: глобальному, стратегічному і тактичному.

Глобальний рівень охоплює довгострокові аспекти діяльності на основі визначення найважливіших цілей, сукупність яких розглядається як єдине ціле. При цьому планування здійснюється на рівні керівництва підприємства з урахуванням можливих довго- і середньострокових варіантів розвитку.

На тактичному (поточному) рівні планування зовнішньоекономічної діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS» має концентруватися на визначенні конкретних цілей, досягнення яких є умовою ефективного використання наявних ресурсів для реалізації глобальних цілей на існуючих ринках збуту.

На першому етапі розробки стратегії поведінки ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS» на зовнішньому ринку об'єктами всебічного аналізу є:

- стан на ринку товарів і послуг, що поставляються підприємством при теперішній структурі виробництва і збуту;
- оцінка діяльності підприємства з позиції споживача, товарів і послуг;
- оцінка діяльності організації з позиції ринку.

На етапі аналізу очікуваних у кон'юнктурі ринку змін (другий етап) визначаються тенденції розвитку ринку і їхній вплив у перспективі на становище підприємства. При цьому прогнозується вплив змін у кон'юнктурі ринку на потенційні обсяги і умови збуту товарів і послуг відповідно до очікуваного попиту і пропозиції.

На третьому етапі розробки зовнішньоекономічної стратегії при оцінюванні можливостей організації об'єктом аналізу є: очікувана динаміка обсягів зовнішньоекономічної діяльності; доцільність переорієнтації на нові ринки збуту; умови діяльності в новому середовищі і доцільність скорочення її в традиційних сферах і сегментах ринку.

Об'єктом аналізу бюджетно-податкової політики (четвертий етап) є розгляд впливу відповідних чинників на умови функціонування організації при змінах фіскальної політики в межах країни і за кордоном.

На п'ятому етапі розробки зовнішньоекономічної стратегії аналізуються тенденції розвитку світової економіки і зовнішньоекономічних зв'язків і дається оцінка очікуваного впливу на умови функціонування організації. Для цього беруться до уваги прогнозні зміни в зовнішньоторговельній політиці різних країн, в їхній загальногосподарській кон'юнктурі, враховуються тенденції розвитку світового ринку і т.д.

Результати всебічного аналізу зовнішньоекономічних зв'язків, прогнозних оцінок і перспективних умов розвитку на всіх п'ятьох етапах служать вихідною базою для формулювання довгострокової стратегії поведінки організації на зовнішньому ринку.

Розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності на шостому етапі передбачає:

- формування глобальної довгострокової цілі (місії) зовнішньоекономічної діяльності;
- розробку альтернативних варіантів досягнення цілі зовнішньоекономічної діяльності;
- поділ (декомпозицію) глобальної цілі зовнішньоекономічної діяльності на ряд взаємозалежних підцілей;
- порівняння варіантів досягнення цілі зовнішньоекономічної діяльності, вибір стратегічних альтернатив, оцінювання можливостей і наслідків їхньої реалізації і формування стратегії поведінки підприємства на зовнішньому ринку.

Стратегічне управління пов'язане з визначенням цілей організації і з приведенням її взаємозв'язків із навколишнім середовищем у відповідність до внутрішніх можливостей і завдань розвитку.

Таким чином, стратегічний менеджмент у сфері зовнішньоекономічних зв'язків сприяє стабілізації і зміцненню стратегічних позицій підприємства, забезпеченню його тривалої життєздатності при зміні зовнішніх умов функціонування.

Пропонуємо також в якості резерву запровадження та модернізацію схем надійного і безподаткового доступу до імпорتنих виробничих ресурсів, при застосуванні яких підвищиться ефективність зовнішньоекономічної діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS».

Перш за все слід наголосити на ряді особливостей, що будуть наведені нижче, та їх причинах. По-перше, ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» торгує імпортною продукцією, що значно підвищує вартість продукції, разом з тим наразі розглядається можливість набуття нею не лише статусу імпортера, але й експортера.

За схемами передбачається звільнення від мита й інших обмежень на ввезення ресурсів для експортера промислових товарів, що імпортує

матеріали як для виробництва на експорт, так і для продажу продукції на внутрішній ринок. Вона найефективніша для великих підприємств, що здійснюють постійні великі експортні поставки, систематично потребують значних обсягів виробничих ресурсів. Ці схеми можна реалізувати за допомогою: використання схем спеціальних знижок; зворотних схем з компенсації виплаченого мита; схем тимчасового безмитного ввезення; системи звільнення від мит.

Візьмемо останню стратегію і розглянемо її більш докладніше. Нагадаю, що підприємство в даний момент має налагоджені торгові зв'язки з Білорусією та імпортує такі види продукції: технічна продукція, світлодіоди.

ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» імпортує свою продукцію з Білорусії і сплачує мито. Ставка цих тарифів визначається митним законодавством України і становить 20% за технічну продукцію та 30% за світлодіоди. Наразі імпорт з білорусі становить важливу часту в імпорті підприємства.

Вплив зміни ставки мита на результати діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» розглянемо у двох таблицях нижче (табл. 3.1 і табл. 3.2).

Таблиця 3.1

Ефективність продажу товарів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за умов застосування діючої митної ставки

Сума коштів на придбання товарів	Придбані товари			Мито		ПДВ		Сума коштів на придбання товарів з урахуванням мита та ПДВ	Ціна реалізації	Прибуток	Рентабельність, %
	назва	к-ть	одиниця виміру	%	тис. грн.	%	тис. грн.				
1	2	3	4	7	8	9	10	11	12	13	14
808	Мікросхеми	172	шт	20	161,55	20	194,19	1165,11	7,22	77,59	6,66

1060	Діоди і транзистори	195	шт	20	211,94	20	254,75	1528,50	8,11	53,13	3,48
661	Джерела живлення	91	шт	20	132,18	20	158,88	953,28	11,12	63,49	6,66
1193	Пасивні компоненти	365	шт	20	238,60	20	286,80	1720,78	4,95	86,79	5,04
1268	Кабелі	59	шт	20	253,51	20	304,72	1828,33	42,33	657,08	35,94
2056	Світлодіоди	281	шт	30	616,84	20	535,41	3212,48	12,15	200,81	6,25

Відповідно до розрахунків табл. 3.1 видно, що з урахуванням ставок мита, для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» найбільш вигідним є імпортувати кабелі, мікросхеми та джерела живлення, що відповідно мають рентабельність 35,94% та по 6,66%. Далі по відсотку рентабельності йдуть світло діоди з показником 6,25%, потім будуть пасивні компоненти 5,04% відповідно, та найменш вигідно імпортувати згідно з розрахунками саме діоди і транзистори, що мають рентабельність всього 3,48%, що є найменшим показником серед усіх і є досить низьким показником в порівнянні з кабелями, джерелами живлення та мікросхемами.

Але показники рентабельності не є сталими і можуть змінюватися відповідно завдяки багатьом показникам.

Таблиця 3.2

Прогнозна ефективність продажу товарів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» за умов оптимізації митних платежів при набутті статусу імпортера

Сума коштів на придбання товарів	Придбані товари			Мито		ПДВ		придбання товарів з урахуванням ПДВ	Ціна реалізації	Прибуток	Рентабельність, %
	назва	к-ть	Одиниця виміру	%	тис. грн.	%	тис. грн.				

808	Мікросхеми	172	шт	0	0,00	20	161,88	971,25	7,22	271,46	27,95
1060	Діоди і транзистори	195	шт	0	0,00	20	212,36	1274,17	8,11	307,46	24,13
661	Джерела живлення	91	шт	0	0,00	20	132,44	794,66	11,12	222,10	27,95
1193	Пасивні компоненти	365	шт	0	0,00	20	239,08	1434,46	4,95	373,11	26,01
1268	Кабелі	59	шт	0	0,00	20	254,02	1524,12	42,33	961,30	63,07
2056	Світлодіоди	281	шт	0	0,00	20	412,05	2472,28	12,15	941,01	38,06

Аналізуючи дані таблиць, ми бачимо, що прибуток від імпортової продукції значно збільшився при неврахуванні мита в табл. 3.2. Відповідно рентабельність продукції також значно підвищилась при нарахуванні мита в розмірі 0%.

Пропонуємо в якості резерву також удосконалення організаційно-економічного механізму діяльності (ОЕМ) підприємства. Визначаємо такі його принципи для ефективної імпортової діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»:

- єдність і цілісність OEM та механізму здійснення імпорту, тобто органічне включення його до загальної діяльності підприємства;
- раціональне співвідношення й пропорційність двох підсистем OEM – організаційної та економічної;
- забезпечення ефективного сполучення всіх окремих механізмів для розвитку імпортової діяльності, оцінки якості функціонування системи й зворотного зв'язку в системі управління;
- узгодження стратегії розвитку імпортової діяльності підприємства з тенденціями розвитку міжнародного середовища, державною та регіональною політикою у сфері імпорту;
- самоврядування й обов'язкова участь працівників у розробці цілей імпортової діяльності підприємства, виборі ефективної стратегії її

впровадження.

Щодо розгляду організаційно-економічного механізму діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» як сукупності елементів єдиного механізму для ефективної імпортової діяльності, то він включає такі складові та пріоритети:

- цільова сумісність і зосередженість, які передбачають створення робочої цілеспрямованої системи управління, в котрій усі ланки становлять єдиний механізм, спрямований на реалізацію кінцевого результату діяльності;
- ефективність управління, яка полягає у пошуку із багатьох варіантів найефективнішого варіанта використання ресурсів для досягнення мети підприємства;
- динамізм, що потребує прогнозування зміни самої системи й умов її функціонування, факторів зовнішнього і внутрішнього середовища;
- комплексність, яка потребує обліку й аналізу всього різноманіття факторів, що впливають на роботу підприємства, координації роботи всіх підсистем;
- безперервність, тобто створення таких технічних та організаційно-господарських умов, за яких досягається стійкість і безперервність заданих параметрів системи;
- науковість, тобто наукове обґрунтування й перевірка на практиці методів, форм і засобів управління. Це, в свою чергу, потребує безперервного збору, обробки й оцінки різної інформації: науково-технічної, економічної, правової тощо;
- демократичність розподілу функцій управління, що передбачає покладання управлінського рішення на той орган, який краще інформований про стан справ на об'єкті, найбільше зацікавлений в ефективності рішення і несе відповідальність за наслідки рішення й повноту його реалізації;
- інтегрованість оцінки якості функціонування підприємства, адаптованості механізму до реальних умов господарювання, здатності

досягати поставленої мети, "зворотного зв'язку" в системі управління, оцінки якості мети і стратегії її досягнення.

Імпортна діяльність підприємств – це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок. Функції і завдання організаційно-економічного механізму визначаються особливостями об'єкта управління та його цілями.

Економічні ж зрушення на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» можуть відбутися тільки після таких пропонованих нами організаційних перетворень (див. рис. 3.1).

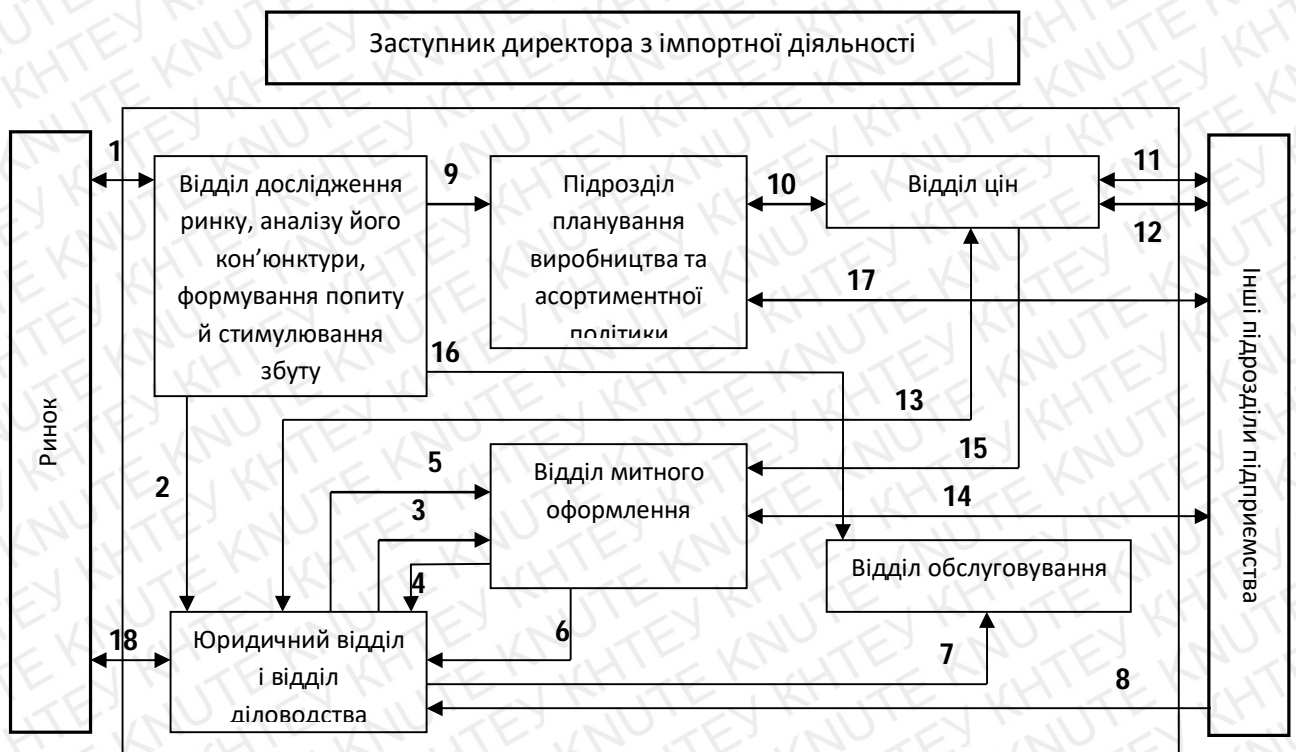


Рис. 3.1. Рекомендована схема інформаційних і матеріальних потоків імпортного відділу

ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»

Умовні позначки – матеріальні та інформаційні потоки:

- 1 – інформація про ринок;
- 2 – інформація про потенційних покупців;
- 3 – зовнішньоекономічний контракт;
- 4 – інформація про виконання зовнішньоекономічного контракту, уточнення й зміни до контракту;

- 5 – інформація про потенційних покупців, пропозиції стосовно спільної праці;
- 6 – інформація про контракт і продукцію щодо митного оформлення;
- 7 – інформація про рекламації, пропозиції для їх задоволення, попередження браку;
- 8 – інформація про умови виконання контракту;
- 9 – оброблена інформація про стан на ринку товарів;
- 10 – оброблена інформація про стан цін на ринку;
- 11 – обмін інформацією щодо планування цінової та асортиментної політики;
- 12 – інформація, потрібна для планування цін на продукцію;
- 13 – інформація, яка необхідна для укладання контракту у ракурсі цін, умов оплати тощо;
- 14 – інформація, потрібна для митного оформлення (асортимент продукції, її характеристики та ін.);
- 15 – калькуляції ціни на продукцію;
- 16 – оброблена інформація про стан на ринку щодо гарантій, передпродажного та післяпродажного сервісу;
- 17 – обмін інформацією щодо випуску продукції необхідної якості й кількості;
- 18 – інформація про ринок.

Пропонуємо на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» створити особливий підрозділ, що забезпечить взаємодію й координацію діяльності інших підрозділів. Модель OEM ІДП має на меті здійснення контролю за основними процесами імпортової діяльності на підприємстві у межах єдиного підрозділу, тому що ця модель є адаптивною системою зі зворотним зв'язком, має розвинені зв'язки із зовнішнім середовищем і виконує найважливіші функції щодо виходу підприємства на зовнішній ринок.

Структура імпортного відділу забезпечуватиме ефективне управління імпортом, до якого входять аналіз зовнішнього середовища, планування, організація, мотивація і контроль за заходами, спрямованими на вдосконалення імпортової діяльності.

Отже, існуюча організаційна структура управління ЗЕД у ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» визначається тією метою і завданнями, які вона покликана вирішувати. Її мета – максималізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємстві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутрішнього управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

3.2. Обґрунтування проекту з оптимізації імпортних закупівель ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS»

На жаль, використання розвинутих інформаційних систем для удосконалення бізнес - процесів доступне лише великим підприємствам, оскільки впровадження систем класу ERP, CRM і т.п. досить дороге та вимагає значних додаткових зусиль. Таким чином, цей сектор ведення бізнесу перебуває в стадії становлення і перед ним стоїть багато проблем. Головною задачею його учасників є розвиток клієнтської бази і перетворення технологічних ідей в прибутковий бізнес. При цьому необхідно вирішити безліч організаційних, технологічних і фінансових питань. Сьогодні лише небагато які українські компанії чітко розуміють свій шлях в сфері електронного бізнесу. Щоб оцінити доцільність різних моделей електронного бізнесу варто поради традиційним компаніям запуснути пілотні проекти. Такі проекти можуть здійснювати продаж в режимі on-line, реалізовувати зовнішні зв'язки з існуючими та новими клієнтами чи виконувати закупівлю on-line .

Таким чином, незважаючи на складність і невизначеність, керівництво ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» повинно розуміти, що в

довгостроковій перспективі електронний бізнес відкриває нові можливості. Вони повинні вже сьогодні бачити, як конкуренти роблять перші кроки по впровадженню електронного бізнесу і деякі вже сьогодні домагаються значних результатів. Тому на українському ринку електронного бізнесу в найближчі роки має бути стадія жорсткого конкурентного розвитку. Багато хто з учасників не витримає цієї гонки і зійде з дистанції. Інші підуть на злиття зі своїми колишніми конкурентами з метою консолідації аудиторії і зниження витрат. У результаті, виживуть найсильніші гравці, що домоглися широкого визнання у Інтернет - користувачів.

Завдяки запропонованим в даній дипломній роботі заходам, інформаційні системи Інтернет загального користування будуть надавати інформацію про досліджуване підприємство, що працює в даній системі з описом видів і напрямків його діяльності, рекламні матеріали, можливість купівлі товарів даної фірми. Професійні системи будуть доступні тільки великим корпоративним клієнтам, постачальникам. По професійних каналах забезпечуватиметься необхідна швидкість доступу, обміну і захисту інформації.

Крім створення реклами підприємства на сайті, можливим є наведення відео- та фотоінформації про підприємство, що пропонує свою продукцію або співробітництво своїм клієнтам. Якщо застосувати запропоновані заходи, то за оцінками експертів ефект має збільшитись на 15%. 7% - будуть складати завдяки ефективності рекламної кампанії на новоствореному веб-сайті; 5% - від вдосконалення політики розподілу і стимулювання збуту; 3% - за рахунок прийняття на роботу кваліфікованого спеціаліста.

Підприємством повинні бути здійснені такі витрати:

- створення відео-роликів про діяльність підприємства та розміщення їх на сайті. Спеціалістам необхідно розробити та відзняти відео-матеріал та розмістити його на власному сайті. З врахуванням, що відео-проект коштуватиме – 1500 грн, та послуги програміста – 1250 грн. Звідси сумарні витрати (10 відеороликів) на впровадження проекту складуть 27500 грн. а

також витрати по приєднанню до програми Verified by Visa і MasterCard SecureCode складуть 12000 грн;

- Як уже зазначалося, на підприємство ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» буде прийнятий кваліфікований спеціаліст роботи – системний адміністратор з окладом 9000 грн. Річний фонд оплати праці буде складати $9000 \times 12 = 108000$ грн., а відрахування на соціальні заходи – 33960 грн. Разом затрати складуть 141960 грн.

Таблиця 3.3

Бюджет запропонованих заходів

(грн.)

№	Заходи по вдосконаленню управління інтернет-технологіями	Витрати
1	Посада спеціаліста (системний адміністратор)	141960
3	Розміщення відео-матеріалу про діяльність підприємства	27500
4	Участь у програмі Verified by Visa і MasterCard SecureCode;	12000
5	Загальні витрати	181460

Як визначаємо за показниками таблиці 3.3, сумарні затрати на впровадження запропонованих заходів складуть 181460 грн.

Загальний приріст доходу складає:

$$\Delta \Pi = \Pi_0 \cdot V \quad (3.1)$$

де: Π_0 - приріст доходу при впровадженні заходів;

$V = 4146,3$ тис. грн., що є показником на 2017 чистого доходу.

$$\Delta \Pi = 0,15 \cdot 4146300 = 621945 \text{ грн.}$$

Тоді економічний ефект від впровадження лінії складатиме:

$$E = \Delta \Pi - E_n \cdot K \quad (3.2)$$

де: K - капітальні вкладення;

E_n - мінімальний коефіцієнт потужності капітальних вкладень (береться 0,12-0,15)

$$E = 621945 - 0,15 \cdot 181460 = 594726 \text{ грн.}$$

Отже, економічний ефект від запропонованих заходів становить 618075 грн. Строк окупності додаткових капітальних вкладень можна знайти за формулою:

$$T = K / E, \quad (3.3)$$

де: К - розмір капітальних вкладень;

Е - річний економічний ефект.

$T = 594726 / 181460 = 3,2$ року.

Отже, загальний економічний ефект формується на рівні 594726 грн. зі строком окупності 3,2 року.

Ефективне управління імпортом потенціалом підприємства забезпечить його зміцнення й розвиток. Отже, на нашу думку, необхідною умовою успішного бізнесу ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» є наявність сучасної розвинутої системи управління і планування виробництва.

Також для підвищення ефективності управління імпортом операціями ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS», запропонуємо використання Інтернет технологій.

Веб-сайт (web-site) є найважливішим маркетинговим інструментом для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS». Корпоративний веб-сайт служить для розміщення інформації про підприємство або його товари, послуги.

Для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS» головними перевагами реклами через сайти є:

- висока інформативність, можливість застосування різних форм подання інформації про товар – графіки, звуку, анімації, відеозображення;
- можливість мати великий тираж;
- швидке поширення інформації;
- доступність протягом 24 годин на добу для користувача в будь-якій точці земної кулі;
- комбіноване охоплення аудиторії, як загальної, так і цільової;
- рівень відтвореного ефекту;
- оперативність у зміні інформації і, отже, її висока актуальність;
- можливість зворотного зв'язку, тобто одержання оперативної реакції на рекламу;

- можливість подачі інформації різними мовами за допомогою різних прийомів, з огляду на особливості аудиторії;
- можливість фокусування або використання інших засобів техніки телебачення і кіно;
- ненав'язливість рекламного послання і, як наслідок цього, інтернет-реклама менше викликає роздратування аудиторії.

Технологія, яку ми пропонуємо для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS» - створення реклами на сайті передбачає, що представник рекламної аудиторії – особа, на яку розрахована інформація, повинен набрати на своєму комп'ютері адресу сайту. Отже, для реклами в Інтернеті дуже важливою є так звана зовнішня реклама – сукупність різних методів поширення інформації про сайт і про підприємство – власника сайту, яка спонукає відвідати сайт. Є такі основні види зовнішньої реклами.

Порівняно зі звичайним магазином, електронний магазин ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS» буде мати багато переваг. Відкривши електронний магазин, ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» зможе:

- збільшити обсяг продажу;
- розширити ринок збуту,
- зменшити реалізаційні витрати;
- випередити конкурентів;
- торгувати з іншими країнами;
- працювати цілодобово;
- мати декілька не пов'язаних між собою проектів;
- конкурувати на рівних із корпораціями-гігантами;
- перевірити свій бізнес-задум без особливих витрат;
- поліпшити зв'язки з громадськістю;
- забезпечити вищий рівень сервісу для покупців;
- забезпечити єдиний банк даних для свого персоналу.

Електронний бізнес поки що відстає за обсягом операцій від традиційних для зовнішньоекономічної діяльності угод за телефонною домовленістю та торгівлі за каталогом, проте це відставання з кожним днем стає все меншим.

Для вдосконалення здійснення електронної комерції, ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS» доцільно порекомендувати співпрацювати з банками, які пропонують послуги в даній сфері, наприклад Райффайзен Банк Аваль разом з компанією «Український процесинговий центр» – сертифікованим провайдером електронних платежів – пропонує співробітництво інтернет-магазинам у сфері інтернет-еквайрінгу, зокрема з прийому платіжних карт для оплати товарів і послуг через мережу інтернет.

Позитивними сторонами від даного співробітництва є наступні аспекти:

- участь у глобальних програмах безпечних платежів Verified by Visa і MasterCard SecureCode;
- можливість оплачувати клієнтам придбані товари і послуги через інтернет-сайт магазину за допомогою платіжних карт, емітованих будь-яким українським банком;
- підвищення своєї конкурентноздатності і збільшують обсяги продажу за рахунок нових клієнтів – власників платіжних карт і в зв'язку із зростанням кількості покупок одним клієнтом;
- завдяки участі банку і провайдера електронних платежів у програмах Verified by Visa і MasterCard SecureCode, можливість торговельно-сервісним підприємствам автоматично стати учасниками цих програм, проводити операції у безпечному середовищі та мінімізувати ризики шахрайських платежів;
- одержання унікальної можливості зосередити свої зусилля безпосередньо на веденні бізнесу, оскільки процеси одержання реквізитів карток і проведення авторизації забезпечуються ресурсами платіжного сервера і хостової системи «Українського процесингового центру».

Для підключення до системи електронної комерції, ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» необхідно:

Надати в банк чи УПЦ коротку інформацію про своє підприємство: назва, місцезнаходження, час існування юридичної особи; види діяльності; види діяльності в сфері інтернет; опис товарів/послуг, що передбачається продавати через інтернет; рівень щомісячного обороту за останні три місяці; мінімальна, максимальна і середні вартість товару/послуги, що продаються через сайт; очікуваний рівень щомісячного обороту; цільова аудиторія продажу (територіально: Київ, регіони, Україна, закордон); контактна інформація та ін.

Зв'язатися з компанією УПЦ, що забезпечує технічну і процесингову підтримку проекту, для обговорення технічних питань.

Після узгодження підписати договори з банком «Аваль» і УПЦ, фахівці якого нададуть необхідну торговій організації інформацію і документацію з питань підключення електронної торгової системи (інтернет-магазину) до платіжного сервера, забезпечать безкоштовний доступ до тестової версії платіжного сервера для налагодження ПЗ інтернет-магазину, нададуть і допоможуть інтегрувати в ПЗ магазину апаратні засоби аутентифікації та електронного підпису.

Схема транзакції в системі електронної комерції:

Клієнт заходить на сайт торговця, вибирає необхідний товар і вибирає спосіб оплати «КРЕДИТНОЮ КАРТКОЮ».

Після цього він автоматично переключається на сервер УПЦ, де вводить конфіденційну інформацію (номер картки, exp. date., код CVV).

Сервер УПЦ зв'язується з відповідною платіжною системою (Visa, Mastercard) для одержання коду авторизації при наявності необхідної суми коштів на рахунку клієнта.

При одержанні коду авторизації на сервер магазину приходить підтвердження наявності коштів на рахунку клієнта і списання необхідної суми в оплату за обраний товар/послугу.

Після одержання позитивної відповіді торговець надає клієнту обраний ним товар/послугу.

Через кілька днів гроші за наданий товар/послугу (за винятком комісії банку) зараховуються на рахунок торговця.

До оплати приймаються кредитні картки, емітовані всіма банками світу, у т.ч. Visa Electron/ Maestro (останні – тільки при наявності в банку-емітента відповідної системи аутентифікації).

3.3. Розрахунок прогнозних показників зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням запропонованих заходів

Міжнародний обмін товарами може бути вигідним всім учасникам зовнішньоекономічних зв'язків за умови правильного оформлення структури експорту або імпорту. Ці положення лежать в основі оцінки економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності на будь-якому рівні.

Особливе значення має підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних умовах, коли господарська самостійність і незалежність неминуче мають привести до підвищення відповідальності й обґрунтованості прийнятих управлінських рішень.

Досліджуваному об'єкту для підвищення ефективності ЗЕД доречно використовувати удосконалену структуру управління ЗЕД та правильно обрати стратегічні орієнтації на майбутнє, для цього пропонується використовувати концепцію інтегрованого ланцюга поставок, та виконувати усі зобов'язання за експортними контрактами, це дозволить не лише підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» і, а й покращити фінансові та економічні показники господарювання даного підприємства.

Підсумовуючи все вище сказане можна стверджувати, що для покращення функціонування вже існуючих каналів розподілу на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» було б доречним по-перше, більш звільнити увагу на роботу відділу маркетингу. Оскільки результативне господарювання будь-якого підприємства прямо пов'язане з орієнтацією його

на маркетингову діяльність, в процесі якої комплексно вивчається ринок і реальні запити споживачів з метою досягнення підприємством стратегічних цілей. Через недосконалу роботу відділу маркетингу і відповідних кваліфікованих спеціалістів на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» не достатньо добре проводить маркетингові дослідження як внутрішнього ринку, так і зовнішнього, що ускладнює пошук нових ринків збуту та отримання інформації про поточну та перспективну кон'юнктуру на цільовому ринку.

По-друге, для зміцнення вже існуючих позицій та завоювання нових сегментів як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках впровадити концепцію ефективного обслуговування споживача. Це сприятиме одержанню підприємством нових переваг, зокрема, розділення витрат між учасниками розподілу продукції, сконцентрувати зусилля на виробництві та впровадженні нових видів продукції, підвищити її якість, покращенні конкурентноздатності праці тощо.

По-третє, для покращення маркетингової політики розподілу на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» було здійснено оцінку ефективності ЗЕД шляхом аналізу виконання зобов'язань за імпортними контрактами. В ході досліджень для підвищення рівня виконання імпортних контрактів необхідно здійснити наступне: підвищити рівень внутрішнього господарського контролю за виконанням контрактів у передбачені терміни; покращити роботи відділу збуту та зовнішньоекономічних зв'язків; покращити відносини та удосконалити системи збуту продукції; розвивати власну логістичну мережу.

В процесі аналізу сучасного стану міжнародного маркетингу на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» та перспектив його розвитку й вдосконалення заплановано здійснити наступні види витрат:

- участь у міжнародних виставках;
- проведення маркетингових досліджень;
- реклама на телебаченні;

- підвищення рівня кваліфікації працівників маркетингу;
- інші додаткові витрати (на оплату додаткових відряджень за кордон працівників відділу маркетингу та підрозділу маркетингових досліджень, закупівля додаткових матеріалів для ефективної роботи зазначених відділів тощо).

Для встановлення бюджету на витрати міжнародного маркетингу ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» здійснюється наступним методом: відбувається підрахунок суми постатейних витрат, відповідно поставленим цілям і завданням. Загальна сума витрат становить на 61000 грн. на 2018 рік, а до 2019 року зростає до 103 000 грн., тобто на 68,85%.

Даний спосіб є обґрунтованим для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS», оскільки даний підхід сприяє швидкій подальшій реалізації товарів, процесу перетворення товару в гроші. При проведенні імпорتنих операцій є можливість більш ретельно вирохувати витрати, що будуть при закупівлі продукції на іноземних ринках для потреб підприємства.

Наведемо грошові витрати підприємства на процедуру закупівель в Німеччині як імпортера (табл. 3.4.) Розробимо календарний план виходу ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» на ринок науково-виробничої продукції Німеччини.

Таблиця 3.4

Прогноз витрат ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» при укладанні договорів стратегічного партнерства з імпорту із підприємствами Німеччини

Статті маркетингових витрат	2018 р. (попередні дані)	Перехідний період (рубіжний контроль)			Стратегічна перспектива 2022 р.
		2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Участь у міжнародних виставках (ярмарках)	15000	18000	20000	22000	24000
Проведення	16000	20000	24000	26000	30000

маркетингових досліджень					
Реклама за кордоном	10000	12000	14000	16000	18000
Підвищення рівня кваліфікації маркетингового персоналу	10000	10000	120000	12000	13000
Додаткові витрати (відрядження, матеріали тощо)	10000	12000	14000	16000	18000
Всього витрат	61000	72000	192000	92000	103000

Основними завданнями по підготовці даного плану є:

- проведення маркетингового дослідження ринку науково-виробничої продукції Німеччини для залізничних станцій;
- розробка стратегії ведення діяльності на ринку Німеччини;
- ведення активного пошуку посередників на ринку Німеччини;
- ведення переговорів та укладання договорів з посередниками;
- оформлення партії продукції на імпорт;
- розробка плану закупівель на ринку Німеччини;
- виявлення конкурентних переваг продукції Німеччини;
- Пошук альтернативних видів закупівель на ринку Німеччини;
- аналіз отриманих результатів та коригування стратегій на майбутнє

(табл. 3.5)

Таблиця 3.5

Календарний план укладання угод ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» із контрагентами із Німеччини на 2019 р.

Завдання	Дата виконання
Проведення маркетингового дослідження ринку науково-виробничої продукції Німеччини	01.03.2019 – 15.03.2019
Розробка стратегії ведення діяльності на ринку Німеччини	15.03.2019 – 22.03.2019
Ведення активного пошуку посередників на ринку Німеччини	23.03.2019 – 31.03.2019

Ведення переговорів та укладання договорів з посередниками	01.04.2019 – 08.04.2019
Аналіз отриманих результатів та коригування стратегій на майбутнє	17.05.2019 – 21.05.2019

Проведемо розрахунок прогнозу ефективності операцій з імпорту при укладанні угод з німецькими контрагентами. Показники ефекту та ефективності вказують на доцільність поглиблення співпраці із німецькими партнерами.

Таблиця 3.6

Прогноз ефективності імпорту ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» із Німеччини на 2018-2020 рр.

Показник	Прогноз		
	Роки		
	2018 (попередні дані)	2019	2020
Фактурна вартість імпортової продукції на умовах СІР (Київ), тис грн	150	200	250
ПДВ при імпорті, тис. грн.	30	40	50
Мито, тис грн	1,65	2,6	3,75
Витрати на території України, тис. грн.	8,1	12,2	17,1
Витрати на зберігання продукції та її збут на території України, тис грн.	7,8	8,5	9,8

Закінчення табл. 3.6

Сукупні витрати при імпорті, тис. грн.	193	257	322
Чистий дохід від реалізації в Україні, тис. грн.	215	290	380
Ефект імпортової операції, тис. грн	17,45	26,7	49,35

Ефективність імпортової операції	1,11	1,12	1,17
----------------------------------	------	------	------

Моніторинг реалізації стратегії – це система постійного спостереження за його створенням. Метою такого моніторингу є: своєчасне виявлення відхилень фактичних результатів діяльності з його створення і функціонування від проектних (передбачуваних), які (відхилення) призводять до погіршення якісних і кількісних показників, з'ясування причин цих відхилень; розроблення пропозицій щодо відповідного коригування окремих напрямів діяльності з метою її нормалізації та підвищення ефективності.

Під час моніторингу ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» повинно використовувати таку систему показників:

- 1) динаміка обсягів продажу;
- 2) аналіз продажу;
- 3) частка підприємства на зовнішньому ринку.

Основні завдання, які стоять перед ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» є збільшення обсягу реалізованої продукції, тим самим збільшивши прибутки, залучення більшої кількості споживачів різних сегментів.

При реалізації проекту маркетингу завжди існує деяка вірогідність того, що реальний стан відрізнятиметься від прогнозованого, тобто існують ризики.

Відповідно до сформованого календарного плану, що сформовано для виконання проекту міжнародного маркетингу на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» визначено конкретні часові рамки, а невиконання попереднього пункту не дозволяє реалізовувати наступний.

Так з метою попередження збою виконання плану маркетингу на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» через невиконання одного з зазначених заходів розробимо корегуючі:

1) збої в виконання маркетингового дослідження корегуватимуться замовленням допомоги в здійсненні маркетингового дослідження в спеціалізованих зарубіжних консалтингових фірмах, що допоможуть вчасно надати всю необхідну для підприємства інформацію;

2) недосконала розробка маркетингової стратегії через некомпетентність маркетологів ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS», коригуватиметься також за допомогою спеціалізованих зарубіжних консалтингових фірм;

3) якщо на території Німеччини не буде знайдено посередника для закупівлі продукції, то ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» може скористатися послугами вітчизняних посередників, що здійснюватимуть експорт продукції підприємств в Україну;

4) при збої виробництва продукції на імпорт підприємство має в запасі 1 тиждень на усунення вад та недоліків та виконання повністю обумовленого обсягу, якщо підприємства не зможе виконати обумовлений обсяг, за 1 тиждень, прийняти рішення щодо штрафних санкцій;

5) При проведенні імпортової операції слід врахувати ризики щодо доставки продукції в Україну, при визначенні можливих проблем з доставкою, прийняти рішення щодо мінімізації цієї проблеми для того щоб уникнути такої самої проблеми в майбутньому.

Розглянемо прогноз товарної структури імпорту на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» на 2018-2020 рр. в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Прогноз товарної структури імпорту на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» на 2018-2020 рр., %

Назва	2018 р.	2019 р.	2020р.	2020 від 2018 рр., +/-
Кабелі	7,00	13,00	11,00	4,00
Світлодіоди	11,00	16,00	14,00	3,00

мікросхеми	9,00	9,00	14,00	5,00
Джерела живлення	14,00	17,00	16,00	2,00
Інші	59,00	45,00	45,00	-14,00
Разом	100,00	100,00	100,00	

Отже, загалом на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» спостерігається зростання обсягів імпортованої продукції, що свідчить про ефективну політику підприємства щодо механізму здійснення зовнішньоекономічних операцій.

Таким чином, в процесі аналізу сучасного стану міжнародного маркетингу на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» та перспектив його розвитку й вдосконалення заплановано здійснити наступні заходи для реалізації стратегії міжнародного маркетингу: участь у міжнародних виставках; проведення маркетингових досліджень; реклама на телебаченні; підвищення рівня кваліфікації працівників маркетингу. Для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» складений ряд заходів для реалізації стратегії міжнародного маркетингу є доцільним та оптимальним.

Висновки для розділу III. Проаналізувавши шляхи удосконалення управління ефективністю операцій з імпорту, можна зробити наступні висновки:

У результаті проведених досліджень діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» ми бачимо, що для успішного розвитку національних виробників необхідно провести тарифну реформу, яка, у свою чергу, повинна привести до порівняно уніфікованої структури мита з якомога низьким рівнем ставки. Там, де недоцільне зниження тарифних ставок, пріоритетним напрямом тарифної реформи може стати усунення звільнень від сплати мита і введення (або підвищення) податків на вітчизняні товари, захищені високими тарифами на конкуруючий імпорт.

Підприємством повинні бути здійснені такі витрати:

- створення відео-роликів про діяльність підприємства та розміщення їх на сайті. Спеціалістам необхідно розробити та відзняти відео-матеріал та

розмістити його на власному сайті. З врахуванням, що відео-проект коштуватиме – 1500 грн, та послуги програміста – 1250 грн. Звідси сумарні витрати (10 відеороликів) на впровадження проекту складуть 27500 грн. а також витрати по приєднанню до програми Verified by Visa і MasterCard SecureCode складуть 12000 грн;

Як уже зазначалося, на підприємство ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» буде прийнятий кваліфікований спеціаліст роботи – системний адміністратор з окладом 9000 грн. Річний фонд оплати праці буде складати $9000 \times 12 = 108000$ грн., а відрахування на соціальні заходи – 33960 грн. Разом затрати складуть 141960 грн.

Пропонуємо на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» створити особливий підрозділ, що забезпечить взаємодію й координацію діяльності інших підрозділів. Модель OEM ІДП має на меті здійснення контролю за основними процесами імпортової діяльності на підприємстві у межах єдиного підрозділу, тому що ця модель є адаптивною системою зі зворотним зв'язком, має розвинені зв'язки із зовнішнім середовищем і виконує найважливіші функції щодо виходу підприємства на зовнішній ринок.

Структура імпортного відділу забезпечуватиме ефективне управління імпортом, до якого входять аналіз зовнішнього середовища, планування, організація, мотивація і контроль за заходами, спрямованими на вдосконалення імпортової діяльності.

ВИСНОВКИ

Аналіз теоретичних засад та практики управління ефективністю операціями з імпорту дозволяє сформулювати такі висновки.

1. Міжнародна торговельна практика вказує на декілька методів здійснення імпортних операцій, серед яких виділяють – прямий імпорт, коли

постачання товарів підприємством безпосередньо іноземному споживачеві чи закупівлю в нього відповідних товарів. Непрямий метод імпорту характеризується продажем та купівлею товарів чи обладнання через торговельних посередників.

2. Механізм організації імпортних операцій формується та реалізується або безпосередньо фірмами-виробниками або торговельними посередниками. Це дає можливість правильно використовувати різні методи, професійно вести зовнішньоекономічну діяльність. Під механізмом проведення імпортних операцій, треба розуміти впорядковану сукупність взаємозв'язків, які виникають в процесі купівлі-продажу товар при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності

3. Науково-виробнича фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» заснована в 1993 р. Провідний напрям діяльності фірми – постачання комплектуючих елементів, матеріалів, обладнання та технологій для розробки і виробництва сучасної апаратури електронної та електротехнічної промисловості, електронних компонентів і систем.

4. Аналіз напрямків та структури товарної пропозиції засвідчив значну її диференціацію по таким ключовим групам: матеріалів для електронної та електротехнічної промисловості; технологічного обладнання для виробництва та ремонту електронної техніки; технологічних матеріалів для виробництва та ремонту електронної техніки; вимірювального та випробувального обладнання.

5. Аналіз географічної структури імпорту дозволив виявити, що компанія працює з такими широко відомими компаніями, як Analog Devices, Cree, Fluke, Fujitsu, HARTING, Hewlett-Packard, Omron, Recom, Samsung, Schroff, Siemens, Tektronix і багатьма іншими.

6. Поряд із імпортом товарів аналіз засвідчив, що ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» надає консалтингові послуги та забезпечує створення замкнутого циклу за принципом «все з одних рук», включаючи підбір і постачання всього необхідного для організації серійного

виробництва нових виробів. ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» надає замовникам повний комплекс послуг від розробки друкованих плат до випуску готових виробів. У рамках контрактного виробництва ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» виконує монтаж компонентів на друковані плати, тестування плат, складання електронних вузлів, надає послуги з доопрацювання конструкції друкованих плат для переходу на технологію SMT, тестування готових електронних виробів.

7. Контрактне виробництво ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» оснащено трьома сучасними лініями монтажу SMD компонентів корпорацій Samsung, Essemtec і PACE. Співробітники фірми регулярно проходять технічні тренінги на підприємствах цих корпорацій.

8. Фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» пропонує виробництво як одиничних зразків і перших промислових партій виробів, так і великих серій друкованих плат (від 10 до 100 тис. шт. на місяць). Сумарна продуктивність складального обладнання становить більше 1 млн SMD компонентів на добу. ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» виконує проектування друкованих плат, технологічну підготовку їх виробництва, здійснює поставки будь-якої кількості друкованих плат, що виготовляються за ДСТУ 23752-79 або за стандартом IPC-A-600G, а також проектування і виготовлення трафаретів для нанесення паяльної пасти, поставки матеріалів для виготовлення друкованих плат.

9. Науково-виробнича фірма ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» з 2000 року є офіційним дистриб'ютором в Україні всесвітньо відомої в області охорони здоров'я корпорації АБВОТТ (США) і представляє на ринку України швидкозростаючий напрямок компанії по розробці і виробництву сучасних біосенсорних засобів контролю діабету - підрозділ Abbott Diabetes Care. Відділ медичної техніки ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» поставляє в Україну постійно оновлювані моделі глюкометрів компанії Abbott Diabetes Care (MediSense Precision QID, FreeStyle Papillon Mini, Optium Omega, Optium Xceed і

FreeStyle Optium) і витратні матеріали до них, а також здійснює сервісне обслуговування цієї продукції.

10. ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» найчастіше використовує у своїх перевезеннях автомобільний транспорт та залізничний. Проаналізувавши дні імпорту, можна зробити висновок, що загалом на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» спостерігається зростання обсягів імпортованої продукції, що свідчить про ефективну політику підприємства щодо механізму здійснення зовнішньоекономічних операцій.

11. При аналізі зовнішньоекономічної діяльності ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» було виявлено, що саме торговельний та транспортний відділи виконують роль координатора зовнішньоекономічної діяльності підприємства. І це, на жаль, не позитивно відбивається на зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

12. Існуюча організаційна структура управління ЗЕД у ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» визначається тією метою і завданнями, які вона покликана вирішувати. Її мета – максималізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємстві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутрішнього управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

13. Для вдосконалення здійснення електронної комерції, ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ ФІРМИ «VD MAIS» доцільно порекомендувати співпрацювати з банками, які пропонують послуги в даній сфері, наприклад Райффайзен Банк Аваль разом з компанією «Український процесинговий центр» – сертифікованим провайдером електронних платежів – пропонує співробітництво інтернет-магазинам у сфері інтернет-еквайрінгу, зокрема з прийому платіжних карт для оплати товарів і послуг через мережу інтернет.

14. В процесі аналізу сучасного стану міжнародного маркетингу на ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» та перспектив його

розвитку й вдосконалення заплановано здійснити наступні заходи для реалізації стратегії міжнародного маркетингу: участь у міжнародних виставках; проведення маркетингових досліджень; реклама на телебаченні; підвищення рівня кваліфікації працівників маркетингу. Для ПП «НАУКОВО-ВИРОБНИЧА ФІРМА «VD MAIS» складений ряд заходів для реалізації стратегії міжнародного маркетингу є доцільним та оптимальним.

Список використаних джерел

1. Дідківський М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник/ Микола Дідківський,. - К.: Знання , 2016. - 462 с.
2. Про порядок реєстрації та обліку зовнішньоекономічних договорів (контрактів): Наказ М-ва економіки України від 29.06.2000 р. №136

3. Постанова КМУ від 12.10.2000 №1537 “Порядок визначення митної вартості товарів та предметів у разі переміщення їх через митний кордон України”.)
4. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI.
5. Булатова, А.С Економіка [текст]/А.С. Булатова – М.Н» НАУКА»,2015 - 600С .
6. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник/ Олександр Кириченко,. - 3-тє вид. перероб. і доп.. - К.: Знання-Прес, 2002. - 382 с,
7. Болт Д.Ж. Практичное руководство по управлению сбытом [текст] /Дж. Болт – Мн.: Экономика, 2012 - 245с,
8. Бутинець Ф.Ф та ін. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності Ф.Ф. Бутинець Підручник – Житомир. : ПП «РУТА»,2008 -544 С.
9. Гаевская О.Б. Управління як соціальний феномен [текст] / О.Б Гаевская - Київ нац. екон. унт. – К. КНЕУ,2012 -168 с.
10. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту [текст] /Підручник Є.Ф Брігхем Переклад з англ. Біленький В. , Медвідь О. та ін.. К – Молодь, 2017– 1000 с
11. Ганін, В.І Основи теорії економічного аналізу [текст] / В.І Ганін,– Х Самміт ,2008– 105 с.
12. Строковского Л.Е. Зовнішня економічна діяльність підприємства [текст] / Л.Е. Строковского – М, 2010 – 137 с.
13. Ведяпин В.И Загальна економічна теорія [текст] / В.И Ведяпин - М Лингва, 2010 , – 236 с.
14. Воронов, Т.О Основи теорії економічного аналізу [текст]/ Т.О Воронов,– Х Самміт 2011, – 112 с.
15. Шлихтер С.Б Світова економіка [текст]/ С.Б Шлихтер , С.Л Лебедева Навчальний посібник - К , 2017 – 198 с.
16. Кредісов А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю [текст] /навч. Посібник А.І. Кредісов . – К: Фенікс ,2012 – 453 с.

17. Шумпетер, И.М. Теория экономического развития [текст] /И.М Шумпетер, – Мн.: Прогресс, 2010 360с.
18. Пастушенко В.М. Основы международной торговли [текст] / В.М. Пастушенко Навч. Посібник - К, КНЕУ, 2009 — 448с.
19. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учебно-практическое пособие/ Е.Ф. Прокушев,. - М.: ИВЦ "Маркетинг", 2008. - 207с .
20. Грачев Ю.Н. Внешнеэкономическая деятельность. Организация и техника внешнеторговых операций. Учебно-практическое пособие/ Ю.Н. Грачев — М.Н.: «Наука»,2010. — 544 с.
21. Господарський кодекс України від 16.01.1991 № 436-IV // www.rada.gov.ua
22. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16.04.1991 року № 956-ХІІ // www.rada.gov.ua
23. Бубенко С.П. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства // Фінанси України. [текст]/ С.П. Бубенко – № 10,2010 – С. 74 – 80.
24. Бурковська А.В. Стан та проблеми зовнішньоекономічної діяльності регіону/ А.В. Бурковська // Вісник аграрної науки Причорномор'я. — 2018.— № 1 (39). – с. 55-61.
25. Васенко В.К. Валютно-фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. В.К. Васенко – Київ: «Центр навчальної літератури», 2013 – 216 с.
26. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навч. посібник. А.М. Вічевич – Львів: Афіша,2010– 140 с.
27. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов/ Л.Е. Стровский, С.К. Казанцев, Е.А. Паршина и др.; Под ред. проф. Л.Е. Стровского. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Наука. 2014 – 823 с.
28. Гребельник О.П. Основы внешнеэкономической деятельности:

Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2010,– 384 с.

29. Данилюк М.О., Савич В.І. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. М.О. Данилюк – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 204 с.

30. Дегтярева О.И., Полякова Т.Н., Саркисов С.В. Внешнеэкономическая деятельность: Учеб. пособие. – 2-е изд. – МН.: Дело, 2010. – 320 с.

31. Офіційний сайт Державної служби статистики України // www.ukrstat.gov.ua

32. Корнієнко Є.В Аналіз та прогнозування показників зовнішньої торгівлі України: роль фак-торів РЕОК, зовнішнього та внутрішнього попиту / Є.В.Корнієнко, Н.Т Шаповаленко // Вісник Національного банку України. – 2016. – № 7. – С. 24–31.

33. Мельничук І. В. Правові засади регулювання експортно-імпортних операцій//Фінанси України – № 7- 2013. – С. 26 – 40.

34. Міжнародні відносини та зовнішня політика (1945-70-ті роки): Підручник / В. А. Манжола, М. М. Білоусов, Л. Ф. Гайдуков та ін. – К.: Либідь 2010,– 558 с.

35. Моисеева Н.К. Международный маркетинг: Учебное пособие,2010. – МН.: Центр экономики и маркетинга, 320 с.

36. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник В.Є. Новицький – К.: КНЕУ,2011. – 948 с.

37. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. О.О. Орлов – К.: Скарби, 2012. – 336 с.

38. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности. (Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент). Под ред. В.М.Власовой. -М.:Финансы и статистика, 2011. – 496 с.

39. Остапенко Т.Г. Вплив експортоорієнтованих та імпортозаміщуючих галузей на зростання економіки України // Економіка, фінанси, право. Остапенко Т.Г. – 2013. – № 10. – С. 14.
40. Панкратов Ф. Г., Серьогіна Т. К. Комерційна справа: Навчальний посібник для вузів. Інформаційно-видавнича агенція "Вертекс",2015. – 352с.
41. Пельтек Л.В. Формування механізму державного регулювання зовнішньоекономічною діяльністю в регіоні/ Л.В. Пельтек // Економіка та держава. – 2017. – №4. – С.83-86.
42. Попільняк Г.О. Государственное управление внутренними процессами в стране / Г.О. Попільняк // «МН.: Наука – 2015. – С.94-99с.
43. Пономаренко В.С., Ястремская Е.Н., Луховский В.М. Механизм управления предприятием: стратегический аспект. – Х.: Изд. ХГЭУ,2010 – – 252 с.
44. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання,2012. – 654 с.
45. Сиденко В.Р. Внешнеэкономическая деятельность: проблемы системной трансформации при переходе к рынку. К., Институт мировой экономики и международных отношений НАНУ,2009– 306 с.
46. Справочник директора предприятия / Под ред. М Г. Лапусты. 4-е изд., испр., измен. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 784 с.
47. Ткаченко В.М. Некоторые положения сущности и содержания экономической безопасности государства // Економіст 2013. – № 9. — С.9.
48. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть/ А. С. Філіпенко та ін. – К.: Либідь,2010,. – 470 с.
49. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник (Під

заг. ред. А.І. Кредісова). Пер. з рос. Н. Кіт, К. Серажим. – К 2012.,– 448 с.

50. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2013. – 316 с.

51. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2010. – 488 с.

52. Чабан Г.В. Молочна промисловість: стан, проблеми і перспективи/ Г.В. Чабан// Економіка АПК. – 2013. -№5.

53. Шагалов Г., Пресняков В., Фаминский И. Регулирование внешних связей. – М.: ИНФРА, 2014. – 201 с.

54. Щербанин Ю.А. Международные экономические отношения. Интеграция: Учебн. пособие для вузов/Ю.А. Щербанин и др. – Мн.: Наука, 2012 -128 с.

55. Яремко Л.Т. Імпорт та його вплив на макроекономічні процеси // Фінанси України. – 2015. – № 7. – С. 25.