

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Організація імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності»
(за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані»)

Студентки 4 курсу, 4 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Зуєва
Крістіна Олександрівна

підпис студента

Науковий керівник
к. е. н., доцент

Прохорова М. Е.

підпис керівника

Гарант освітньо-професійної
програми
к. е. н., доцент

П'янкova O.B.

підпис керівника

Київ 2022

АНОТАЦІЯ

Зуєва К. О. «Організація імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності (за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані», м. Київ)». Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності».

Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2022.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності та прогнозу оцінка результативності імпорту обладнання з країн ЄС.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, імпорт, управлінське рішення, ціноутворення, імпортна операція.

SUMMARY

Zuieva K.O. "Organisation of equipment imports from EU countries for the hospitality industry (based on the materials of the SE "Express Delivery Company" city for Kyiv)». Manuscript.

Graduate qualification work on a speciality "Management" specialisation "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, 2022.

The graduate qualification work is devoted to practical aspects of the organization of import of equipment from EU countries for the hospitality industry, provides: research of functioning of the enterprise subject of external economic activity, analysis of the world market, realization of the administrative decision on import of equipment from EU countries for the hospitality industry and prognosis estimation of efficiency of import of equipment from EU countries

Keywords: subject of FEA, import, management decision, pricing, import operation.

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність менеджмент

Спеціалізація / освітня програма менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Затверджую

Зав. кафедри _____

«__» _____ 20__ р.

Завдання

на випускн у кваліфікаційну роботу студентів

Зуєва Крістіна Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

Організація імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності(за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані»

Затверджена наказом КНТЕУ від «20» грудня 2021 р. №4205

2. Строк здачі студентом закінченої роботи до 3.06.2022р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи – аналіз імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності

Об'єкт дослідження – процес організації імпорту обладнання з країн ЄС

Предмет дослідження – механізм організації імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності (за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані»

4. Зміст випускного кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ДП «Експрес Делівері Компані»

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ДП «Експрес Делівері Компані»

1.2. Аналіз імпортової діяльності підприємства

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

2.1. Визначення основних трансформацій індустрії гостинності на розвиток ринку обладнання

2.2. Дослідження ринку асортименту обладнання для індустрії гостинності України

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ОБЛАДНАННЯ З КРАЇН ЄС ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ДЛЯ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускного кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1.	Затвердження плану випускних кваліфікаційних робіт у наукових керівників	до 11.02.2022	до 11.02.2022
2.	Подача науковому керівнику 1-го розділу	до 15.04.2022	до 15.04.2022
3.	Подача науковому керівнику 2-го розділу	до 01.05.2022	до 01.05.2022
4.	Подача науковому керівнику 3-го розділу	до 13.05.2022	до 13.05.2022
5.	Подача науковому керівнику доопрацьованої роботи	до 25.05.2022	до 25.05.2022
6.	Попередній захист	до 01.06.2022	до 01.06.2022
7.	Подача роботи завідувачу кафедри	до 03.06.2022	до 03.06.2022

6. Дата видачі завдання « 01 » лютого 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Прохорова Марина Едуардівна
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми _____

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Зуєва Крістіна Олександрівна
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Тема випускної кваліфікаційної роботи «Організація імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності» (за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані) є актуальною, оскільки зовнішньоторговельна діяльність у вигляді імпортних операцій є фактором розвитку та економічної стабілізації країни. Зараз немає практично жодної галузі в промислово розвинених країнах, яка не була б втягнута в сферу імпорту. Для багатьох підприємств в умовах посилення конкуренції з боку імпортової продукції, в тому числі на внутрішньому ринку країни, здійснення імпортової діяльності стає єдиною можливістю утриматися на своїх позиціях. І від того, наскільки підприємство здатне протистояти негативному впливу факторів при здійсненні своїх зовнішньоторговельних операцій в непередбачуваних умовах ринку, буде залежати прибутковість імпортової діяльності підприємства. У зв'язку з цим аналіз імпортової діяльності і виявлення резервів її підвищення є актуальною проблемою дослідження.

У роботі студентка зробила дослідження діяльності суб'єкта ЗЕД ДП «Експрес Делівері Компані» та обґрунтувала вибір країни-контрагента для організації імпорту обладнання для індустрії гостинності але не склала Longlist та / або Shortlist, діаграму Ганта та не створила маркетинг-кит для підприємства .

Написання випускної кваліфікаційної роботи супроводжувалося використанням різноманітних методів серед яких метод теоретичного узагальнення, порівняння, графічного та статистичного аналізу.

Автором зроблена прогностична оцінка результативності імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності .

Викладені матеріали демонструють вміння Зуєвої К.О.. узагальнювати матеріали літературних джерел і практичного досвіду діяльності, пов'язаною з тематикою дослідження.

Усі висновки зроблені автором самостійно та обґрунтовані. Також робота носить практичний характер.

У цілому випускна кваліфікаційна робота відповідає вимогам і може бути допущена до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

_____ (прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

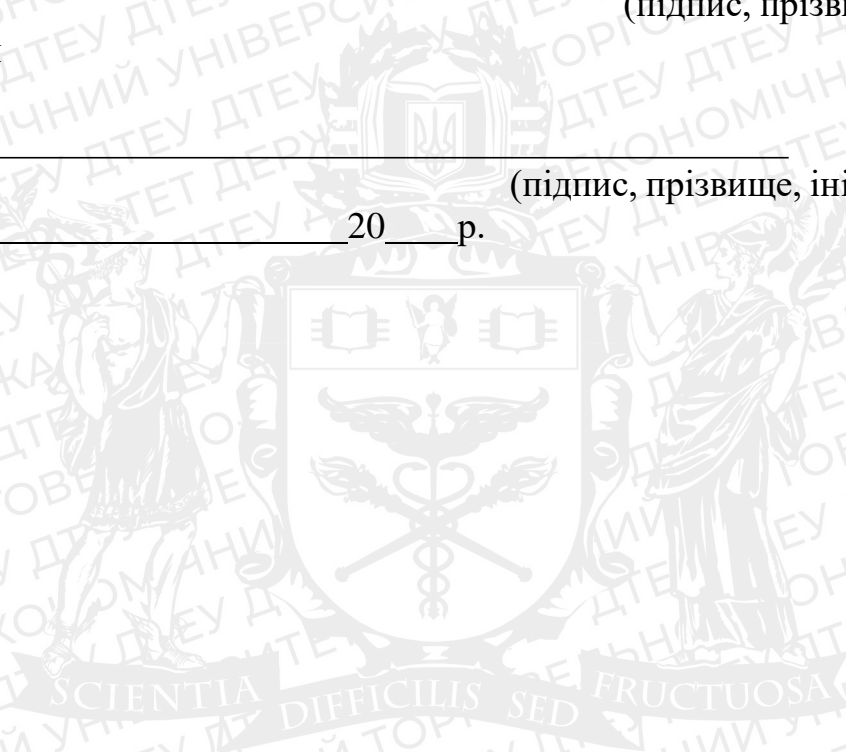
Гарант освітньої програми _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач _____

кафедри _____

« _____ » _____ 20 _____ р. (підпис, прізвище, ініціали)



ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ДП «Експрес Делівері Компані»	4
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ДП «Експрес Делівері Компані».....	4
1.2. Аналіз імпортової діяльності підприємства	7
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	13
2.1. Визначення основних трансформацій індустрії гостинності на розвиток ринку обладнання.....	13
2.2. Дослідження ринку асортименту обладнання для індустрії гостинності України	20
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ОБЛАДНАННЯ З КРАЇН ЄС ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	25
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності.....	25
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності.....	35
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45

ВСТУП

Актуальність дослідження. Зовнішньоторговельне діяльність у формі імпорتنих операцій стає все більш важливим фактором розвитку національної економіки і досягнення економічної стабільності країни. В розвинених країнах на даний час практично немає промислових підприємств, які б не займалися імпортом.

Розвиток імпорتنих операцій має особливу роль в сучасних умовах, коли відбувається процес інтеграції економіки в світове господарство. Україна проводить політику послідовного розвитку взаємовигідних обмінів з усіма закордонними країнами, які готові до цього та мають імпортні зв'язки з багатьма країнами світу. Імпорт справляє істотний вплив не тільки на економіку країни в цілому, а і на функціонування підприємств – імпортерів.

Загальне значення терміна «гостинність» зводиться до доброзичливого прийому гостей і відвідувачів, доброзичливого ставлення до них. Таким чином, цей термін включає як різноманітні процеси виробництва, так і надання послуг, з проявом особистої уваги до клієнтів (відвідувачів, туристів), а також умінням відчувати, а іноді й передбачити їхні бажання та потреби.

Крім того, ми повинні переконатися, що в сучасних ринкових умовах індустрія гостинності є повноцінним підприємством, орієнтованим на забезпечення гостей проживанням, харчуванням та напоями, а також проведення вільного часу.

У сучасній вітчизняній та зарубіжній літературі з проблем туризму та гостинності можна знайти різноманітні визначення терміну

«Гостинність», загальний зміст якої зводиться до підприємницької діяльності, заснованої на вмінні та мистецтві приймати клієнтів – споживачів готелів, туризму, визначних пам'яток, ресторанів та інших форм і видів бізнесу.

Таким чином, «гостинність» є більш широким терміном, ніж «туризм»,

оскільки він спрямований на задоволення потреб споживачів загалом, а не лише туристів. Однак обидва поняття необхідно розглядати в поєднанні, оскільки вони по суті пов'язані між собою. Туристи – це потенційні споживачі, які формують бажання, які трансформуються в потреби і безпосередньо пов'язані з їхніми подорожами.

Гостинність – це сукупність професійних видів діяльності, діяльність яких спрямована на систематичне підвищення якості обслуговування клієнтів шляхом надання їм туристичних, готельних, ресторанних, розважальних, транспортних, сервісних та інших послуг тощо.

Об'єкт дослідження – процес організації імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності

Мета – аналіз імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності.

Предмет – механізм організації імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності (за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані»)

Методи дослідження: написання роботи супроводжувалося використанням різноманітних методів серед яких метод теоретичного узагальнення, порівняння, графічного та статистичного аналізу.

Завдання дослідження:

- Дослідження діяльності суб'єкта ЗЕД ДП «Експрес Делівері Компані»;
- обґрунтування вибору країни-контрагента для організації імпорту обладнання для індустрії гостинності;
- реалізація управлінського рішення щодо імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності для індустрії гостинності.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ДП «Експрес Делівері Компані»

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ДП «Експрес Делівері Компані»

Група компаній DELIVERY розпочала роботу в 2001 році. Основною спеціалізацією групи є надання транспортно-логістичних послуг для сектору B2B (суб'єктів господарювання та корпоративного сектору) як на території України, так і за її межами.

Доставка та збір товару здійснюється на склад компанії або до дверей клієнта. Компанія доставляє вантаж від 1 кг до 8 тонн з наданням послуг пакування вантажу. Компанія надає такі послуги як:

- перевезення вантажів по Україні з видом доставки «Склад-Склад», «Склад-Двері», «Двері-Склад», «Двері-Двері»,
- адресний збір та доставка вантажів по місту та до розрахунків,
- відповідальне зберігання,
- накладений платіж,
- доупаковка товару,
- повернення тари та документів,
- надання персонального менеджера [1].

Стандартні тарифи на перевезення встановлюються залежно від ваги та обсягу вантажу. Існують окремі тарифи на перевезення палетованих і великогабаритних вантажів, автомобільних шин і дисків. Клієнти також можуть скористатися перевагами спеціально розроблених галузевих рішень, де запропонують упаковку та індивідуальну ціну доставки [2].

Основні види діяльності за КВЕД наведенні у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні види діяльності за КВЕД

Клас	Назва видів економічної діяльності та пояснення до них
50.2	<p>Вантажний морський транспорт</p> <p>Ця група включає вантажні перевезення суднами, які сконструйовані для морських і прибережних перевезень. Також сюди відносять вантажні перевезення по акваторії великих озер тощо за умови використання транспортних засобів саме цього типу.</p>
51.21	<p>Вантажний авіаційний транспорт</p> <p>Цей клас включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - перевезення вантажів авіаційним транспортом завстановленим маршрутом і розкладом - перевезення вантажів авіаційним транспортом не зарозкладом <p>Цей клас також включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - надання в оренду авіаційних транспортних засобів з екіпажем задля вантажних перевезень
52.29	<p>Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту</p> <p>Цей клас включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - експедицію вантажів - організацію перевезень, автомобільним, водним або авіаційним транспортом - організацію групових або індивідуальних відправлень вантажів (у т.ч. вивіз і доставку вантажів, а також - компонування партій) <ul style="list-style-type: none"> ○ видачу й одержування транспортної документації танакладних - діяльність митних брокерів ○ діяльність судових брокерів і агентів з фрахтування місць для авіаційних вантажних перевезень - посередництво з фрахту вантажного місця на судні або влітаку - вантажно-розвантажувальні роботи, наприклад, тимчасове пакування задля збереження вантажу під час транзитних перевезень, перепакування, вибіркового контролю та зважування вантажу тощо <p>Цей клас не включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - страхування автомобільного, водного, авіаційного транспорту, див. 65.12 - діяльність туристичних агентств, див. 79.11 - діяльність туристичних операторів, див. 79.12

Джерело: <https://evrovektor.com/kved/2010/>

Одна з компаній групи DelTruck» здійснює індивідуальні перевезення великих вантажів по території України, вантажі від 2 тонн. Перевезення вантажів повністю зафрахтованим автотранспортом для одного клієнта від 2 тонн до 20 тонн з однією або кількома адресами вантажно-розвантажувальних робіт по території України. Компанія надає такі послуги, як:

- перевезення стандартних вантажів,
- перевезення вантажів з дотриманням температурного режиму,
- перевезення збірних вантажів,
- перевезення негабаритних вантажів та інші послуги [2].

Підбір індивідуального транспортного засобу та типу причепа (брзентовий, суцільнометалевий, рефрижераторний) в залежності від специфіки вантажу та необхідного навантаження (задня, бічна, верхня) для доставки вантажу в будь-яку точку України. Гнучкий графік роботи, оперативний підбір вантажного транспорту, цілодобовий контроль його руху.

"Delivery-International" - логістична компанія з міжнародної доставки вантажів, як в Україну, так і по всьому світу повітряним, автомобільним і морським транспортом, від документів до морських контейнерів. Компанія надає такі послуги, як:

- можливість покупки та доставки товарів із зарубіжних інтернет-магазинів,
- автомобільна доставка,
- морські перевезення,
- авіаперевезення,
- митні брокерські послуги.

Здійснює професійну роботу з кожним клієнтом:

- оформлення супровідних документів,
- робота з митними органами,

- організація логістичних ланцюжків для доставки вантажів (мультимодальні перевезення) [3].

Компанія надає послуги фізичним та юридичним особам з міжнародної доставки документів та посилок.

Партнер ТОВ «Делівері» ТДВ «Страхова компанія «КВОРУМ». Страхова компанія «Кворум» працює на страховому ринку з 2016 року. Пріоритетним видом страхування СК «Кворум» є добровільне страхування вантажів та багажу.

За результатами роботи над цим видом страхування СК Кворум у 2020 році посіла 5 місце серед страхових компаній України. За результатами роботи СК «КВОРУМ» у 2020 році Рейтингове агентство «Стандарт-Рейтинг» підтвердило рейтинг фінансової стійкості СК «КВОРУМ» на рівні uaAA, що свідчить про високий рівень фінансової стійкості та спроможності СК «КВОРУМ» для виконання своїх зобов'язань, у тому числі страхових відшкодувань [3].

СК «КВОРУМ» забезпечує страховий захист перевезення вантажів будь-яким видом транспорту як по території України, так і по території інших країн світу. Під час перевезення і до отримання клієнтом вантажу протягом 45 днів, СК «КВОРУМ» гарантує надійний страховий захист майнових інтересів клієнтів – вантажовласників.

Клієнтами СК «КВОРУМ» у 2020 році стали понад 32 тис. юридичних та 336 тис. фізичних осіб. У 2020 році СК «КВОРУМ» здійснила 3 171 виплату страхового відшкодування на суму 7,7 млн грн.

Компанія має:

- понад 460 представництв в Україні;
- більше 1500 рейсів на місяць;
- 27 сортувальних та розподільних центрів;
- 14 регіональних офісів обслуговування клієнтів;
- більше 700 рейсів на добу [4].

Організаційна структура підприємства спрямована насамперед на встановлення чітких взаємозв'язків між окремими підрозділами організації, розподіл прав і обов'язків між ними.

Проаналізуємо основні економічні показники ДП «Експрес Делівері Компані» за період 2019-2021 рр. (табл. 1.2). Цей аналіз дозволяє оцінити загальний поточний стан підприємства та фінансові можливості для подальшого розвитку.

Таблиця 1.2.

Основні економічні показники фінансово-господарської діяльності ДП «Експрес Делівері Компані» за період 2019-2021 рр., тис. грн.

Індикатор	2019	2020	2021
Чистий прибуток від реалізації продукції та послуг	4746	4778	5533
Вартість проданих товарів та послуг	3409	3441	4231
Загальний прибуток	1337	1337	1302
Фінансовий результат від операційної діяльності	1039	790	626
Чистий прибуток	852	648	513

Джерело: Розраховано автором за даними фінансово-господарської діяльності підприємства

Господарська діяльність підприємства значною мірою залежить від цього, яке майно має підприємство, у які активи вкладено капітал, і який дохід приносять активи.

Попередню оцінку майнового стану підприємства проведемо за допомогою горизонтального аналізу (табл. 1.3.).

Таблиця 1.3.

Аналіз бухгалтерського балансу за 2017-2021 рр.

Показники	2017	2018	2019	2020	2021
	Тис. грн	Тис. грн	Тис. грн	Тис. грн	Тис. грн
1. Актив					
Необоротні	1510	2100	2059	1800	1380
Оборотні	13300	11200	12340	13500	14560
Витрати майбутніх періодів	24	30	0	0	20
Необоротні активи та групи вибуття	0	0	0	0	0
Баланс	14834	13330	14399	15300	15960
2. Пасив					
Власний капітал	9434	9740	10749	10850	11735
Забезпечення наступних витрат і платежів	0	0	0	0	0
Довгострокові зобов'язання	0	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість	5400	3590	3650	4450	4225
Інші активи	0	0	0	0	0
Інші зобов'язання	0	0	0	0	0
Баланс	14834	13330	14399	15300	15960

Джерело: Розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

В 2021 році спостерігається приріст оборотних активів підприємства у порівнянні з 2017 роком. Основна частка розрахунків проводиться безготівковим шляхом юридичних осіб.

Підприємство фінансово стабільне, а отже, має переваги щодо залучення інвестицій і отримання кредитів. Відповідно у такого підприємства менший ризик бути неплатоспроможним і опитинитися на межі банкрутства.

Оцінку фінансової стійкості підприємства здійснюють на основі абсолютних і відносних показників, наведено в таблиці 1.4. У складі абсолютних показників зазвичай виділяють групу показників наявності джерел формування запасів і групу показників забезпеченості запасів джерелами їх формування.

Таблиця 1.4.
Динаміка показників фінансової стійкості ДП «Експрес Делівері Компані»

Показники	Оптм. знач	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення 2021 р. від:	
							2017 р.	2020 р.
1. Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності)	>0,5	0,6 4	0,7 3	0,7 4	0,7 1	0,7 4	0,1	0,03
2. Коефіцієнт фінансової заборгованості	<0,5	-	-	-	-	-	-	-
3. Коефіцієнт фінансової залежності	зменш.	1,5 7	0,7 3	0,7 5	0,7 1	0,7 4	-0,83	0,03
4. Коефіцієнт покриття боргу	>1-1,5	1,1	0,7 3	0,7 5	0,7 1	0,7 4	-0,36	0,03

Джерело: Розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства станом на 31.12.2021р.

Розрахунок відносних показників фінансової стійкості ДП «Експрес Делівері Компані» показав, що з точки зору довготривалої перспективи фінансовий стан підприємства на кінець 2021 року щодо 2017 року покращився за рахунок зменшення фінансової залежності від кредиторів.

Зведені показники за типами фінансової стійкості наведені у таблиці 1.5

Таблиця 1.5.

Показники за типами фінансової стійкості

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Загальна величина запасів (Зп)	1510	2100	2059	1800	1380
Наявність власних оборотних коштів(В)	9434	9740	10749	10850	11735
Наявність власних та довгострокових позикових коштів (робочий капітал) (ВД)	13300	11200	12340	13500	14560
Наявність загальних коштів (ЗК)	14834	13330	14399	15300	15960
$F_{в}=В-Зп$	7924	7640	8690	9050	10355
$F_{вд}=ВД-Зп$	11790	9100	10281	11700	13180
$F_{зк}=ЗК-Зп$	13324	11230	12340	13500	14580

Джерело: Розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Абсолютна фінансова стійкість, цей показник фінансової стійкості характеризується тим, що всі запаси підприємства покриваються власними оборотними коштами, тобто підприємство незалежить від зовнішніх кредиторів.

Прибуток залежить як від економічних та техніко-експлуатаційних показників роботи підприємства, так і від тарифів за перевезення вантажів.

Перевезення вантажів та вантажообіг автомобільного транспорту ДП «Експрес Делівері Компані» наведено у таблиці 1.6.

Таблиця 1.6.

Перевезення вантажів та вантажообіг автомобільного транспорту ДП «Експрес Делівері Компані» за 2017-2021 рр.

Показники	Період				
	2017	2018	2019	2020	2021
Перевозка вантажу					
Всього тис т.	131	145	151	150	170
вантажобіг	-	-	-	-	-
Всього млн т-км	11,9	12,3	13,4	15	16

Джерело: Розраховано автором за даними річних звітів ДП «Експрес Делівері Компані» за 2017-2021 рр.

Як видно з таблиці, найбільша кількість вантажів була перевезена компанією у 2021 році, найменша – у 2017 році.

Аналізуючи отримані дані, можна зробити висновок, що обсяги послуг ДП «Експрес Делівері Компані» з кожним роком зростають, що пов'язано зі збільшенням попиту на ці послуги.

Аналіз показників ліквідності.

Ліквідність характеризує здатність підприємства швидко перетворити активи на гроші. Оцінюючи ліквідність підприємства, аналізують достатність поточних зобов'язань – короткострокової кредиторської заборгованості.

При оцінці ліквідності розраховують три основні коефіцієнти:

- коефіцієнт покриття;
- коефіцієнт швидкої ліквідності;
- коефіцієнт абсолютної ліквідності.

При проведенні аналізу балансу підприємства, насамперед здійснюють класифікацію активів підприємства за їх ліквідністю та пасивів за терміновістю оплати. Наведено за 2021 рік у таблиці 1.7.

Таблиця 1.7

Класифікація активів підприємства ДП «Експрес Делівері Компані»

Групи активів	Умовне позначення	Характеристика	Група пасивів	Умовне позначення	Характеристика
Високо-ліквідні	A1	Грошові кошти (11735 тис. грн.)	Найбільш термінові	П1	Кредиторська заборгованість (0 грн.)
Швидко-ліквідні	A2	Дебіторська заборгованість (4225 тис. грн.)	Короткострокові	П2	Короткострокові кредити та позикові кошти (0 грн.)
Повільно-ліквідні	A3	Матеріальні цінності (14560 тис. грн.)	Довгострокові	П3	Довгострокові кредити та позикові кошти (0 грн.)
Важко-ліквідні	A4	Основні засоби (2638 тис. грн.)	Постійні	П4	Джерела власних коштів (11735 тис. грн.)

Розраховано автором за даними підприємства Баланс підприємства

Джерело: вважають абсолютно ліквідним, якщо:

A1(11735 тис. грн.)>П1(0 грн.), A2(4225 тис. грн.)>П2(0 грн.), A3(14560 тис.грн.)>П3(0 грн.), A4(2638 тис. грн.)<П4(11735 тис. грн.).

Виходячи з показників підприємство вважається абсолютно ліквідним
Аналіз показників рентабельності.

Рентабельність – це ступінь дохідності, вигідності, прибутковості бізнесу. Показники рентабельності повніше, ніж прибуток, характеризують результати господарювання, тому що їхня величина відображає співвідношення ефекту звкладеним капіталом або спожитими ресурсами.

Розрахункова формула має наступний вигляд:

$РП = \frac{БП}{СА} * 100\%$, де:

РП – рентабельність;

БП – сума прибутку. Для її отримання необхідно взяти розмір виручки за розрахунковий період (2021 рік), та відняти всі витрати;

СА – вартість активів. Для визначення цієї величини необхідно підрахувати суми необоротних та оборотних активів.

Розрахуємо рентабельність підприємства за 2021 рік:

$РП = \frac{513}{(1380+14560)} * 100\% = 3,21\%$

Отже, рентабельність підприємства складає 3,21% .

Для підвищення показника рентабельності підприємство починає запровадження нових способів покращити збутову політику, а саме:

- освоєння нових ринків збуту;
- застосування методів просування, заохочення тощо;
- створення нових акційних пропозицій;
- створення відділів, що займаються забезпеченням збуту.

1.2 Аналіз імпортої діяльності підприємства

Імпортна операція – комерційна діяльність, що пов'язана з закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності. Метою здійснення імпортних операцій є закупівля обладнання для створення власних виробничих потужностей, сировини для подальшої самостійної переробки, імпорту товарів з метою реалізації на

внутрішньому ринку.

Міжнародні перевезення здійснюються компанією «Делівері Інтернешнл». «Делівері Інтернешнл» здійснює міжнародну доставку будь-якого вантажу в будь-яку точку світу. Особливо вигідні поставки збірних і дрібних вантажів:

- автомобілем;
- повітряним транспортом;
- залізничним транспортом;
- морськими контейнерами.

Послуги доступні для фізичних, юридичних та приватних підприємств.

Клієнти отримують повний спектр транспортно-логістичних і митних брокерських послуг, а також страхування вантажів. Для фізичних осіб компанія пропонує міжнародну доставку особистих речей повітряним і автомобільним транспортом.

Переваги міжнародної доставки від Delivery International:

- доставку можна здійснити практично в будь-який пункт призначення;
- доставка різними видами транспорту;
- доставка товару будь-яких розмірів, об'єму та ваги;
- надання митно-брокерських послуг;
- надання страхових послуг;
- контроль розташування вантажу;
- лояльна цінова політика та жорсткі тарифи [3].

Розвиток ринкових відносин в Україні, необхідність її входження в світовий інтеграційний процес, лібералізація зовнішньоекономічної діяльності, надання підприємствам і організаціям, що випускають конкурентоздатну продукцію, права виходу на світовий ринок вимагають нових підходів до управління зовнішньої економічної діяльності. Вивчення цих аспектів управління, особливо на рівні підприємства як основної і першочергової ланки зовнішньоекономічного комплексу країни, має на сьогодні велике значення.

Основними мотивами розвитку зовнішньої економічної діяльності підприємства є:

1. Розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою максимізації прибутку.
2. Закупка необхідної сировини, комплектуючих виробів, обладнання і нових технологій.
3. Залучення іноземних інвестицій для модернізації виробництва, щоб зміцнити конкурентноспроможність на світових ринках.
4. Участь у міжнародному розподілі праці, спеціалізації і кооперуванні виробництва з метою успішного розвитку своєї економіки.

Основні економічні показники для визначення ефективності імпортової діяльності компанії ДП «Експрес Делівері Компані» наведені у таблиці 1.8.

Таблиця 1.8.

Основні економічні показники для визначення ефективності імпортової діяльності ДП «Експрес Делівері Компані»

Індикатор	2017	2018	2019	2020	2021	Темп зростання 2020/2019,%	Темп зростання 2021/2020,%
Обсяг доходу за здійснення імпорту 1 т імпортного товару, тис. грн	72,1	83,3	85,3	88,5	89,6	2,4	3,8
Обсяг витрат на здійснення імпорту 1 т імпортного товару, тис. грн	38,8	39,5	45,7	46,3	47,9	3,5	4,1

Розраховано автором за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані»

Ми бачимо, що з кожним роком дохід від імпорту зростає.

На імпортера покладаються такі витрати:

- сплата митних зборів та інших платежів при імпорті;
- завантаження вантажів та їх транспортування з терміналу;
- оплата послуг тимчасового зберігання при митному оформленні імпорту або у разі несвоєчасного прийняття товару на складі;
- перевірка товару перед відправленням.

Географію та обсяги імпорту підприємства ДП «Експрес Делівері Компані» представлено у таблиці 1.9. З огляду на географію структури експорту продукції помітно, що підприємство активно і в значних обсягах експортує свою продукцію до багатьох країн ЄС, відповідно продукція є конкурентноспроможною та належної якості.

Таблиця 1.9

Географія імпорту холодильного обладнання ДП «Експрес Делівері Компані»

Країни	Обсяги поставок по рокам, у %					Відхилення до попереднього року, у %				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Польща	16	19	20	18	20	-	3	1	-2	2
Нідерланди	21	22	18	16	-	-	1	-4	-2	-
Іспанія	10	12	13	17	20	-	2	1	4	3
Італія	25	25	26	25	30	-	0	1	-1	5
Литва	28	22	23	24	30	-	-6	1	1	6

Джерело: Розраховано автором за даними річних звітів ДП «Експрес Делівері Компані» за 2017-2021 рр.

Це дозволяє припустити, що дане підприємство має потенціал розвитку експортної діяльності, однак потребує пошуку можливостей для його реалізації

Потенційна можливість підприємства зберігати (досягати) прийнятний фінансовий стан визначається обсягом прибутку. Необхідно відзначити, що прибутковість діяльності впливає на всі без винятку показники фінансового становища компанії є однією з ключових умов її стабільного фінансового становища.

До товарної структури імпортованих товарів підприємства ДП «Експрес Делівері Компані» входять:

- холодильні обладнання 30%
- холодильні вітрини 18%
- холодильники для напоїв 20%
- машини для виробництва льоду 20%
- інші типи устаткування (холодильники, морозильники, зовнішні блоки)

Таблиця 1.10.

Аналіз імпортних поставок ДП «Експрес Делівері Компані»

Показник	Од. виміру	Роки				Темпи зростання 2017- 2020 рр., у %
		2017	2018	2019	2020	
Обсяг імпорту	тис. грн.	38,8	39,5	45,7	46,3	16,2
Кількість товарних позицій	шт.	2	3	3	3	50
Кількість країн	од.	2	2	2	3	50
Середня вартість товарної позиції	тис. грн.	19,4	13,2	15,2	15,4	26
Середня кількість товарних позиційна одну країну	шт./од.	1/1	1/0,5	1/0,5	1/1	-

Джерело: Розраховано автором за даними річних звітів ДП «Експрес Делівері Компані» за 2017-2020 рр.

Так, користуючись даними можна зробити висновок, що ДП «Експрес

Делівері Компані» в продовж останніх 4 років збільшила темпи приросту імпорту комплектуючих на 50%.

Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності в регулюванні та обліку імпорتنих операцій проявляються у:

- нестабільний нормативно-правовій базі, тобто нестабільному законодавстві, яке постійно змінюється;
- порушення принципу самостійності і рівності учасників при здійсненні імпорتنих операцій;
- завищена ціна на обладнання.

Для удосконалення зовнішньої торгівлі в якості імпортера підприємству доцільно провести такі дії:

- проаналізувати умови функціонування підприємств, з якими підприємство буде заключати угоди;
- оцінити зовнішнє середовище, ринки закупівель, для виходу найбільш вигідніші умови.

Таким чином, група компаній DELIVERY розпочала роботу в 2001 році. Основною спеціалізацією групи є надання транспортно-логістичних послуг для сектору B2B (суб'єктів господарювання та корпоративного сектору) як на території України, так і за її межами.

Доставка та збір товару здійснюється на склад компанії або до дверей клієнта. Компанія доставляє вантаж від 1 кг до 8 тонн з наданням послуг пакування вантажу. Компанія надає такі послуги як: перевезення вантажів по Україні з видом доставки «Склад-Склад», «Склад-Двері», «Двері-Склад», «Двері-Двері», адресний збір та доставка вантажів по місту та до розрахунків, відповідальне зберігання, накладений платіж, доупаковка товару, повернення тари та документів, надання персонального менеджера.

Міжнародні перевезення здійснюються компанією «Делівері Інтернешнл». «Делівері Інтернешнл» здійснює міжнародну доставку будь-якого вантажу в будь-яку точку світу. Особливо вигідні поставки збірних і дрібних вантажів: автомобілем; повітряним транспортом; залізничним транспортом; морськими контейнерами.

З метою зменшення можливого матеріального збитку клієнтів з серпня 2012 року компанією «Делівері» спільно зі страховою компанією «Кворум» розроблена та реалізована спеціальна програма індивідуального страхування вантажів.

Аналізуючи отримані дані, можна зробити висновок, що обсяги послуг ДП «Експрес Делівері Компані» з кожним роком зростають, що пов'язано зі збільшенням попиту на ці послуги. З кожним роком дохід від імпорту зростає.



РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ- КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

2.1. Визначення основних трансформацій індустрії гостинності на розвиток ринку обладнання

Готельна галузь є одним із найбільш привабливих секторів економіки для інвестицій у зв'язку з невеликими початковими вкладеннями капіталу, постійно зростаючим попитом суспільства на готельні послуги, високим рівнем рентабельності та середнім терміном окупності проектів [1].

Готельна індустрія активно впливає на економіку міста (регіону, країни загалом), зокрема сфери господарської та соціальної діяльності. Ступінь такого впливу та економічна ефективність оцінюються за допомогою математичних моделей, що базуються на реальних статистичних даних обраного регіону. Необхідні дані фахівці отримують за допомогою маркетингових груп, наприклад Discovery Research Group, що займаються дослідженням ринку готельних послуг. Подібні дослідження дозволяють визначити тенденції розвитку готельного бізнесу, що лімітують, «проблемні» питання, намітити шляхи їх вирішення [2].

Як економічне явище, галузь, що розглядається, має індустріальну форму, виступає як продукт і послуги, які не можуть накопичуватися і транспортуватися, перерозподіляє національний дохід на користь країн, що спеціалізуються в готельному бізнесі; поєднується з усіма галузями народного господарства та видами діяльності.

Розвиток готельної промисловості зумовлює різноманіття форм організації. Найбільш характерними типами управління є оренда, управління за контрактом, управління через договір франчайзингу.

Підприємство ДП «Експрес Делівері Компані» імпортує:

- холодильники для напоїв
- морозильні камери для морозива
- машини для виробництва льоду
- холодильні вітрини для десертів,

які часто використовують для обладнання готелей, їхніх номерів та ресторанів.

Обладнання та меблі основних груп приміщень готелю при належному їх розташуванні та оптимальному зонуванні сприятиме підвищенню ефективності технологічного процесу надання готельних послуг.

Меблі, якою оснащені готельні номери, виступає важливим елементом обстановки, що впливає на естетичне сприйняття послуги проживання, що надається гостю. А тому меблі для оснащення готельних номерів вибираються виходячи з функціонального призначення номера, рівня комфорту готелю, а також враховуючи існуючі нормативи щодо меблювання та оснащення готельних номерів. Враховується також кількість кімнат у номері, його площа, кількість та розташування віконних та дверних отворів. номери більшої площі легше піддаються зонуванню та розміщенню меблів [3].

У таких номерах виділяють зону для відпочинку, зону для роботи, зону зберігання речей. Частіше всього такий номер буде обладнаний меблями для сну, вбиральні, холодильником для їжі та напоїв, робочим столом, книжковою шафою, кріслом, журнальним столиком, обіднім столом зі стільцями, меблями для відпочинку.

При оснащенні номерів обов'язково враховуються не лише її функціональні властивості, а й ергономічні характеристики.

Основні поверхні (стіни, стелі, вікна, підлога) є тим загальним тлом, у якому виглядає вся обстановка і складається враження гостя підприємстві розміщення. Меблі також грають роль важливого інструменту у формуванні інтер'єру готелю, оскільки саме меблювання з порожнього приміщення робить затишне, зручне житло, що відповідає запитам гостя [4].

При проектуванні меблів у процесі обладнання готельних приміщень суворо дотримуються функціональних норм, що забезпечують комфорт та зручність в експлуатації. Цим нормам повинні відповідати висота, глибина, ширина, кут нахилу сидінь, висота підлокітників, висота і ширина спинок диванів та крісел, довжина та ширина спального місця, довжина, ширина та висота робочої площини столів, співвідношення з висотою сидіння, розміри холодильників, відділень та ящиків шаф (виходячи із стандартних розмірів предметів) [3].

Крім розмірних норм при проектуванні окремих предметів меблів є обов'язкові вимоги до розміщення меблів. Групуючи меблі, необхідно дотримуватися правил раціонального взаєморозташування окремих предметів меблів та забезпечувати зручність користування ними. Між групами меблів слід залишати проходи достатньої ширини.

У деяких готелях ресторани приносять близько 40% загальних доходів, а багато butik-готелів навіть у період загального спаду ділових та туристських поїздок можуть успішно заробляти гроші за рахунок своїх концептуально задуманих ресторанів та барів.

Враховуючи те, що ресторан займає меншу площу, ніж інші приміщення готелю, неважко підрахувати, що прибуток ресторанів та барів у більшості готелів на квадратний метр навіть перевищує той, який забезпечує надання послуг із проживання. Тому при будівництві сучасного готелю ще на стадії проектування замовник зобов'язаний приділити особливу увагу облаштуванню барів, ресторанів, кафе. Насамперед, необхідно визначитися з кількістю посадкових місць і, виходячи з цього, встановити яке обладнання буде необхідним, а без якого можна обійтися. З цього приводу немає жорстких розрахунків, існують лише рекомендації, адже кожен готель індивідуальний: одні планують зробити свій ресторан презентабельним для гурманів, інші – обмежити харчування гостей, надаючи їм лише європейський сніданок, треті ж із радістю приготують гостю піцу чи роли.

Слід не забувати і про багато інших факторів та деталей, наприклад, про те, що в радіусі дії проєктованого ресторану та готелю розташовані інші підприємства громадського харчування – ресторани та кафе, що мають високий рейтинг у місцевих жителів. У такому разі треба враховувати і той фактор, що ці заклади, наприклад, відкриваються у другій половині дня та працюють до першої години ночі. Висновок: частина гостей, особливо постійних outdoor, що прагнуть, не скористаються послугами даних закладів.

У готелях для бізнесменів постояльці, як правило, обмежуються сніданком у готелі, а обідати та вечеряти воліють у тих місцях, де їм зручно проводити ділові зустрічі, бізнес-ланчі, вечірні коктейлі тощо. Якщо готель призначений для обслуговування туристських груп, то кількість посадочних місць має бути не менше кількості ліжко-місць у готелі (у разі обслуговування груп одночасно). Якщо гості харчуються у кілька змін, то враховується режим роботи підприємства; оборотність місць у залі протягом години; відсоток завантаження залу по годинах його роботи та місткість зали.

Відповідно визначається і склад виробничих приміщень. Він повинен включати:

- заготівельні цехи (овочевий та м'ясо-рибний),
- доготівельні цехи (холодний, гарячий, кондитерський),
- мийні кухонного та столового посуду.

До адміністративно-побутових приміщень належать:

- кабінет керуючого рестораном,
- білизняна,
- гардероб для персоналу,
- душові,
- підсобки,
- вбиральні.

У складській групі приміщень розташовуються:

- комора сухих продуктів,
- комора для зберігання овочів,

- блок камер, що охолоджуються (м'ясо-рибна; молочно-жирова; фруктів, ягід, напоїв, зелені).

За оцінкою JARN, обсяг світового ринку холодильного обладнання (з урахуванням таких сегментів, як монтаж та сервісне обслуговування) досяг у 2019 році 92 мільярдів доларів США, що на 2,2% більше за показник 2018 року. При цьому на комерційний сегмент припало 58,1 мільярда доларів, промисловий — 28,7 мільярда, частка рефрижераторного транспорту склала 5,2 мільярда доларів.

Якщо детально розглянути сегмент комерційного обладнання, то 19,2 мільярда доларів принесли продажу холодильних вітрин, 5,5 мільярда – холодильники для напоїв, 3,1 мільярда – машини для виробництва льоду. Ще 5,9 мільярда отримано з допомогою реалізації інших типів устаткування, як-от холодильники, морозильники, зовнішні блоки.

Обсяг продажів компонентів комерційної холодильної техніки становить 3,1 мільярда доларів США, торгові автомати принесли 2,3 мільярда. З погляду розподілу по регіонах найбільшим ринком холодильного обладнання залишається Північна Америка, його обсяг — 12,8 мільярда доларів США. Слідом із майже 10 мільярдами доларів йде Азія. Обсяг європейського ринку становив у 2019 році 9,3 мільярда. На долю інших регіонів припадає 7,3 мільярда доларів.

Світовий ринок торговельного холодильного обладнання оцінюється у 32 млрд. доларів у 2021 році. За середньорічного темпу зростання 6,2% до 2026 року за прогнозами має досягнути 43,3 млрд. доларів.

Як правило, у промисловому холодильному устаткуванні використовуються компресори від спеціалізованих виробників. Багато з таких виробників здобули світову популярність:

- європейські марки Danfoss (Данія), GEA Group (Німеччина),
- компанії зі США Emerson, Johnson Controls та Tecumseh Products Company,
- а також Maeyakawa та Daikin з Японії

- та ряд компаній з Тайваню та Південної Кореї.

Китайський холодильний ринок, щорічне зростання якого (у відсотках) протягом останніх 20 років виражалося двозначними числами, стало благодатним середовищем для появи та розвитку місцевих виробників, таких як Yantai Moon та Dalian Bingshan.

Останнім часом низка компаній, що спеціалізувалися на випуску компресорів, зайнялася виготовленням конденсаторних блоків та розсільних холодильних машин, що сприяє посиленню конкуренції на ринку.

Аналіз ринку показав основні тенденції, що впливають на ринок холодильного обладнання:

- зростання E-commerce, що може призвести до того, що магазини виділятимуть до 30% свого ринку для онлайн-замовлень;
- від супермаркетів до продуктових магазинів біля дому. Магазини біля дому, швидко розвиваються та забирають частину ринку у звичних нам супермаркетів. Прогнозується, що частка дискаунтерів і магазинів біля дому до 2025 року може скласти близько 50% продовольчого мережевого ритейлу. Відповідно, зростає попит на спеціалізоване холодильне обладнання.
- зростання конкуренції. Бізнесмени почали більше інвестувати в цю сферу, оскільки під час локдауну торгівля продуктами була чи не єдиною галуззю, що продовжувала приносити прибуток.
- енергоефективність. Холодильне обладнання, як правило, працює цілодобово, сподиваючи велику кількість електроенергії. Що за дослідженнями складає приблизно 40% від загального енергоспоживання супермаркетів та до 25% продуктових магазинів. Відповідно, власникам магазинів вигідніше встановлювати обладнання з нижчим рівнем енергоспоживання.

Товари при їх декларуванні підлягають класифікації, тобто у відношенні товарів визначаються коди відповідно до класифікаційних групвань, зазначених у УКТ ЗЕД.

Код УКТ ЗЕД [8418] - холодильники, морозильники, та іншехолодильне або морозильне обладнання.

Обсяги світового імпорту товарів [8418] за 5 років наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Обсяги світового імпорту товару [8418] за 5 років

Країна	2017 р. млрд. грн.	2018 р. млрд. грн.	2019 р. млрд. грн.	2020 р. млрд. грн.	2021 р. млрд. грн.
Польща	32	31	35	37	38
Нідерланди	10	12	11	10	11
Іспанія	13	17	19	19	20
Італія	7	9	9	10	13
Литва	25	29	33	36	37

Джерело: <https://ukraineinvest.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/FDI-Strategy-Section-2-Advanced-Manufacturing-Sector-UKR.pdf>

Згідно з даних наведених у таблиці 2.1. можна зробити висновок, що у порівнянні з минулими роками імпорт холодильного обладнання з країн ЄС зростає.

Лідерами імпорту товарів є Польща та Литва.

На прикладі вартості холодильного обладнання порівнюємо різницю цін між країнами імпортерами. За 2021 рік:

- з Польщі було імпортовано 2 млн шт. товарів загальною вартістю 38 млрд. грн. Відповідно середня вартість за 1 одиницю товару складає 19 тис. грн.

- з Литви було імпортовано 1761905 шт. товарів загальною вартістю 37 млрд. грн. Відповідно середня вартість за 1 одиницю товару складає 21 тис. грн.

Можна зробити висновок, що більш економічно-вигідним країною-імпортером являється Польща.

Застосування холодильного обладнання лежить у секторі виробництва (промислове охолодження і зберігання харчових продуктів), зберігання і

транспортування швидкопсувних продуктів та напівфабрикатів, які знаходяться в замороженому та охолодженому стані (холодна логістика). Виходячі з цього основним споживачем на ринку холодильного обладнання в Україні і світі є тернові мережі та готельно-ресторанний сектор. Динаміка зростання денного ринку та його ємність за останні роки відображені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Світовий ринок холодильного обладнання у грошовому вираженні, 2017-2021 рр. (млрд. доларів)

2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
40	45	50	53	57

Джерело: <https://www.beerco.com/uploads/reports/d9d1beccac3cffde0e200aa8d5950f22.pdf>

Основними можливостями для зростання є постійно зростаючий попит на даному ринку та основна необхідна умова для динамічного розвитку – сучасний, високотехнологічний та унікальний парк обладнання найвідоміших світових виробників.

2.2. Дослідження ринку асортименту обладнання для індустрії гостинності України

В Україні ринок холодильного обладнання і станції є імпортозалежним. Більше 80% завозиться в Україну. На ринок холодильного обладнання впливають чинники:

- розвиток торгових мереж, який збільшує попит на холодильне обладнання, в яких вони застосовуються;
- розвиток промислового виробництва в тому числі виробництво харчових продуктів. На багатьох підприємствах технічне забезпечення на сьогоднішній день має високу ступінь зносу. Відповідно є підвищений попит на холодильне устаткування, оскільки є необхідність заміни.

- розвиток холодної логістики, в якій виникають проблеми з нерівномірністю регіонального розподілу складів в Україні, тобто споживачі на деяких територіях можуть зіткнутися з дефіцитом пропозицій.

Коли розрахунок приміщень зали, кухонних та підсобних приміщень зроблено, можна приступати і до підбору обладнання, яке можна буде розташувати на площах.

Незалежно від обставин, спрямованості та розміру закладу, сучасне обладнання для ресторану чи кафе включає:

- теплове обладнання:
 - кухонні лінії, що складаються з плит, гарячих поверхонь, фритюрниць, мармітів, електроварок;
 - смажені шафи;
 - теплові (розстоювальні) шафи та конвекційні печі;
 - водонагрівачі;
- електромеханічні пристрої:
 - картопелечистки,
 - овочерізки,
 - м'ясорубки,
 - рибочистки,
 - фаршемішалки,
 - пилки,
 - ваги,
 - пакувальні машини;
- холодильне обладнання:
 - холодильні та морозильні столи, шафи та камери;
 - лінії роздачі та обладнання для «шведського столу»;
 - посудомийні машини;

- технологічне обладнання та меблі з нержавіючої сталі:
 - столи, мийки та стелажі виробничі;
 - рукомийники;
 - тумби та шафи;
 - візки, баки, витяжні парасольки;
- спеціалізоване обладнання для бару.

Сьогодні український ринок не відчуває нестачі в постачальниках. Така різноманітність постачальників призвела до широкого асортименту продукції на ринку, який не завжди сподобається споживачам. Пропозиція перевищує попит.

Аналіз попиту наведений в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Аналіз попиту

Особливості попиту	В чому проявляється означена характеристика	Вплив на діяльність підприємства
1	2	3
Вторинність	Вторинність попиту на холодильне обладнання впливає на попит на продукцію підприємства в цілому	Вивчення промислового ринку, пошук нових шляхів збуту продукції та нових клієнтів
Висока еластичність попиту	Попит нееластичний. Скільки б не коштувало обладнання воно необхідно в повному обсязі	Зниження цін за рахунок зниження вартості виготовленої продукції
Перехресна еластичність. Еластичність попиту за доходом.	Вартість продукції включає в себе рівень цін на сировину та матеріали, необхідні для її виготовлення	Для підвищення конкурентоспроможності, необхідно працювати з оптимальними, відповідно до ціни, якості та обслуговування постачальниками

Парність (зв'язність)	Попит на холодильні обладнання пов'язаний з попитом на купівлю та оренду приміщень призначених для готелів, ресторанів, тощо; рівнем ділової активності в країні та економіки	Співставлення майбутніх планів в компанії з поточним та прогнозованим станом ринку нерухомості та економіки
Рациональність	При купівлі продукції важливими факторами є якість та дизайн, які відповідальні за позиціонування торгової марки	Поєднання оптимальної ціни з якістю та супроводження товару додатковими сервісами (знижки, гарантії, індивідуальні пропозиції)
Сезонність	Практично відсутнє і залежить від нових споживачів	Відповідно до сезонної активності клієнтів необхідно інтенсифікувати виробництво і продаж продукції
Нестійкість	Є залежність попиту від технологічних змін	Своєчасна модернізація виробничого процесу
Поточний стан попиту	Повноцінний	Підтримка існуючого попиту з урахуванням конкуренції та змін уподобань споживачів

Джерело: https://knowledge.allbest.com/marketing/2c0a65635a3ad68a5c43a98421206c27_0.html

Відповідно аналіз можна зробити висновки:

- основними факторами при виборі товару є низька ціна та висока якість;
- для утримання клієнтів використовується додаткові послуги при покупці, але не відіграють основну роль;

- для створення іміджу надійного виробника необхідна диференціація компанії;
- однією з основ лідерства на ринку є своєчасна модернізація та оновлення технологічної бази;
- для ставання вигіднішої ціни необхідно знизити затрати на виробництво.

Цінова політика – це важливий елемент загальної стратегії підприємства, який об'єднує тактичні аспекти діяльності підприємства та стратегічні, що спрямовані на досягнення його цілей і завдань. Зростає значення маркетингу, який з орієнтацією на ринковий попит має забезпечити організацію роботи підприємства.

В розробці цінової політики необхідно враховувати такі чинники:

- при прийнятті рішення про купівлю ціна не є вирішальним мотивом;
- цінові коливання не мають значного впливу на загальний рівень закупівель матеріалів;
- збільшення ціни в період дефіциту може призвести до збільшення прибутку;
- на стратегічно важливих промислових ринках часто використовується державне регулювання цін.

Процес прийняття цінових рішень включає в себе визначення мети і цілей підприємства, здійснення позиціонування товару та визначення цілей складових стратегій комплексу маркетингу (цілей товарної стратегії, цілей збутової стратегії, цілей комунікаційної політики).

Чинники, що впливають на роль цінового фактора:

- 1) аналіз попиту;
- 2) аналіз витрат;
- 3) аналіз конкуренції;
- 4) пристосування ціни до потреб конкретної організації

5) розробка тактики ціноутворення включаючи корегування вихідної ціни із врахуванням особливостей асортименту;

б) включаючи вибір моделі ціноутворення розробити загальні стратегії.

Більш високотехнологічне обладнання краще купувати у імпортного виробника. Вони забезпечують високу якість зберігання продукції. Проаналізуємо асортимент та середню ціну холодильного та морозильного обладнання на ринку ЄС.(табл. 2.4.)

Таблиця 2.4.

Асортимент та середня ціна холодильного і морозильного обладнання на ринку ЄС, грн.

Найменування	Польща	Нідерланди	Іспанія	Італія	Литва
Холодильники для напоїв	24000	35000	30000	28000	19000
Морозильні камери для морозива	171900	200000	90000	75000	67600
Машини для виробництва льоду	7500	40000	28000	30000	9000
Холодильні вітрини для десертів	18000	45000	30000	20000	6000

Джерело: Таблиця розрахована автором за даними інтернет-магазинів

Так, користуючись даними можна зробити висновок, що цінова політика холодильного устаткування спрямована на максимально якісний товар і послуги за мінімальні витрати.

Зупинка у 2014 році єдиного виробника компресорів для холодильного обладнання ПАТ «Норд» суттєво вплинуло на перерозподіл часток ринку. Загальний обсяг поставок станом на 2018 рік на український ринок знизився втричі. В 2019 році загальний обсяг поставок зріс на 80% через збільшення обсягів виробництва для експорту в країни ЄС. Склад учасників українського ринку холодильного обладнання змінювався. Зокрема, частина виробників постачала продукцію нерегулярно, а частина взагалі припинила поставки, з'явилися нові виробники. Так, у сегменті холодильного обладнання

переобичні поставки здійснювали компанії «Nidec», «Hangzhou» і «Kulthorn»; припинили поставки компанії «Sukces», «Indesit», «Ugur Sogutma» і «Danfoss»; та почали постачання продукції компанії «Changhong», «GMCC», «GEA».

В Україні активно розвивається виробництво холодильного обладнання, в т.ч. для експорту в країни ЄС. Через відсутність деяких деталей власного виробництва (копресори), попит на них на ринку України буде задовольнятися імпортом. У такому випадку, до 2023 року можливе зростання імпортного попиту до 370-380 тис. одиниць за рік. Щодо обсягів експорту холодильного обладнання, вони можуть зрости у випадку відновлення виробництва на заводі ПАТ «Норд» у Донецьку, після закінчення війни.

Врегулювання зовнішньої торгівлі здійснюється за допомогою технічних та економічних заходів оперативного регулювання, які умовно поділяються на:

- тарифні – ґрунтуються на використанні Митного тарифу України, затвердженого законом України «Про Митний тариф України, а також особливих видів мита, передбачених Законами України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту»,

«Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» та «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну»;

- нетарифні – неавтоматичне або автоматичне ліцензування, субсидування, тарифні квоти, національні і міжнародні технічні регламенти, повне або часткове ембарго, стандарти або процедури підтвердження відповідності, обмеження строків розрахунків за зовнішньоекономічними операціями в іноземній валюті, імпортих депозитів тощо.

Зважаючи на критичний стан платіжного балансу України Верховної Ради України 4 лютого 2009 року за №923 – VI прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законів України з метою поліпшення стану платіжного балансу України у зв'язку із світовою фінансовою кризою» (набрав чинності 6 березня поточного року), яким внесено відповідні зміни до Законів України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та «Митний тариф України» щодо запровадження тимчасової надбавки до діючих ставок ввізного

мита у разі досягнення платіжним балансом України критичного стану.

Згідно з пунктом 2 розділу II «Прикінцеві положення» цього Закону запроваджена тимчасова цільова надбавка до ставок ввізного мита, діючих напередодні набрання чинності цим Законом, у розмірі 13 відсотків митної вартості товарів, що ввозяться на митну територію України в режимі імпорту, крім товарів критичного імпорту.

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності здійснюється за допомогою широкого кола засобів нетарифного і тарифного регулювання, кількість яких постійно зростає, виходячи з огляду на міжнародні зобов'язання України та потреб світової ринкової економіки. Незалежно від потреб внутрішнього товарного ринку та національного законодавства кожен чинний міжнародний договір є обов'язковий для його учасників і повинен ними добросовісно виконуватись.

Міжнародна торгівля – це первина форма міжнародних економічних зв'язків, яка являє собою обмін товарами, послугами міждержавно оформленими національними господарствами. Участь у міжнародній торгівлі набуває форми для національного господарства набуває форми зовнішньої торгівлі. Україна розвиває зовнішньоекономічні відносини і проводить активно політику економічного співробітництва з більшістю країн світу. На сьогодні таких країн – 215. Імпорт товарів в останні роки збільшився на 5,4% - до 90,3 млрд. доларів. Приріст вартісних обсягів переважно був забезпечений ціновим фактором – середні ціни імпорту зросли на 5,1%. У географічному розподілі імпорту товарів в період з 2017-2021 рр. скоротився імпорту з країн СНД, натомість суттєво зріс імпорту з інших країн світу, а саме з Азії (на 29,0%) та з Америки (на 13,8%). Імпорт з країн СНД становив 40,7% від загального обсягу, Європи – 32,5%, в тому числі з країн ЄС – 30,9%, Азії – 22%, Америки – 5,3%, Африки – 1%, Австралії і Океанії – 0,2%. В загальному обсязі імпорту холодильного обладнання найбільші надходження здійснювались з Польщі і Литви, Італії, Німеччини, Китаю.

В Європі у виробництві і експорті холодильного і морозильного обладнання лідирує литовська компанія Snaiге UAB (річний оборот – 57,3 млн євро). 90% продукції експортується в Центральну, Західну і Східну Європу.

Діюча в компанії система управління якістю і охорони навколишнього середовища відповідає міжнароднім стандартам. В середньому компанія Snaige UAB вкладає 4,3 млн. євро в нові технології і розробляє нові моделі холодильного і морозильного обладнання. Перевагами компанії є: сучасне виробництво, європейська якість, строга система оцінки якості, безпечність для навколишнього середовища та людини, зручні функції та характеристика, дизайн на будь-який смак. Snaige UAB на ринку холодильного обладнання починаючи з 1963 року. Співвідношення ціни та якості дуже привабливі для українського ринку, литовські компанії все частіше імпортують обладнання в Україну стаючи вигідною пріоритетною країною в імпорті. На литовському ринку широкий товарний асортимент продукції, який дозволяє варіювати в умовах зниження платоспроможного попиту, пропонуючи потенційним покупцям продукції різних цінових сегментів. Відповідно, на основі цього Литва являється вигідною країною для пошуку нових партнерів в постачанні холодильного обладнання.

У деяких готелях ресторани приносять близько 40% загальних доходів, а багато бутік-готелів навіть у період загального спаду ділових та туристських поїздок можуть успішно заробляти гроші за рахунок своїх концептуально задуманих ресторанів та барів.

Враховуючи те, що ресторан займає меншу площу, ніж інші приміщення готелю, неважко підрахувати, що прибуток ресторанів та барів у більшості готелів на квадратний метр навіть перевищує той, який забезпечує надання послуг із проживання. Тому при будівництві сучасного готелю ще на стадії проектування замовник зобов'язаний приділити особливу увагу облаштуванню барів, ресторанів, кафе. Насамперед, необхідно визначитися з кількістю посадкових місць і, виходячи з цього, встановити яке обладнання буде необхідним, а без якого можна обійтися. З цього приводу немає жорстких розрахунків, існують лише рекомендації, адже кожен готель індивідуальний: одні планують зробити свій ресторан презентабельним для своїх клієнтів. Обсяг продажів компонентів комерційної холодильної техніки становить 3,1 мільярда доларів США. З погляду розподілу по регіонах найбільшим ринком холодильного обладнання залишається Північна Америка, його обсяг — 12,8

мільярда доларів США. Слідом із майже 10 мільярдами доларів йде Азія. Обсяг європейського ринку становив у 2019 році 9,3 мільярда. На долю інших регіонів припадає 7,3 мільярда доларів.

При виборі холодильного обладнання необхідно враховувати якість та гарантії, які пропонує виробник; ціну, країну виробника. Литовські компанії відповідають міжнародним стандартам та є перспективними експортерами холодильного устаткування на ринку ЄС.



РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ОБЛАДНАННЯ З КРАЇН ЄС ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності

Випуск у вільний обіг на митній території України товару, щодо якого прийнято рішення, що він є об'єктом застосування заходів нагляду або регіонального нагляду за імпортом в Україну, здійснюється митним органом на підставі дозволу на імпорт, отриманого від Міністерства з використанням механізму «єдиного вікна» відповідно до Митного кодексу України.

Дозвіл на імпорт видається Міністерством у встановленій ним формі протягом 7 робочих днів від дати подання зацікавленим імпортерам відповідної заяви за встановленою Міністерством формою. У заяві, імпортер подає відомості про:

- повну назву заявника та його місцезнаходження;
- ідентифікаційний код;
- експедитора;
- декларанта;
- строк дії дозволу на імпорт;
- країну походження товару;
- країну експорту;
- митний пункт і дату ввезення в Україну та перелік засобів транспортування;
- посилання на рішення комісії, яким встановлено заходи нагляду чи спеціальні заходи;
- точний опис товару, який імпортується;
- опис товару згідно з гармонізованою системою опису і кодування товарів;

- знаки маркування та номери товару, його упаковку, номери та кількість місць, кількість упаковок;
- масу нетто (кг);
- масу брутто (кг);
- додаткові одиниці виміру;
- додаткові реквізити товарних документів;
- ціну відповідно до базисних умов поставки СІФ-кордон України в доларах чи євро;
- базисні умови поставки згідно з «ІНКОТЕРМС».

В дозволі на імпорт зазначають обсяги товару та ціну, який буде ввозитися, і те, що він є об'єктом застосування заходів нагляду або регіонального нагляду, та інші умови і інформація про це ввезення згідно з відомостями, що містяться в заяві зацікавленого імпортера. Дозвіл на імпорт діє протягом 90 днів від дати його видачі на всій території України. Ввезення товару на митну територію України здійснюється лише за умови вставленими митними органами.

Лідерами країнами-імпортерами, з якими співпрацює компанія ДП «Експрес Делівері Компані» являється Польща та Литва.

Територія Польщі та Литви знаходиться в межах митного простору ЄС – це означає, що торговельний обмін між державами-членами ЄС підпорядковується правилам внутрішнього ринку ЄС, на якому вільно переміщуються товари.

В свою чергу товарообмін Польщі і Литви зі сторонами, що не входять в ЄС, підлягає єдиним для всього Європейського Союзу принципам, що впливають із взаємної політики і єдиного митного законодавства.

Формування та здійснення спільної торгової політики відбувається на рівні співтовариства. Торговельні правила встановлює Рада Європейського Союзу або Європейська комісія шляхом прямого введення нормативних актів. Органом, що відповідає за здійснення цієї політики, в тому числі, за введення антидемпінгових, захисних і антидотаційних процедур є Європейська

комісія. В розпорядженні польської литовської влади залишилося лише видача дозволу на вивезення, ввезення і встановлення обмеження на вивезення або ввезення по економічним причинам, до яких відноситься охорона здоров'я людей та тварин із польських законодавчих актів найбільш важливе значення мають: закон Митного права і закон «Про адміністрування торговельного обороту з зарубіжними країнами», який вступив в дію в день вступу Польщі, Литви в Європейський Союз.

Транспортні послуги, як один із видів послуг, який є об'єктами міжнародної торгівлі, регулюється в межах ЄС окремо від інших видів послуг. У межах ЄС забороняється будь-яка дискримінація перевізників за національною ознакою. Крім того встановлюється заборона згідно зі ст. 75 розділу V «Угоди про заснування Європейського Співтовариства».

Дискримінаційні заходи набувають форми встановлення перевезення однакових товарів за одним маршрутом на території країни походження товарів або країни призначення.

Забороняється надання країнами-членами ЄС преференційних умов (згідно зі ст. 76 розділу 5 угоди: ставок або умов, що мають елемент підтримки або протекціонізму) окремим перевізникам, якщо інше не узгоджено відповідними органами Європейського Союзу.

Логістичне забезпечення діяльності підприємства – це поєднання засобів забезпечення логістичного потенціалу логістичної системи з засобами логістичного забезпечення менеджменту логістики і з практичним здійсненням комплексу логістичних процедур. При формуванні системи логістики підприємство варто передбачати потенційну можливість їх задіяння у складі логістичних кластерів, створення на базі кооперативних ринків локальних оптових ринків з торгівлі холодильного обладнання, організації підрозділів з електронної торгівлі.

Для здійснення безупинної виробничої діяльності, підприємство повинно мати у своєму розпорядженні ресурси: матеріальні, трудові, грошові.

Фанатові ресурси підприємства – це грошові кошти, що формуються при

утворенні підприємства в результаті виробничо-господарської діяльності за рахунок реалізації послуг і товарів, також шляхом залучення зовнішніх джерел фінансування, які можна розділити на групи: власні і позикові. Власні включають:

- статутний капітал;
- фонди, накопиченні в процесі діяльності (нерозподілений прибуток, резервний і додатковий капітал);
- інші внески фізичних і юридичних осіб.

У процесі діяльності підприємства вкладає гроші в основні засоби. Після цього витрачені гроші в вигляді виручки від реалізації повертаються на підприємство. Після відшкодування витрат підприємство отримує прибуток, який йде на формування різних фондів підприємства або утворюється єдиний фонд підприємства.

Підприємство ДП «Експрес Делівері Компані» має наявність вільних фінансових ресурсів та функціонує за їх рахунок, відповідно немає необхідності для залучення кредитних коштів.

Сьогодні на ринку домінують позиції, близько 93-95%, імпортного виробництва холодильного обладнання. В Україні є два великих виробники холодильного обладнання: харківський завод «РОСС» і мелітопольський завод «Рефма». Підприємства виробляють обмежену кількість зразків холодильного обладнання, а дизайн вітчизняних моделей дещо програє європейським. Більше всього на українському ринку холодильного обладнання польського виробництва, близько 60%. У себе в країні польське обладнання популярністю не користується і поступово здає позиції. Відповідно, польські виробники зацікавлені в українському ринку збуту. Польські виробники випускають затребувані моделі, вартість яких нижче, чим аналоги з Німеччини, Данії і других Європейських держав. Не погано представлено на українському ринку продукції німецьких і італійських виробників – близько 18%. Торгові марки Греції, Данії, Литви, Іспанії, Італії, Нідерландів, України та інших країн займають інші 22%.

На вітчизняному ринку торгове холодильне та морозильне обладнання представляє багато компаній. Серед самих великих - «Мерке», «Новий проєкт», «Торговий дизайн», «Біо». Відомими є також менші фірми, такі як «Володимир», «РОСС», «Технохолод», «Техносфера-Караван», «Єврохолод», «Камп» та інші. Компанії пропонують споживачам наступні ТМ: Cold, Juka, Igloo, Mawi, JBG, Argos – Польща; Linde, Liebherr – Німеччина; Gram, Derby, Caravell, Vestfrost – Данія; Frames, ISA, Arneg, Modnail Elite – Італія та ін.

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту обладнання з країн ЄС для індустрії гостинності.

Міжнародний договір (контракт) - це матеріальна угода між двома або більше суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземними контрагентами про встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності.

Встановленню договірних відносин передуює передконтрактний період, протягом якого кожна сторона повинна зібрати максимальну інформацію про своїх партнерів (контрагентів) і обговорити умови майбутніх угод, особливо на користь кожної зі сторін, щоб отримати інформацію про партнера. інтерес до справи, надійність як підрядника, порядність, ділові якості.

У цей період за згодою однієї сторони складається текст договору (контракту), який вивчається другою стороною, а потім шляхом взаємних переговорів формується остаточний текст договору (контракту).

Складання договору є важливою частиною міжнародного договору, оскільки в документі визначаються умови, права та обов'язки договору, а також відповідальність сторін за невиконання умов договору.

Міжнародний бізнес дуже складний у порівнянні з угодами внутрішнього характеру (між партнерами з однієї країни).

У зв'язку з цим при укладанні міжнародних договорів особливу увагу слід приділяти виконанню зобов'язань партнерів. Для цього необхідно, щоб у

тексті міжнародного договору (контракту) було передбачено широкий спектр гарантій виконання зобов'язань порівняно з текстом договору (контракту) між країнами. Зокрема, такі гарантії можуть включати 100% авансові платежі, заставу, депозити чи аванси, банківські гарантії, збереження права власності та заходи щодо спонукання партнерів до своєчасного та правильного виконання своїх зобов'язань.

Відповідно до Закону про зовнішньоекономічну діяльність суб'єкти мають право укладати зовнішньоекономічні угоди (контракти) будь-якого виду, крім прямо або повністю заборонених законодавством України.

Відповідно до ст. Статтею 6 Закону про зовнішньоекономічну діяльність визначено, що зовнішньоекономічні договори (контракти) укладаються в простій письмовій формі суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності або їх представниками, якщо інше не встановлено міжнародними договорами або законами.

Крім того, згідно з рішенням Конституційного Суду України від 26.11.98 р. № 16-рп/98 (справи про порядок підписання зовнішньоекономічних договорів) письмова форма будь-якого зовнішньоекономічного договору (контракту) є обов'язковою. Зовнішньоекономічні контракти, підписані українським суб'єктом ЗЕД. Винятки з цього правила можуть бути встановлені лише законом або міжнародними договорами в Україні.

Варто також мати на увазі, що ст. 154 Цивільного кодексу (що не суперечить ст. 6 Закону про ЗЕД) уточнює, що розуміється під письмовою формою договору і конкретизує це поняття.

Отже, згідно з ЦК, якщо законом або угодою сторін передбачено укладення договору в письмовій формі, він може бути укладений шляхом складання одного документа, підписаного сторонами, та шляхом листування листом, телеграмою, телефоном та інші засоби. Це означає, що сторони його підписують і надсилають.

При складанні тексту договору (контракту) суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності має право використовувати рекомендації міжнародно відомих процедур, міжнародних установ та організацій.

Порядок укладання зовнішньоекономічних договорів у міжнародній практиці регулюється Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу 1980 р. Стосовно до України типова форма зовнішньоекономічного договору (контракту) і зразки його формулювань наведені в Положенні про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів), яке затверджене наказом Міністерства економіки і з питань європейської інтеграції України від 06.09.2001 р. №201 (далі-Положення №201).

Відповідно до Положення №201 в обов'язковому порядку в зовнішньоекономічний договір (контракт) треба включати таке:

- 1.1. Назва, номер договору (контракту), дата і місце його укладання.
- 1.2. Преамбула.
- 1.3. Предмет договору (контракту).
- 1.4. Кількість і якість товару (обсяг виконання робіт, надання послуг).
- 1.5. Базисні умови постачання товарів (приймання-здавання виконаних робіт чи послуг).
- 1.6. Ціна і загальна вартість договору (контракту).
- 1.7. Умови платежів.
- 1.8. Умови приймання-здавання товару (робіт, послуг).
- 1.9. Упакування і маркірування.
- 1.10. Форс-мажорні обставини.
- 1.11. Санкції і рекламації.
- 1.12. Урегулювання спорів у судовому порядку.
- 1.13. Місцезнаходження (місце проживання), поштові й платіжні реквізити сторін.

За домовленістю сторін у договорі (контракті) оговорюються додаткові умови, зокрема:

- страхування;

- гарантії якості;
- умови залучення субвиконавців договору (контракту), агентів, перевізників;
- визначення норм навантаження (розвантаження);
- умови передачі технічної документації на товар, збереження торгових марок;
- порядок сплати податків, мита, зборів;
- різного роду захисні застереження;
- дата, з якої договір (контракт) набирає чинність;
- кількість підписаних екземплярів договору (контракту), можливість і порядок внесення змін у договір (контракт) та ін.

Зовнішньоекономічний договір повинен містити назву (наприклад, договір купівлі-продажу, договір комісії, договір зовнішньоекономічного бартеру і т. п.), номер, дату і місце його підписання (укладання).

Дата укладання зовнішньоекономічного договору (контракту), якщо в тексті не зазначений інший термін вступу договору (контракту) у силу, як правило, означає момент, з якого договірні відносини набирають силу – момент, з якого виникають права й обов'язки сторін за договором (контрактом).

Місце підписання договору (контракту) при певних обставинах може мати дуже важливе юридичне значення. Наприклад, якщо сторонами не узгоджено, право якої країни застосовується до зовнішньоекономічного договору (контракту), то право, що регулює зовнішньоторговельну операцію, визначається відповідно до зазначеного в договорі місця підписання. Така норма найбільш характерна і поширена у практиці міжнародного права. Аналогічна норма присутня й у Положенні № 201. Місце підписання, яке вказане в договорі, не обов'язково повинне відповідати фактичному місцю його підписання. Так, договір між українським і польським підприємствами може бути підписаний в Україні, однак у преамбулі договору (контракту) місцем його підписання може бути зазначена Польща. У практичній діяльності це означатиме, що укладаючи договір на території України сторони за

узгодженням обрали в якості права, що застосоване до їхнього договору, право Польщі.

Платіжні доручення приймаються банками лише за наявності грошей на рахунку платника. Це зменшує час і документообіг операцій під час розрахунку замовлень. У міжнародних розрахунках між вітчизняними підприємствами та організаціями та іноземними компаніями використовуються різні методи міжнародних розрахунків, але найбільш поширеними є: документарний акредитив, документарний інкасо, банківський переказ. Вітчизняні організації рідко використовують такі способи оплати, як відкритий рахунок, оплата чеками тощо.

У зовнішньоекономічному договорі (контракті) може бути зазначено: «форс-мажорні обставини» - це обставини нездоланної сили, які не залежать від волі сторін, що не існували в момент підписання контракту і виникали mimo волі продавця і покупця, а саме: воєнні дії, блокада, ембарго, пожежа, землетрус, повен, замерзання моря, проток, портів, аварія на транспорті». Початок і припинення форс-мажорних обставин повинні бути затверджені документально. Підтвердженням терміну дії обставин нездоланної сили служить довідка, видана Торгово-промисловою палатою країни (у договорі (контракті) цей факт також повинен бути обговорений).

За узгодженням сторін у тексті зовнішньоекономічного договору (контракту) може бути зазначено, що у разі виникнення форс-мажорних обставин термін дії такого договору (контракту) продовжується на час дії таких обставин.

Однак у деяких випадках обставини нездоланної сили можуть продовжуватися досить тривалий період часу, в результаті чого виконання зовнішньоекономічного договору (контракту) втрачає економічний зміст.

Тому в договорі (контракті) варто вказати граничні терміни, після закінчення яких сторони мають право анулювати взаємні зобов'язання без вимоги від контрагента відшкодування збитків. Граничним термін дії форс-мажорних обставин залежить від ряду факторів: терміну виконання договору

(контракту), характеру товару, способу продажу, торговельних порядків. Як правило, у договорах (контрактах) на продовольчі товари такий термін складає 15-30 днів, а на товари виробничо-технічного призначення – 3-6 місяців з моменту виникнення форс-мажорних обставин.

Особливе значення має оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних умовах, коли господарська самостійність та незалежність безумовно повинні привести до підвищення відповідальності і обґрунтованості управлінських рішень.

Також слід звернути увагу на те, що методика аналізу ефективності імпорту товарів виробництва є аналогічною до методики аналізу ефективності імпорту товарів споживання.

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

Під економічною оцінкою результативності зовнішньоторговельних операцій на рівні підприємства розуміють ступінь збільшення доходу від цих операцій. Критерієм економічної результативності є прибуток як основна міра ефективності.

ДП «Експрес Делівері Компані» веде переговори з литовською компанією «Snaige UAB» на закупівлю холодильників Snaige RF57SM-S5 розмірами 620*2000*660 мм за ціною 420.5€ за 1 товар.

Таблиця 3.1.

Умови угоди імпорту товарів

Найменування умови	Дані
Найменування товару	Холодильник Snaige RF57SM-S5
Код УКТ ЗЕД	8418690090
Країна-експортер	Литва
Ціна за одиницю	420.5€
Кількість товару	40
Умови постачання	DAP Київ
Курс НБУ на час здійснення платежів	30,3885€
Ставка митного тарифу: повна	0%
Пільгова	0%
ПДВ	20%

Розраховано автором за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані»

Орієнтовна ціна реалізації на внутрішньому ринку України складає 15334,08 грн. за 1 товар.

Структуру витрат, пов'язаних із закупівлею товару та його реалізацією на внутрішньому ринку наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Структура витрат щодо ціни контракту

Витрати	% від ціни контракту
Витрати на транспортування до кордону	15%
Витрати на страхування	7%
Витрати на навантаження	3%
Витрати на розвантаження	4%
Витрати на зберігання на складі експортера	2%
Матеріальні витрати імпортера	1%
Витрата на оплату праці	5%
Відрахування від ФОП	25% від ФОП

Розраховано автором за матеріалами ДП «Експрес Делівері Компані»

На основі наведених даних розраховуємо ефективність майбутньої імпортової операції:

Контрактна вартість = $420,5 \cdot 40 = 16820 \text{€} = 16820 \cdot 30,3885 = 511134,6 \text{грн.}$

Митна вартість = $16820 - (0,04 + 0,01 + 0,05 + 0,05 \cdot 0,25) \cdot 16820 = 14927,8 \text{€}$
 $= 453632 \text{грн.}$

Мито = 0

ПДВ = $16820 \cdot 0,2 = 3364 \text{€} = 51113,5 \text{грн.}$

Витрати імпортера = $16820 \cdot (0,04 + 0,01 + 0,05 + 0,05 \cdot 0,25) = 1892,3 \text{€} = 57504,2 \text{грн.}$

Імпортна ціна контракту = $16820 + 3364 + 1892,3 = 22076,3 \text{€} = 670865,6 \text{грн.}$

Ефект імпорту = $(16820 \cdot 40) - 670865,6 = 672800 - 670865,6 = 1934,4 \text{грн.}$

Ефективність імпорту = $(16820 \cdot 40) / 670865,6 = 1,002 \text{грн.}$

Отже, зробивши розрахунки, можемо зробити висновок, що розроблена імпортна операція є не досить ефективною, оскільки на 1 вкладену гривню підприємство отримує 1,002 гривні.

Доходи від діяльності підприємств гостинності та туризму в основному формуються за рахунок доходів від реалізації основних, додаткових та допоміжних послуг.

Тому ефективне функціонування готельного господарства сьогодні потребує гнучкої системи організації якості послуг, що надаються. Водночас удосконалити управління готельними компаніями в динамічному соціально-економічному просторі та розширити туризм, покращити підготовку персоналу, ефективність маркетингу та взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів на державному рівні, підтримати формування національного готельного господарства, мереж та впровадження нових підходів до організації управління стандартами готельних послуг. У сучасному готелі та громадському харчуванні можуть самоствердитися лише ті готелі, які можуть запропонувати своїм клієнтам якісний сервіс, а це неможливо без гостинності.

ВИСНОВКИ

Імпортні операції - це операції, які здійснюють ввезення на внутрішній ринок товару, закупленого у іншої країни. Якщо взяти до уваги основні критерії ефективності комерційних угод і специфіку змісту і виконання імпортного контракту, то найбільш загальними факторами його ефективності можна вважати наступні: ступінь ефективності ринку збуту фірми-імпортера; істотні умови договору купівлі-продажу імпортного товару; обмежуючі фактори, які спричиняють бюджет контракту.

Аналіз імпортних операцій проводиться з наступними цілями: оцінити рівень ефективності імпортних операцій, виявити фактори, що впливають на ефективність імпортних операцій та оцінити рівень їх впливу; спрогнозувати подальший розвиток імпортних операцій

Основні напрямки аналізу імпортних операцій включають в себе: аналіз витрат на організацію імпортних операцій; доходи від організації імпортних операцій; аналіз структури і динаміки імпортних операцій; фактори, що впливають на ефективність імпортних операцій.

Аналіз ефективності імпортної діяльності розраховуємо шляхом оцінки економічної ефективності і шляхом розрахунку інтегрального показника. Факторний аналіз необхідний для оцінки впливу різних чинників на імпортну діяльність і її ефективність. Як фактори розглядаємо інфляцію, курс долара, вплив обсягу імпорту на прибуток компанії, вплив обсягу імпорту на транспортні витрати.

У першому розділі був проведений аналіз імпортної діяльності підприємства ДП «Експрес Делівері Компані». Основний вид діяльності підприємства – імпорт обладнання з країн ЄС.

На даний момент підприємство посідає значне місце на ринку холодильного обладнання.

Також було виявлено незначне збільшення рентабельності імпорту на 3,21%, що означає незначне зниження витрат по імпорту в порівнянні з прибутком від імпортних операцій. При цьому виявлено зниження обсягу витрат на імпорт. Аналіз структури і динаміки витрат на імпорт показав зростання накладних витрат, куди входять витрати на транспорт. Звідси можна зробити висновок про необхідність зниження частки витрат на транспорт в загальній структурі витрат на імпортні операції. Слід зазначити, що розрахунок інтегрального показника виразив пряму залежність між обсягом привозимої імпортної продукції і рентабельністю підприємства. Таким чином, на основі проведеного аналізу можна зробити висновок про необхідність перегляду логістичної схеми постачання.

У другому розділі дослідили розвиток ринку обладнання. Аналіз ринку показав основні тенденції, що впливають на ринок холодильного обладнання. Визначили більш економічно-вигідну країну-імпортера Польщу. Основними можливостями для зростання є постійно зростаючий попит на даному ринку та основна необхідна умова для динамічного розвитку – сучасний, високотехнологічний та унікальний парк обладнання найвідоміших світових виробників.

При виборі холодильного обладнання необхідно враховувати якість та гарантії, які пропонує виробник; ціну, країну виробника. Литовські компанії відповідають міжнародним стандартам та є перспективними експортерами холодильного устаткування на ринку ЄС.

У третьому розділі був розроблений проект підвищення ефективності імпортної діяльності. Найбільш доцільним варіантом вирішення проблеми вважаємо: освоєння нових ринків збуту; застосування методів просування, заохочення тощо; створення нових акційних пропозицій; створення відділів, що займаються забезпеченням збуту.

У прогнозі очікується скорочення частки витрат на імпортні операції в загальній собівартості продукції за рахунок транспортних витрат, зниження витрат на імпортні операції за рахунок скорочення транспортних витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Світовий ринок товарів та послуг : навч.-метод. посібник / Л.Л. Носач [та ін.]. – Харків : «Видавництво «Форт», 2014. – 295 с.
2. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Мукачево: РВВ МДУ, 2018.- 114с.
3. Круль, Г. Я. Основи готельної справи : навч. посіб. / Г. Я. Круль. - К. : ЦУЛ, 2011. - 368 с.
4. Храбрих М.Д. Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи». Кам'янець-Подільський: Медобори-2006, 2016. - 230 с. - С.155-15
5. Давидюк Ю.В., Шокот К.М. Економіка та суспільство. - 2016. - Вип.7. - С.266-272
6. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с.
7. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 463 с.
8. Свида І. В. Регіональні механізми розвитку готельного бізнесу в умовах ринкової економіки (на матеріалах Закарпатської області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка». Ужгород, 2008. 24 с.
9. Босовська М. В. Управління якістю послуг підприємств готельного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 «економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Київ, 2009. 26 с.

10. Бовш Л. І. Інвестиційна політика підприємств готельного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец.

08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Харків, 2010. 19 с.

11. Ремеслова О. Л. Стратегічне управління підприємством готельного господарства: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2010. 20 с.

12. Ладиченко Л. І. Маркетинг відносин в управлінні підприємствами готельного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Київ, 2010. 25 с.

13. Магалецький А. В. Формування маркетингової політики підприємств готельного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Київ, 2011. 25 с.

14. Компанець К. А. Організаційно-економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец.

08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Київ, 2015. 22 с.

15. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування», веб-сайт. URL: <https://dnaor.com/> (дата звернення: 20.03.2020).

16. ДСТУ 4268:2009 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», веб-сайт. URL: <https://dnaor.com/html> (дата звернення: 20.03.2020).

17. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Терміни та визначення» веб-сайт. URL: <https://hihostels.com.ua/> (дата звернення: 20.03.2020),

18. Король С.Я. Характеристика основної діяльності готелю Матеріали міжнародної науково-практичної конференції Київ : КДТЕУ, 2000. С. 124–128.

19. Кучай О.В. Брак готелів міжнародних операторів як фактор, що стримує розвиток туризму в Україні Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2014. № 6, веб-сайт. URL: <http://nonproblem.com> (дата звернення: 22.02.2020).

20. Бутова Н.В. Перспективи інтеграції України в міжнародний ринок готельних послуг, веб-сайт. URL: <https://visnyk-onu.od.ua> (дата звернення: 22.02.2020).

21. Готельний бізнес. Прогнози і перспективи веб-сайт. URL: <https://shen.ua/tendentsii-gynka> (дата звернення: 22.02.2020).

22. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. 2014. Вип. 34. С. 292–300.

23. Оболенцева Л.В. Готельний бізнес в Україні: тенденції та перспективи розвитку веб-сайт. URL: <http://www.ahmerov.com> (дата звернення: 25.02.2020).

24. Мігущенко Ю.В. Державне регулювання туристично-рекреаційної сфери України як передумова підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. 2007. Вып. 3. С. 317–325.

25. Balakhonova O.V. Hotel Services Accounting Balakhonova, T.M. Dyachuk, M.V. Zaikina Proceedings of the International Scientific and Practical Conference Kiev, November 18-19, 2011. Kyiv: Kyiv Economic Research Center, 2011. Part II. Pp. 49–51.

26. DSTU 4268: 2003 [Tourist services. Placements], Website. URL: <https://dnaop.com/> (accessed March 20, 2020).

27. DSTU 4268: 2009 [Tourist services. Hotel Classification], website. URL: <https://dnaop.com/html> (accessed 20.03.2020).

28. DSTU 4527: 2006 «Tourist services. Terms and Definitions» Website. URL: <https://hihostels.com.ua> (accessed March 20, 2020).

29. Korol S.Ya. Characteristics of the main activity of the hotel Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. Kiyiv: KTTEU, 2000. P. 124–128.

30. Kuchai O.V. The lack of hotels of international operators as a factor limiting the development of tourism in Ukraine Problems of innovation and investment development. 2014. No. 6. Website. URL: <http://nonproblem.com>.(accessed February 22, 2020).

31. Butova N.V. Prospects for integration of Ukraine into the international hotel market by Ambassador N.V. Butova, website. URL: <https://visnyk-onu.od.ua> (accessed February 22, 2020).

