

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Ефективність міжнародних посередницьких операцій»
На матеріалах підприємства ТОВ «Делфі-Груп»

Студентки 2 курсу, 9мз групи,
факультету міжнародної торгівлі
і права
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
спеціалізації «Міжнародний
бізнес»

Григор'єва Катерина
Анатоліївна

підпис студента

Науковий керівник
канд.екон.наук, доцент кафедри
міжнародних економічних
відносин

Головня Юлія Ігорівна

підпис керівника

Гарант освітньої програми
док.екон.наук, доцент

Калюжна Наталія
Геннадіївна

підпис керівника

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Студентки Григор'євої К.А. на тему «Ефективність міжнародних посередницьких операцій».

У даній роботі розкрито сутність понять «міжнародна посередницька операція», визначено роль та значення міжнародних посередницьких операцій на підприємстві, їх особливості та види, що дозволяє суб'єкту господарювання забезпечити найбільш ефективний і економічний спосіб здійснення зовнішньоторговельної угоди. Обґрунтовано переваги використання послуг посередників у зовнішньоекономічній діяльності.

Метою дипломної роботи є розробка пропозицій з підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-груп».

У першому розділі висвітлено сутність та значення міжнародних посередницьких операцій в економічній системі. Наведено класифікацію посередників, яка дає змогу порівняти й оцінити їхні переваги, а також фактори впливу на ефективність міжнародних посередницьких операцій.

У другому розділі здійснено комплексний аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "Делфі-Груп". Дослідженню міжнародну комерційну діяльність, а також проведено оцінку ефективності міжнародних посередницьких операцій підприємства.

У третьому розділі проведено дослідження світового досвіду здійснення посередницьких операцій у сфері збуту. За результатами дослідження сформульовані комплекс заходів щодо підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій обраного нами підприємства ТОВ "Делфі-Груп", а також проведена прогнозна оцінка запропонованих нами заходів.

Одержані результати можуть бути використані при розробці практичних заходів, спрямованих на підвищення ефективності посередницьких операцій на підприємстві.

Ключові слова: посередництво, посередницькі операції, типи міжнародних посередників, ефективність міжнародної посередницької операції, споживчий ринок, контрагенти, міжнародні економічні відносини.

ANNOTATION

Students Grigorieva K.A. on the topic "The effectiveness of international intermediary operations."

This thesis researches international intermediary services concept, their role and significance at a company, as well as their features and types, that allows an economic entity to embrace the most efficient and economical way of running foreign trade agreement. It outlines benefits of using intermediary services in foreign economic activity setting.

The purpose of this thesis was to develop proposals for improving efficiency of the international intermediary services at Delphi Group LLC.

The first section covers the essence and significance of international mediation services for the economic system. It introduces intermediaries' classification that helps to compare and assess their benefits and factors of influence on international intermediary services performance.

The second section provides with a comprehensive analysis of Delphi Group LLC's financial and business activities. It includes research data on the company's international commercial activity and assessment of its international intermediary services efficiency.

The third section explores global experience in conducting intermediary services on the market. This data helped to frame and estimate a set of measures aimed at increasing efficiency of the international intermediary services at Delphi Group LLC.

The acquired research results would be applicable to companies in developing practical measures aimed at enhancement of their intermediary services.

Key words: intermediation, intermediary services, types of intermediary services, efficiency of the international intermediary services, consumer market, counterparties, international economic relations.

Реферат

Дипломна робота на тему «Ефективність міжнародних посередницьких операцій» (на прикладі ТОВ «ДЕЛФІ ГРУП») містить 89 сторінок, 20 таблиць, 5 рисунків, 5 формул, 4 додатки. Перелік посилань нараховує 52 найменувань.

Одним з інструментів розвитку бізнесу за межами країни є використання посередницької ланки. Нижчі порівняно з іншими формами виходу на зовнішні ринки витрати, знання посередниками своєрідності локального ринку, розподіл ризиків між обома сторонами угоди. Це обумовлює постійний інтерес практиків до цієї форми зовнішньоекономічної діяльності. Зазначене робить дослідження факторів, що визначають ефективність міжнародних посередницьких операцій, цікавим і своєчасним.

Наразі чинники та фактори, які впливають на ефективність посередницьких операцій, а також світовий досвід їх використання у науковій літературі досліджені недостатньо, що і обумовило вибір теми випускної кваліфікаційної роботи.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти управління ефективністю міжнародних посередницьких операцій підприємства.

Об'єктом дослідження є процес управління ефективністю міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп».

Метою дипломної роботи є розробка пропозицій з підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-груп».

У роботі було виконано наступні завдання:

досліджено сутність та здійснено класифікацію міжнародних посередницьких операцій;

визначено фактори впливу на ефективність міжнародних посередницьких операцій;

розглянуто методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних посередницьких операцій;

здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності;

проведено дослідження міжнародної комерційної діяльності ТОВ "Делфі-Груп";

оцінено ефективність міжнародних посередницьких операцій ТОВ підприємства;

досліджено світовий досвід здійснення посередницьких операцій у сфері збуту;

розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ "Делфі-Груп";

здійснено прогностичну оцінку запропонованих заходів.

У роботі було використано загальнонаукові методи (аналіз, синтез, спостереження, логічний метод), а також інструменти економічного аналізу.

У першому розділі висвітлюється поняття, сутність та класифікація міжнародних посередницьких операцій. Розглядаються фактори впливу на ефективність міжнародних посередницьких операцій та методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних посередницьких операцій.

У другому розділі проведений аналіз фінансово-господарської діяльності, дозволяє зробити висновок, що ТОВ «Делфі-Груп» є підприємством, що активно розвивається. Зростання чистого доходу та отримання і поступове збільшення прибутків вказують на те, що підприємство обрало вірну стратегію та має перспективи на ринку. Водночас вирішення потребують такі проблеми, як високий рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування та значні обсяги дебіторської заборгованості.

Проведена оцінка ефективності міжнародних посередницьких операцій свідчить, що ТОВ «Делфі-Груп» має значні перспективи, особливо за умови подальшого розширення асортименту продукції.

У третьому розділі запропоновані заходи мають на меті підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій підприємства, а саме: проведення переговорів щодо передачі функцій ремонту обладнання безпосередньо підприємствам «Munsch Chemie-Pumpen» GmbH та «VARISCO» S.p.A., що скоротить фінансові та часові витрати досліджуваного підприємства; збільшити кількість рекламних матеріалів, отримуваних від виробника, та їх переклад на українську мову; розширення асортименту насосного обладнання шляхом укладання договорів з іншими європейськими виробниками; активізація участі у виставках на території України для пошуку нових покупців.

Прогнозна оцінка запропонованих заходів свідчить, що за найбільш вірогідним сценарієм до 2021 року ефект від міжнародних посередницьких операцій підприємства складе 3317,5 тис. грн., а коефіцієнт ефективності – 1,18. При цьому при зваженому сценарії відбудеться поступове зростання показників ефективності протягом наступних років, таким чином один з основних ризиків для підприємства, що полягає у зменшенні результативності, буде мінімізовано.

Отже, торговельно-посередницькі операції можна визначити як операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі укладеної між ними угоди чи окремого доручення. Особливості здійснення міжнародних посередницьких операцій визначаються обсягом прав та обов'язків, переданих принципалом посередницькій ланці.

До основних факторів, що підвищують ефективність міжнародних комерційних операцій за участі посередників належать: зростання оперативності збуту товарів, збільшення прибутку за рахунок прискорення обігу капіталу, оперативність й активна реакція посередників на зміну

ринкової кон'юнктури, що дає їм змогу більш успішно працювати в інтересах експортера, реалізуючи товар на вигідних умовах.

Досвід провідних компаній світу вказує на те, що для досягнення оптимальних результатів необхідним є не лише співробітництво щодо поставки продукції, але також дотримання принципалом та посередником єдиних підходів до здійснення господарської діяльності.

Рекомендації, надані у роботі, носять практичну цінність та можуть використовуватися для удосконалення міжнародних посередницьких операцій на підприємстві.

Ключові слова: посередництво, посередницькі операції, типи міжнародних посередників, ефективність міжнародної посередницької операції, споживчий ринок, контрагенти, міжнародні економічні відносини.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ	5
1.1. Сутність та класифікація міжнародних посередницьких операцій	5
1.2. Фактори впливу на ефективність міжнародних посередницьких операцій	13
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних посередницьких операцій	21
Висновки до розділу 1	30
2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ "ДЕЛФІ ГРУП"	31
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Делфі-Груп»	31
2.2. Дослідження міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Делфі-Груп»	41
2.3. Оцінка ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп»	49
Висновки до розділу 2	56
3. НАПЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ «ДЕЛФІ-ГРУП»	58
3.1. Дослідження світового досвіду здійснення посередницьких операцій у сфері збуту	58
3.2. Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп»	66
3.3. Прогнозна оцінка запропонованих заходів	77
Висновки до розділу 3	86
ВИСНОВКИ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	90
ДОДАТКИ	95

ВСТУП

Одним з інструментів розвитку бізнесу за межами країни розміщення підприємства є використання посередницької ланки. Нижчі порівняно з іншими формами виходу на зовнішні ринки витрати, знання посередниками специфіки локального ринку, розподіл ризиків між обома сторонами угоди – зазначені чинники сприяють активному розвитку операцій міжнародного посередництва в Україні і світі.

Особливості окремих посередницьких операцій визначаються типом договору, укладеного між сторонами, втім метою будь-якого договору є спрощення виходу підприємства-виробника (а останнім часом і підприємства-провайдера послуг) на новий ринок. Це обумовлює постійний інтерес практиків до цієї форми зовнішньоекономічної діяльності, а також стає каталізатором її еволюції і розвитку. Зазначене робить дослідження факторів, що визначають ефективність міжнародних посередницьких операцій, цікавим і своєчасним.

Дослідженню міжнародних посередницьких операцій у вітчизняній літературі приділена значна увага. Особливості здійснення міжнародних посередницьких операцій досліджували Макагон Ю.В., Кравченко В.А., Кадуріна Л.О., Козик В.В., Кредісов А., Циганкова Т., Хоберлер Г., Ф. Рута, Корден М., Пила В.І., Пузанов І.І., Пахомов Ю., Осика С., Грабинський І., Злупко С., Савельєв Є., Денисюк С.П., Бурковський І., Леонтьєв В. та інші. Проте чинники та фактори, які впливають на ефективність операцій за участю посередників, а також світовий досвід їх використання у науковій літературі досліджені недостатньо, що і обумовило вибір теми випускної кваліфікаційної роботи.

Метою дипломної роботи є розробка пропозицій з підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп». Для реалізації мети у роботі було виконано наступні завдання:

- досліджено сутність та здійснено класифікацію міжнародних посередницьких операцій;
- визначено фактори впливу на ефективність міжнародних посередницьких операцій;
- розглянуто методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних посередницьких операцій;
- здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Делфі-Груп»;
- проведено дослідження міжнародної комерційної діяльності ТОВ «Делфі-Груп»;
- оцінено ефективність міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп»;
- досліджено світовий досвід здійснення посередницьких операцій у сфері збуту;
- розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп»;
- здійснено прогностичну оцінку запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес управління ефективністю міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп», предметом — теоретичні та практичні аспекти управління ефективністю міжнародних посередницьких операцій підприємства.

Науковою базою роботи є роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, Інтернет-джерела, аналітика з розвитку ринку насосного обладнання. У роботі було використано загальнонаукові методи (аналіз, синтез, спостереження, логічний метод), а також інструменти економічного аналізу. Рекомендації, надані у роботі, носять практичну цінність та можуть використовуватися для удосконалення міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ

1.1. Сутність та класифікація міжнародних посередницьких операцій

Міжнародні посередницькі операції відіграють значну роль в економічній системі більшості країн-учасниць міжнародних економічних відносин. Факторами, що обумовлюють динамічний розвиток посередництва, на нашу думку, є лібералізація торгівлі, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, роздрібнення і віддаленість постачальників і покупців, ускладнення комерційних операцій. Диверсифікація географії та товарної структури експортно-імпортних потоків також виступає вагомим чинником прискореного формування інституту торгового посередництва як елементу інфраструктури товарного ринку. Втім, недосконалість нормативної бази, низький професійний рівень посередників певною мірою стримують процес формування посередницьких структур та призводять до звуження функцій останніх, що, на нашу думку, не дозволяє їм повною мірою реалізувати свій потенціал.

Однією з особливостей розвитку міжнародних посередницьких операцій в Україні є його звужене та некоректне трактування: у вітчизняній економічній науці сутність посередництва зводиться до здійснення угод суб'єктами від імені і за рахунок третьої особи. Насправді ж посередництво потрібно розглядати як підприємницьку діяльність юридичних або фізичних осіб по забезпеченню комерційних операцій або як стадію обороту товарів та послуг [41, с.34]. З огляду на це, торговельно-посередницьку операцію можна визначити як операцію, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього

торговим посередником на основі укладеної між ними угоди чи окремого доручення.

Торговельне посередництво є дуже широким поняттям. Воно охоплює значне коло послуг з пошуку закордонного контрагента, підготовки і здійснення угоди, кредитування сторін і надання гарантій сплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів при транспортуванні, виконання митних формальностей, проведення рекламних та інших заходів з просування товарів на зовнішні ринки, здійснення технічного обслуговування та інших операцій. Види і характер торговельно-посередницьких операцій обумовлюються функціями, що їх виконують посередники. Сьогодні посередницькі функції значно розширилися, що пов'язано зі зростанням ролі торговельно-посередницької ланки в міжнародній торгівлі. Розширилося і надання різноманітних видів послуг, серед яких слід виокремити:

- операції з організації збуту — пошук контрагентів, підписання угод від імені продавця, надання гарантій сплати товару покупцем, проведення рекламних кампаній та дослідження ринків;
- транспортно-експедиторські операції, операції з транспортування і страхування вантажів;
- фінансування торговельних операцій;
- надання технічних послуг, здійснення післяпродажного технічного обслуговування;
- збір, обробка та надання інформації про стан і тенденції розвитку регіональних товарних ринків [43, с. 41].

Посередники здійснюють збутові операції на ринках засобів виробництва, сировини, нерухомості, товарів, послуг, цінних паперів, інтелектуальної власності. Згідно з цим і види операцій відповідають

об'єктам посередницької діяльності та типу ринку і його особливостям. Суб'єктами торговельного посередництва є фізичні та юридичні особи, що можуть бути незалежними, частково залежними та залежними. Основні види торговельного посередництва та їх характеристика представлені в табл.1.1.

Таблиця 1.1

Основні види посередницьких операцій у сфері збуту

Операція	Об'єкт посередництва	Ступінь залежності посередника	Характер взаємовідносин
Перепродаж товарів	Засоби виробництва, споживчі товари, сировина	Незалежний, частково залежний	Діє від власного імені та за свій рахунок
Консигнація	Товари, сировина	Частково залежний	Діє від власного імені, але за кошти консигнанта
Обмін	Товари, сировина	Частково залежний	Діє від імені та за рахунок третьої особи
Агентські операції	Усі види товарів і послуг	Частково залежний	Діє від імені та за рахунок принципала
Брокерські операції	Усі види товарів і послуг	Залежний	Діє від імені та за рахунок третьої особи
Біржові операції	Біржові товари (близько 70 найменувань)	Незалежний	Діє від власного імені та за рахунок учасника торгів
Аукціонні операції	Аукціонні товари (6—7 груп)	Незалежний	Діє від власного імені та за рахунок третьої особи
Тендери	Обладнання, об'єкти будівництва	Залежний	Діє від імені та за рахунок імпортера
Виставки	Усі види товарів і послуг	Незалежний	Діє від власного імені та за рахунок третьої особи

Джерело: складено за [43]

Комерційний успіх посередницьких операцій значною мірою залежить від взаємовідносин посередника з принципалом — виробником

товару. Положення посередника на ринку має певне протиріччя: з одного боку, він як повноправний представник принципала залежить від нього, з іншого — він повинен мати достатній рівень самостійності, тобто діяти автономно стосовно експортера, реалізуючи власну ринкову стратегію, спрямовану на забезпечення стабільності діяльності. Втім, посередницька діяльність дозволяє виробникам продукції:

- запобігти інвестуванню значних коштів в організацію збутової мережі на території країни-експортера або за кордоном, оскільки торговельно-посередницькі фірми мають власну матеріально-технічну базу (складські приміщення, демонстраційні зали, ремонтні майстерні, а іноді і свої роздрібні магазини);
- збільшити прибуток за рахунок продажу товару на іноземному ринку безпосередньо в моменти поліпшення кон'юнктури за вищими цінами; можливо в результаті того, що посередники, перебуваючи поряд з кінцевими споживачами, чутливо реагують на будь-які зміни попиту;
- звільнитися від багатьох операцій, пов'язаних з реалізацією товару (доставка до країни-імпортера, сортування та пакування, підбір за асортиментом, пристосування до вимог місцевого ринку, реклама тощо);
- скористатися капіталом торговельно-посередницьких фірм для фінансування угод як на основі короткотермінового, так і середньо термінового кредитування [43, с.54];
- проникнути на регіональні ринки деяких товарів, що майже монополізовані торговими посередниками і є недосяжними для встановлення прямих контактів зі споживачами.

У той самий час, реалізація посередницьких операцій, з огляду на втрату експортером безпосередніх контактів зі споживачами на зарубіжних ринках і значну залежності від сумлінності та підприємницької активності посередника. З огляду на це, при розробці збутової політики, приймаючи рішення про вибір посередницької ланки, експортні компанії зазвичай керуються наступними критеріями вибору посередника:

- потенційний посередник не повинен представляти на цій території іншу іноземну або національну фірму, яка виробляє аналогічний або конкуруючий товар.
- можливий партнер повинен мати адекватну матеріально-технічну базу — торговельні, представницькі, демонстраційні, складські приміщення та канали і засоби зв'язку;
- посередник повинен мати можливість забезпечити необхідний рівень додаткового сервісу, особливо, коли йдеться про реалізацію машин, обладнання або іншої машинно-технічної продукції (рівень до- та післяпродажного обслуговування — важливий критерій конкурентоспроможності як постачальника, так і агента).
- посередницька фірма повинна мати стабільний фінансовий стан, бездоганну ділову репутацію та готовність до тривалого співробітництва.

Специфіка здійснення міжнародних посередницьких операцій визначається, у першу чергу, її типом, тобто обсягом прав та обов'язків, покладених принципалом на посередника (рис. 1.1.).

Дилери – це оптові, рідше роздрібні посередники, які ведуть операції від свого імені і за свій рахунок. Товар закуповується ними за договором постачання. Таким чином, дилер стає власником продукції після повної оплати поставки. Відносини між виробником і дилером припиняються після виконання всіх умов за договором постачання.

Однак взаємини виробника з дилерами останнім часом здобувають різноманітні форми через прагнення виробників формувати вертикальні канали розподілу. При цьому дилери стають власниками привілеїв, поєднуючи у своїх руках ряд послідовних етапів процесу виробництва і розподілу. У логістичному ланцюзі дилери розташовані найближче до кінцевих споживачів.



Рис.1.1. Класифікація посередників за обсягом їх прав та обов'язків

Джерело: складено за [42]

Розрізняють два види дилерів. Ексклюзивні дилери є єдиними представниками виробника в даному регіоні та наділені виключними правами щодо реалізації його продукції. Дилери, які співробітничать з виробником на умовах франшизи, називаються авторизованими.

Після того, як посередник сплачує виробнику товару його вартість, він, по суті, має право на свій розсуд розпоряджатися придбаною продукцією. Дилер має право самостійно будувати систему розподілу, залучати інших посередників, встановлювати ціну на товар на внутрішньому ринку (якщо інше не передбачено договором з принципалом) та здійснювати рекламу продукції. Таким чином, дилерська діяльність характеризується високим ступенем автономії, а отже посередник, у даному випадку, має можливість самостійно приймати управлінські рішення у сфері планування, організації імпортової операції, мотивування персоналу чи контролю за перебігом операції. Це дозволяє посереднику провадити гнучку зовнішньоекономічну політику та швидко пристосовуватися до змін кон'юнктури ринку, що є перевагою даного типу операцій [40, с.116].

Дистриб'ютори – оптові та роздрібні посередники, які ведуть операції від імені виробника і за свій рахунок. Як правило, виробник надає дистриб'ютору право торгувати своєю продукцією на певній території і протягом певного терміну. Таким чином, дистриб'ютор не є власником продукції. За договором він набуває права на продаж продукції. Дистриб'ютор може діяти і від свого імені. У цьому випадку в рамках договору про падання права на продаж укладається договір постачання. У логістичному ланцюзі дистриб'ютори зазвичай займають позицію між виробником і дилерами [40, с.20].

Специфіка здійснення дистриб'юторських операцій пояснюється тим, що посередник у даному випадку фактично не має права самостійно визначати формат власної збутової діяльності. Продаючи продукцію від імені виробника, дистриб'ютор втрачає можливості підвищення ефективності власної діяльності за рахунок зниження витрат чи підвищення ціни, оскільки рівень націнки визначається для посередника принципом та не може бути змінений у односторонньому порядку.

Дистриб'ютор має право самостійно здійснювати усі функції управління, тобто на нього покладено обов'язки з планування, організації, контролю за перебігом операції, проте умови виконання цих функцій визначаються виробником товарів, що є об'єктом посередницької операції.

Комісіонери – це оптові та роздрібні посередники, які проводять операції від свого імені та за рахунок виробника. Комісіонер не є власником продукції. Виробник (або комітент у даній операції) залишається власником продукції до її передачі й оплати кінцевим споживачем. Договір про постачання продукції укладається від імені комісіонера. Таким чином, комісіонер є посередником тільки для комітента, а не для кінцевого споживача, гроші якого перераховуються на рахунок комісіонера. При цьому ризик випадкового псування і втрати продукції лежить на комітенті.

Комісіонер зобов'язаний забезпечити збереження товару. Він відповідає за втрату або ушкодження продукції з вини комісіонера.

Винагорода комісіонеру виплачується зазвичай у вигляді відсотків від суми проведеної операції або як різниця між ціною, призначеної комітентом, і ціною реалізації [34, с. 86].

Здійснення операцій комісії у значній мірі подібне до процесу управління дистриб'юторськими операціями: формат діяльності посередника визначається умовами контракту з комітентом, що ускладнює можливості комісіонера підлаштовуватися під зміни навколишнього середовища та, відповідно, знижує гнучкість посередника.

Агенти – посередники, які виступають як представники або помічники іншої основної щодо нього особи (принципала). Як правило, агенти є юридичними особами. Агент укладає угоди від імені і за рахунок принципала. За обсягом повноважень агенти поділяються на дві категорії.

Універсальні агенти здійснюють будь-які юридичні дії від імені принципала. Генеральні агенти вкладають тільки угоди, зазначені в дорученні. За свої послуги агенти отримують винагороду як за тарифами, так і за домовленістю з принципалом. Найбільш розповсюджений вид агентської винагороди – відсоток від суми укладеної угоди.

Брокери – посередники під час укладання угод, які зводять контрагентів. Брокери не є власниками продукції, як дилери або дистриб'ютори, і не розпоряджаються продукцією, як дистриб'ютори, комісіонери або агенти. На відміну від агентів, брокери не перебувають в договірних відносинах з жодною із сторін угоди, яку укладають, і діють лише на основі окремих доручень. Брокерів винагороджують тільки за продану продукцію, їх доходи можуть формуватися як певний відсоток від вартості проданих товарів або як фіксована винагорода за кожну продану одиницю товару [40, с. 33].

Таким чином, можна зробити висновок, що особливості здійснення міжнародних посередницьких операцій визначаються обсягом прав та обов'язків, переданих принципалом посередницькій ланці. У випадку, коли посередник діє від свого імені та за свій рахунок, посередницька операція

стає подібною до імпоротної. У випадку, коли посередник навпаки лише представляє інтереси виробника, більшість рішень у сфері збуту приймається саме останнім, а посередник фактично є керованою системою, якій делеговано виконання визначених відповідним договором функцій. Рівень ризику у таких випадках є для посередника незначним, проте і важелів впливу на ефективність подібних операцій посередник також не має.

1.2. Фактори впливу на ефективність міжнародних посередницьких операцій

На сьогодні, в умовах становлення ринкових відносин в Україні, ефективність міжнародних посередницьких операцій визначається низкою чинників, при чому як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру.

До основних факторів, що підвищують ефективність міжнародних комерційних операцій за участі посередників належать: зростання оперативності збуту товарів, збільшення прибутку за рахунок прискорення обігу капіталу, оперативність й активна реакція посередників на зміну ринкової кон'юнктури, що дає їм змогу більш успішно працювати в інтересах експортера, реалізуючи товар на вигідних умовах. До факторів, що впливають на ефективність посередницьких операцій, можна також віднести стійкий контакт посередників зі споживачами: контактуючи з клієнтами, посередники виступають джерелом цінної первинної інформації про рівень якості та конкурентоспроможності товарів.

Ефективність міжнародних посередницьких операцій зростає також через те, що технічне обслуговування, післяпродажний сервіс, що здійснюються посередниками, а також скорочення термінів поставок з проміжних складів сприяють підвищенню конкурентоспроможності. Створення і розвиток збутової мережі посередниками економить кошти

експортерів, а спеціалізація посередників, як правило, на масовому збуті певних товарів дозволяє знизити витрати обігу на одиницю реалізованого товару [25, с.16].

В деяких випадках використання посередницької ланки є об'єктивно необхідним, зокрема, коли окремі ринки збуту монополізовані і закриті для самостійного проникнення виробників, підприємства та організації не мають юридичного права на проведення зовнішньоторгових операцій, підприємства не можуть самостійно здійснювати дослідження закордонних ринків, займатися пошуком партнерів, грамотно розробляти умови контракту або коли підприємства, що виходять на зовнішній ринок, змушені використовувати посередників через те, що так склалися міжнародні торговельні звичаї (наприклад, при операціях на аукціонах, при торгівлі на біржі і т. д.) [20, с. 36].

На ефективність посередницьких операцій в значній мірі впливає також обсяг обов'язків та повноважень, покладених на них. Так, посередники, що діють на ринку України, здійснюють окрім безпосередньо сприяння здійсненню комерційних операцій, також пристосування товарів до вимог споживачів, проводять переговори з метою узгодження цін та інших умов для подальшого акту передачі власності, організують товарорух, транспортування та складування товарів тощо. Вадливою функцією, покладеною на посередників, є також фінансування - пошук та використання коштів для покриття витрат діяльності з доставки товарів до споживачів [18, с.10]. Залежно від того, який обсяг повноважень покладено на посередника, визначаються його витрати і, відповідно, змінюється ефективність операцій.

До факторів зовнішнього характеру, що впливають на ефективність міжнародних посередницьких операцій, належить відсутність у

посередників належної кваліфікації для виконання зазначених функцій, що обумовлює ситуацію, за якої плата за посередницькі послуги дійсно стягується, проте покладені на посередника функції або не виконуються, або ж виконуються на неналежному рівні.

На нашу думку, невідповідність ціни та якості посередницьких послуг є однією з найбільших проблем розвитку міжнародного посередництва на сучасному етапі, оскільки подібна ситуація негативно позначається на ставленні учасників торговельних відносин до посередників, знижує довіру до них та повертає українську економіку у ситуацію, коли потреба у кваліфікованому посередництві існує, проте жодних дій зі створення передумов для його розвитку, у тому числі, через недовіру, не здійснюється.

Залучення посередницької ланки у діяльність вітчизняних підприємств дозволяє знизити витрати на реалізацію продукції або здійснення операцій з матеріально-технічного забезпечення виробництва, знизити рівня запасів готової продукції або необхідних матеріально-технічних ресурсів, зменшити кількості постачальницько-збутових операцій, досягти кращого контактування зі споживачами або постачальниками, банками, транспортними, складськими, експедиторськими, страховими фірмами, іншими суб'єктами сфери товарного обігу, досягти високої оперативності реакції на зміни ринкової кон'юнктури, підвищити ступень конкурентоспроможності товарів, забезпечити доступу до первинної ринкової інформації. Втім, досягнення зазначених позитивних результатів міжнародної посередницької діяльності можливе лише за умови створення в Україні належних передумов для розвитку інституту посередництва.

Окрім цього, до факторів, що знижують ефективність міжнародних посередницьких операцій, можна також віднести слабку правову базу, яка

складається із фрагментів непрямих законів. В її основі лежать також відомчі нормативні акти, різні інструкції і положення, а частіше за все розробки самих посередників. Зрозуміло, що таку базу неможливо вважати прийнятною. Сьогодні, по суті, відсутні норми регулювання таких специфічних договорів, як договір про надання права продажу товарів (не говорячи вже про кваліфікацію діяльності дистриб'юторів чи дилерів), договір консигнації, агентський договір, біржовий контракт, договір лізингу, договір аукціонного продажу та ін. Тим часом на практиці операції в рамках таких договорів здійснюється досить широко. З огляду на це, необхідним є прийняття прямих законів, систематизованих норм права, що сприятимуть ефективному регулюванню всієї сукупності відносин, що виникають у сфері торгівлі, у тому числі на міжнародному рівні за участю посередників [20, с.36].

Ще один важливий фактор, що знижує ефективність міжнародних посередницьких операцій, носить організаційний характер. Сутність проблеми полягає в тому, що в Україні організаційні форми торговельного посередництва формуються стихійно. Вони часто мають вигляд деформованих копій зарубіжних структур, які важко вписуються в реальну вітчизняну практику.

Аналіз показує, що структура посередницьких фірм спрощена, нераціональна у функціональному плані. Це стосується перш за все бірж, аукціонів, дистриб'юторських, консигнаційних фірм, брокерських контор. Вони мають дещо урізану, проте достатньо функціональну структуру, що пояснюється двома причинами: по-перше, - прагненням до економії коштів на функціонування посередницької фірми, по-друге, - загальною тенденцією до універсалізації діяльності посередників.

Гостро стоїть питання про територіальну організацію посередників, їх спеціалізацію. Справа в тому, що дуже важливими принципами функціонування більшості посередників є розподіл територій. Це означає, що посередник територіально обмежений в своїй діяльності. Реалізація цього принципу потребує регулювання територіальної організації посередників, їх розмежування, спеціалізації, перегляду антимонопольного законодавства [5, с.45].

До основних факторів, що знижують ефективність міжнародних посередницьких операцій в Україні, можна віднести також те, що фінансовий механізм даного виду діяльності також лише формується. У ньому тільки визначаються фінансово-економічні важелі: ціни, процентні ставки, винагороди, пільги, стимули, податки. Але ці важелі досить слабо адаптовані до специфіки діяльності торгово-посередницької діяльності. Це відноситься перш за все до цін, знижок на об'єкти угод, ставок, платежів, деяких податків. При цьому невідрегульовані також гарантії з боку посередника, його відповідальність перед контрагентами.

На ефективність міжнародних посередницьких операцій впливає також вибір та обґрунтування типу збутової політики. На сьогодні існує три підходи до формування збутової політики через посередника: інтенсивна, ексклюзивна, та селективна.

Інтенсивна збутова політика передбачає забезпечення запасами продукції якомога більшої кількості торгових підприємств. Ексклюзивна збутова політика передбачає навмисно обмежену кількість посередників, які торгують даною продукцією в межах збутових територій. Селективна збутова політика— це дещо середнє між методами інтенсивного та ексклюзивного розподілу. Селективний розподіл дозволяє виробнику

досягти необхідного охоплення ринку за умови більш жорсткого контролю і з меншими витратами, ніж при організації інтенсивного розподілу.

Залежно від того, який тип розподілу обрано принципалом, процес управління посередницькими операціями має свої особливості. Це пов'язано, у першу чергу з тим, що у випадку інтенсивного збуту окрім решти факторів посередник має також враховувати можливість конкуренції з іншими посередниками, а у випадку ексклюзивного збуту, навпаки, може апелювати до унікальності продукції, яку він пропонує споживачам. Таким чином, вже на етапі планування посередницької операції, посередник бере до уваги існуючу збутову політику принципала та на її основі формує стратегію власної діяльності.

На ефективність міжнародних посередницьких операцій впливає також вибір системи розподілу продукції. Для підвищення ефективності збуту продукції та з метою економії засобів організації часто використовують багатоканальні системи розподілу продукції [8, с. 172].

Комерційні оптові організації одержують право власності для наступного перепродажу продукції. Комерційні оптові організації поділяються на організації з повним і обмеженими обслуговуванням та надають такі послуги: збирання асортименту продукції в певному місці, забезпечення торгового кредиту, зберігання та поставка товарів, участь у реалізації та товаропросуванні та участь у маркетингових дослідженнях тощо.

Оптовики з повним циклом обслуговування поділяються на: торговців оптом, які працюють з підприємствами вроздріб і різняться між собою широтою асортиментного набору товарів та дистриб'юторів, які торгують повністю від свого імені, укладають договори як з продавцями, так і з

покупцями, вивчають ринок, забезпечують рекламу і мають склади. Вони встановлюють ціни і займаються сервісом.

Оптовиками з обмеженим обслуговуванням називають оптовиків-комівояжерів - збутових посередників, які за дорученням клієнта (продавця) шукають покупців на його товари та одержують винагороду пропорційно до обсягів здійснених продажів, оптовиків-організаторів, які повністю переймають право на товари та пов'язаний з цим ризик з моменту прийняття замовлення до моменту завершення поставки. Вони не зберігають товари, а лише сприяють прямій передачі їх від виробника безпосередньо споживачеві, оптовиків-консигнаторів, що торгують за умови консигнації, тобто через договірні склади, коли право власності на продукцію, яка надійшла на склад, залишається за постачальником до моменту її продажу.

До залежних оптових посередників належать: брокери, агенти [6]. Брокери працюють на біржі та зводять покупців і продавців з їх товарами для укладення угоди. Вони не зберігають товарних запасів, не займаються фінансовим аспектом угоди, не ризикують і одержують за свої послуги комерційну винагороду. Агенти поділяються на агентів виробників, збутових агентів, комісіонерів. Агенти виробників працюють на декількох виробників і мають справу з не конкуруючими товарами з винятковим правом збуту на певній території. Збутові агенти за умовами договору відповідають за маркетинг продукції одного виробника і мають повноваження вести переговори щодо цін, кредитів, поставок. Комісіонери за дорученням іншої сторони (клієнта) за визначену комісійну винагороду здійснюють за його рахунок угоду, але від свого імені. В цьому випадку договірні відносини не мають довгострокового характеру.

Таким чином, для забезпечення високої ефективності міжнародних посередницьких операцій слід розраховувати оптимальну кількість товару,

необхідну для продажу. У зарубіжній практиці з цією метою визначають критичну точку кількісного об'єму продажів. Знаючи вартість загальних і операційних витрат з придбання кожного товару, критичну точку можна знайти шляхом ділення загальних прямих витрат на долю вартості торгової одиниці в загальних прямих витратах. В результаті розрахунку виявляється критична точка, в якій вартість продажів рівна вартості витрат. Всі продажі нижче цієї точки збиткові. Кількість товарів, проданих понад цю точку, веде до підвищення частки вартості товару в загальних прямих витратах і, отже, є прибутковим.

Визначення оптимального обсягу продажу є однією з найважливіших функцій посередника на етапі планування, оскільки дозволяє усім учасникам посередницької операції мінімізувати витрати і, відповідно, підвищити ефективність збуту.

Для визначення прибутку від продажів по кожному кількісному рівню встановлюють середнє число необхідних для продажу товарів. При зниженні ціни збільшується кількість товарів, що продаються, і навпаки, при збільшенні - кількість товарів, що продаються, зменшується. Щоб розрахувати кількісний об'єм продажу товарів, при якому досягається отримання максимального прибутку, необхідно встановити середній прибуток від продажів по кожному рівню.

Порівняння розмірів середнього прибутку для кожного кількісного об'єму продажів дозволяє знайти точку, в якій при певній кількості проданих товарів не спостерігається отримання додаткового середнього прибутку. Таким чином, середній прибуток виражається в отриманні додаткового доходу шляхом збільшення кількісного об'єму продажів.

Здійснення ефективної посередницької операції має базуватися на економіко-організаційних принципах:

- різноманітності і змагальності форм, структур і масштабів оптових підприємств, формування і видозміни їх залежно від інтересів торгових і виробничих підприємств і об'єднань, що діють на ринку;
- повного звільнення оптових підприємств від виконання функцій адміністративного регулювання і контролю руху товару;
- недопущення прямого адміністративного підпорядкування оптових підприємств державним виконавським органам;
- рівних економічних прав ведення оптової торгової діяльності без адміністративного обмеження ринку збуту для підприємств всіх форм і видів власності;
- платності оптових торгових послуг, що надаються оптовими підприємствами будь-яким своїм клієнтам. Це відноситься до операцій, пов'язаних з фізичним обслуговуванням товару (експедиція, зберігання, фасування, доопрацювання), і до комерційного посередництва або послуг з організації господарських відносин [11, с. 43].

На наш погляд, лише за умови врахування зазначених принципів при здійсненні посередницьких операцій вони можуть бути ефективними.

1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності міжнародних посередницьких операцій

Однією з умов створення і впровадження ефективного механізму економічного регулювання господарської діяльності загалом і зовнішньоекономічної діяльності, зокрема, є формування комплексної системи аналізу. Важливим, на нашу думку, є и аналіз ефективності посередницьких операцій, оскільки він, з одного боку, дозволяє принципалу оцінити розроблену компанією систему збуту та внести у неї відповідні

корективи, а з іншого — дає посереднику можливість виявити резерви підвищення ефективності власної діяльності.

На сьогодні не існує методик оцінки ефективності посередницьких операцій, тому пропонуємо оцінювати з використанням інструментарію оцінки ЗЕД підприємства. На даний час більшість підприємств не застосовує системного підходу до аналізу і контролю своєї зовнішньоекономічної діяльності, який передбачає дослідження всього комплексу факторів, що впливають на кінцевий результат здійснення зовнішньоторговельних операцій. Це негативно впливає на загальну результативність господарської діяльності підприємства, оскільки при комплексному аналізі повністю охоплюється взаємозалежна сукупність показників, які повністю або частково відображають таку важливу її частину у виробничому і фінансовому плані, як зовнішньоекономічна діяльність.

Посередницька діяльність характеризується комплексністю та складністю, що обумовлює необхідність аналізу показників різного плану при оцінці її ефективності. Тому, на першому етапі оцінки посередницьких операцій пропонуємо проводити так званий вертикальний характер, що передбачає оцінку різнопланових показників та їх вплив на результуючий показник.

Другим вектором в системі аналізу ефективності посередницьких операцій є горизонтальний (трендовий) аналіз. Це вид аналізу, що полягає у вивченні динаміки окремих показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства в часі. У практиці цього аналізу розраховують темпи зростання (приросту) окремих показників за декілька періодів і визначають загальні тенденції їх зміни, тобто тренд. Основними формами горизонтального (трендового) аналізу ЗЕД підприємств є: порівняння

зовнішньоекономічних показників звітної періоду (року, кварталу, місяця) з показниками попереднього періоду, порівняння окремих показників за конкретними зовнішньоторговельними угодами, порівняння показників ЗЕД за кілька попередніх періодів (угод) з метою виявлення тенденцій їх зміни [8, с.172].

Третім вектором системи аналізу ЗЕД підприємства є вивчення особливостей показників за видами і формами (імпорт товарів і послуг, імпорт товарів виробничого призначення, обладнання, торгівля технологіями та ліцензіями тощо).

Система аналізу показників ЗЕД передбачає дослідження показників від I до IV рівня в динаміці за видами і формами діяльності, що дає можливість комплексного підходу для визначення основних напрямків та важелів ефективного економічного регулювання даного виду діяльності підприємства.

Вертикальний аналіз передбачає ранжування показників ЗЕД за рівнями в залежності від ступеня узагальнення та впливу на кінцеву (інтегральну) ефективність ЗЕД. В процесі такого відбору спочатку відбираються основні вихідні характеристики зовнішньоекономічної діяльності підприємств I рівня. Це ціна, собівартість продукції, обсяг та структура реалізації, капітальні і поточні витрати, податкові платежі тощо. II рівень — це доходи-витрати, тобто більш узагальнені характеристики ЗЕД, що розраховуються на основі показників I рівня. Важливе значення при аналізі і, відповідно, регулюванні ЗЕД має визначення факторів, що впливають, в першу чергу, на дохід і витрати, а відтак і на ефективність ЗЕД. До основних факторів впливу на результати ЗЕД традиційно відносять собівартість та ціну продукції, обсяг реалізації, спосіб оплати, відсоткову ставку за кредитом, умови поставки, валюту платежу, валютний курс,

податкову ставку, транспортні витрати, мито тощо. Серед перерахованих показників слід виділити ті, що характеризують умови здійснення зовнішньоторговельні операції. До них належать:

- ціна за експортну/імпортну продукцію зафіксована в українській валюті;
- ціна за експортну/імпортну продукцію зафіксована в валюті імпортера/експортера або третіх країн;
- ціна за експортну/імпортну продукцію зафіксована в валюті імпортера/експортера або третіх країн, спосіб оплати за товар — комерційний кредит [14, с. 163].

Перші два етапи оцінки включають розрахунок беззбиткової зовнішньоторговельної ціни імпортного товару, мінімально допустимих витрат на імпорт визначеного товару в залежності від умов здійснення зовнішньоторговельних операцій. Дані показники характеризують другий рівень в системі аналізу ЗЕД.

ІІІ рівень системи — це показники економічної ефективності окремих видів ЗЕД, які в свою чергу поділяються на показники ефекту (визначаються як різниця між результатами і затратами) та показники ефективності (характеризують відносний ефект, результативність процесу, операції, проекту і визначаються як відношення результату до затрат, які зумовили його одержання).

Обґрунтування теоретичних засад щодо визначення категорії «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» та методики її визначення знаходяться в центрі уваги вітчизняних науковців тривалий час. Головним напрямом наукових розробок першої половини 50-х років ХХ ст. було прагнення уточнити вартісні інструменти, за допомогою яких проводилося порівняння внутрішніх та зовнішньоторговельних цін з метою виявлення відносної ефективності обміну.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це складна категорія, яка поєднує у собі параметри, що характеризують розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків. Для того щоб показники ефективності давали на практиці правильну відповідь на питання про доцільність реалізації підприємством тих чи інших зовнішньоторговельних операцій, варто правильно обрати критерій ефективності.

Критерієм ефективності зовнішньоекономічної діяльності є максимум чистого доходу від експортних (або, залежно від виду зовнішньоекономічної діяльності, імпорتنих) операцій. Згідно з цим критерієм, варто обирати найліпші варіанти співробітництва з зовнішніми торговельними партнерами. Кількісна оцінка цього критерію здійснюється на основі порівняння сукупного ефекту тих чи інших варіантів зовнішньоекономічного співробітництва підприємства та сумарних витрат, пов'язаних із його реалізацією [15, с.70].

Розрахунок показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства може проводитися поетапно за такими напрямками: імпорт та експорт товарів, товарні групи; торгівля з окремими країнами та групами країн; торгівля за готівку чи в кредит; спільні підприємства чи за іншими формами міжнародного співробітництва.

Слід зазначити, що в економічній літературі існують різні точки зору та підходи щодо визначення економічної ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Правомірно визначати її в цілому по підприємству і за окремими товарами або товарними групами. Такий підхід дозволяє оцінити раціональність асортиментної структури експортних та імпорتنих товарів, а також визначати рівень досягнення синергетичного ефекту в зовнішньоторговельній діяльності [17, с. 119].

Оскільки найбільш поширеними видами зовнішньоекономічної діяльності є зовнішньоторговельні операції, то визначення ефективності

імпортних та експортних операцій є одним із основних напрямів вдосконалення діяльності підприємств у сфері зовнішньоекономічних відносин.

Показниками визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства є показники відносної і абсолютної ефективності експорту та імпорту, рівень рентабельності експорту та імпорту.

Економічна доцільність проведення зовнішньоторговельної операції визначається позитивним значенням показника економічного ефекту, а також значенням економічної ефективності більшим одиниці або ж вибором однієї з альтернативних операцій, значення економічного ефекту та ефективності від проведення якої є більшим.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності оцінюється виходячи із зіставлення світових і внутрішніх цін, що виражені в одній валюті. ЗЕД вважається ефективним, якщо зазначене співвідношення перевищує одиницю, тобто у разі існування можливості одержання більшої вигоди від купівлі товарів за кордоном, ніж від їх залучення на внутрішньому ринку. Точна оцінка ефективності зовнішньої торгівлі вимагає проведення спеціальних досліджень, оскільки вартість зовнішньоторговельних потоків залежить від масштабів товарних партій, періодів поставок, умов взаєморозрахунків тощо.

Четвертий рівень системи оцінки ЗЕД представлений інтегральними показниками. Якщо підприємство-посередник займається експортною та імпоротною діяльністю одночасно, тобто закуповуючи товари за кордоном, перепродає їх і на внутрішньому ринку і на ринку третіх країн, то для оцінки його роботи на зовнішньому ринку за певний період можуть бути розраховані інтегральні показники ефективності зовнішньоторговельної діяльності.

Показник інтегрального економічного ефекту від експортно-імпоротної діяльності $E_{ек.-імп.}$. Може бути розрахований як сума економічних ефектів від експорту та від імпорту за визначений період часу [38]:

$$E_{ек.-імп.} = E_{ек.} + E_{імп.} \quad \text{де:} \quad (1.1)$$

$E_{ек.-імп.}$ — інтегральний економічний ефект від експортно-імпоротної діяльності, грн;

$E_{ек.}$ — сумарний економічний ефект експорту за визначений період часу, грн.;

$E_{імп.}$ — сумарний економічний ефект імпорту за визначений період часу, грн.

Ефект експортно-імпоротної діяльності може бути визначений як сума ефектів за всіма експортними та імпортними угодами за відповідний проміжок часу. Для більшої достовірності у формулу (3.1) слід підставляти ті значення $E_{ек.}$ ($E_{ек.1}$, $E_{ек.2}$, $E_{ек.3}$) та $E_{імп.}$ ($E_{імп.1}$, $E_{імп.2}$, $E_{імп.3}$) (додаток Ц), які відповідають умовам здійснення ЗТО.

Економічний зміст показника інтегрального економічного ефекту (1.1) в тому, що він показує прибуток, який отримав учасник ЗЕД за відповідний проміжок часу за всією сукупністю експортно-імпортних операцій.

Інтегральний показник ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства за відповідний період часу розраховується як відношення інтегрального економічного ефекту від експортно-імпоротної діяльності до сумарних затрат на експорт та імпорт за проміжок часу, за який визначається ефективність [38]:

$$EE_{ек.-імп.} = \frac{E_{ек.-імп.}}{ПВ_{ек.} + Ц_{імп.}} \quad \text{де:} \quad (1.2)$$

$E_{ек.-імп.}$ — інтегральний економічний ефект експортно-імпоротної діяльності за певний період часу, грн.;

$PB_{ек}$. — повні затрати на експорт, грн.;

$C_{имп.}$. — вартість імпорту, грн.

Слід зазначити, що вартість імпорту ($C_{имп.}$) в залежності від умов здійснення ЗТО коригуються: якщо ціна на імпортовану продукцію в іноземній валюті, то на K_v (валютний курс), якщо спосіб оплати за товар — комерційний кредит, то на $K_{кр.}$ (коефіцієнт кредитного впливу).

Дуже часто на практиці підприємства стикаються з ситуацією, коли потрібно оцінити ефективність тривалого зовнішньоекономічного проекту, наприклад, створення експортного виробництва чи імпорту технологічного обладнання тощо. Адже в таких випадках капітальні витрати в основному не співпадають з віддачею (доходами) на них. Тому показники ЗЕД оцінюються і аналізуються не по роках окремо, а в комплексі з врахуванням фактора часу.

Чинник часу враховується у вигляді коефіцієнта дисконтування:

$$\alpha_t = \frac{1}{(1+r)^t} \quad \text{де:} \quad (1.3)$$

α_t — коефіцієнт дисконтування;

r — норма приведення (дисконту);

t — номер року, коли робляться витрати або утворюються доходи.

На практиці постійно приходиться стикатися з коригувальним фактором інфляції, що з часом знецінює вартість коштів. Це зв'язано з тим, що інфляційний ріст індексу середніх цін викликає відповідне зниження купівельної спроможності грошей. В свою чергу вплив інфляції на дисконтування грошових потоків відображається наступним чином:

$$\alpha_{It} = \left(\frac{I}{1+r} \right)^t \quad \text{де:} \quad (1.4)$$

α_{It} — коефіцієнт дисконтування з врахуванням інфляції;

I — індекс інфляції.

Тому формула розрахунку ефекту створення експортного виробництва набуває наступного вигляду:

$$E_{ек.-в-ва} = \sum_{t=1}^T (P_{ек.} \cdot Q_{ек.t} \cdot K_{Вт} \cdot K_{кр.} - K_t - C_t - \Pi_t) \cdot \left(\frac{I}{1+r} \right)^t \quad \text{де:} \quad (1.5)$$

$E_{ек.-в-ва}$ — економічний ефект створення і реалізації експортних товарів;

$P_{ек.t}$ — контрактна ціна одиниці експортної продукції в t -му році, грн./од.;

$Q_{ек.t}$ — обсяг реалізації експортної продукції в t -му році, од.;

$K_{Вт}$ — коефіцієнт купівельної спроможності валюти як результат виручки від експорту продукції в t -му році, (відносні одиниці — в.о.);

$K_{кр.}$ — коефіцієнт кредитного впливу, в.о.;

K_t — капітальні вкладення, необхідні для організації експортного виробництва, створення збутової мережі, підготовки персоналу, придбання технології тощо в t -му році, грн.;

C_t — поточні витрати на виробництво та збут продукції (собівартість), в t -му році, грн.;

T — загальний період оцінки;

Π_t — податкові відрахування в t -му році, грн.

I — індекс інфляції;

Величина K_B визначається на основі спеціальних розрахунків. На нашу думку, у практичних розрахунках вона може визначатися на базі зіставлення поточних курсів валют.

Оскільки міжнародна посередницька діяльність є елементом ЗЕД підприємства, використання даної методики у практичній діяльності вітчизняних компаній є, на нашу думку, обґрунтованим.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Торговельно-посередницькі операції можна визначити як операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі укладеної між ними угоди чи окремого доручення. Особливості здійснення міжнародних посередницьких операцій визначаються обсягом прав та обов'язків, переданих принципалом посередницькій ланці. У випадку, коли посередник діє від свого імені та за свій рахунок, посередницька операція стає подібною до імпортової. У випадку, коли посередник навпаки лише представляє інтереси виробника, більшість рішень у сфері збуту приймається саме останнім, а посередник фактично є керованою системою, якій делеговано виконання визначених відповідним договором функцій. Рівень ризику у таких випадках є для посередника незначним, проте і важелів впливу на ефективність подібних операцій посередник також не має.

До основних факторів, що підвищують ефективність міжнародних комерційних операцій за участі посередників належать: зростання оперативності збуту товарів, збільшення прибутку за рахунок прискорення обігу капіталу, оперативність й активна реакція посередників на зміну ринкової кон'юнктури, що дає їм змогу більш успішно працювати в інтересах експортера, реалізуючи товар на вигідних умовах.

Посередницька діяльність характеризується комплексністю та складністю, що обумовлює необхідність аналізу показників різного плану при оцінці її ефективності. На сьогодні не існує методик оцінки ефективності посередницьких операцій, тому пропонуємо оцінювати з використанням інструментарію оцінки ЗЕД підприємства.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ "ДЕЛФІ ГРУП"

2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Делфі-Груп»

ТОВ «Делфі-Груп» - ексклюзивний представник компаній «Munsch Chemie-Pumpen» GmbH та «VARISCO» S.p.A. на території України. Насосне обладнання, виробництва компаній «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO» застосовується у всіх галузях, пов'язаних з перекачуванням агресивних середовищ: кислот, лугів, їх розчинів і сумішей, промислових стоків в тому числі з вмістом твердих включень.

Попри те, що асортимент товарів, які пропонує на ринок України ТОВ «Делфі-Груп» є незначним, попит на них протягом останніх років істотно зріс, що обумовило збільшення обсягів чистого доходу з 922,8 тис. грн. до 7021,2 тис. грн. При цьому у 2014 році вартість проданої підприємством продукції складала усього 250,2 тис. грн., тоді як у наступні роки спостерігалось істотне зростання обсягів господарської діяльності.

Основні доходи протягом усього досліджуваного періоду ТОВ «Делфі-Груп» отримувало від реалізації продукції, оскільки обсяг інших операційних доходів був незначним і свого максимум – 200,5 тис. грн. – досягнув у 2015 р., після чого відбулося його стрімке зменшення. Інші доходи підприємство мало лише у 2015 – 2017 рр., і вони не перевищували 10 тис. грн.

За досліджуваний період відбулося також зростання собівартості реалізованої продукції та інших операційних витрат, що обумовлюється як зростанням обсягів поставок продукції для реалізації, так і зменшенням первісної вартості тих товарів, які були закуплені раніше і зберігаються на складі. Загалом, за досліджуваний період обсяг витрат підприємства збільшився з 1002,1 тис. грн. до 6638,8 тис. грн., хоча у 2014 році спостерігалось зменшення обсягу витрат на 54% до 458 тис. грн (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Динаміка фінансових результатів ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	922,8	250,2	3443,8	4058,3	7021,2	-672,6	3193,6	614,5	2962,9	0,27	13,76	1,18	1,73
Інші операційні доходи	2,5	0,0	200,5	60,6	2,6	-2,5	200,5	-139,9	-58	0,00	-	0,30	0,04
Інші доходи	0,0	0,0	3,7	9,8	6,2	0	3,7	6,1	-3,6	-	-	2,65	0,63
Разом доходи	925,3	250,2	3648	4128,7	7030	-675,1	3397,8	480,7	2901,3	0,27	14,58	1,13	1,70
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	560,6	169	2178,6	1785,4	4200	-391,6	2009,6	-393,2	2414,6	0,30	12,89	0,82	2,35
Інші операційні витрати	441,5	289	1065,8	2128,4	2438,2	-152,5	776,8	1062,6	309,8	0,65	3,69	2,00	1,15
Інші витрати	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,6	-	-	-	-
Разом витрати	1002,1	458	3244,4	3913,8	6638,8	-544,1	2786,4	669,4	2725	0,46	7,08	1,21	1,70
Фінансовий результат до оподаткування	-76,8	-207,8	403,6	214,9	391,2	-131	611,4	-188,7	176,3	2,71	-1,94	0,53	1,82
Податок на прибуток	10,9	0,0	35,3	38,7	70,4	-10,9	35,3	3,4	31,7	0,00	-	1,10	1,82
Чистий прибуток	-87,7	-207,8	368,3	176,2	320,8	-120,1	576,1	-192,1	144,6	2,37	-1,77	0,48	1,82

Джерело: складено за даними додатку А

Загалом, можна зробити висновок, що порівняно з 2013 – 2014 рр. фінансовий результат підприємства істотно покращився (на початку досліджуваного періоду підприємство було збитковим), втім у 2016 р., попри те, що цей рік характеризувався зростанням обсягів чистого доходу, відбулося істотне зниження чистого прибутку (на 52%). Втім, вже у 2017 році відбулося його збільшення на 82%, що не дозволило досягнути рівня рентабельності 2015 р. Поряд зі зростанням обсягів господарської діяльності підприємства відбулося також збільшення вартості його майнових ресурсів: баланс ТОВ «Делфі-Груп» за останні 5 років зріс з 94,6 тис. грн. до 4791,9 тис. грн. Зростання вартості активів відбувалося у 2 етапи: у 2015 та 2017 рр. (табл. 2.2).

Основною статтею активів підприємства є дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи послуги: вона з'явилася у підприємства у 2015 р. в обсязі 1109,1 тис. грн., на кінець 2016 р. зменшилася до 734,3 тис. грн., після чого за рік зросла у 4,71 рази до 3455,1 тис. грн. Досить значними у 2017 р. були також обсяги іншої дебіторської заборгованості – 766,9 тис. грн.

Аналізуючи оборотні активи, необхідно також відзначити відсутність грошових коштів на рахунку підприємства у 2015 – 2016 рр. та їх незначні обсяги на кінець 2017 р. – така ситуація вказує на низький рівень ліквідності балансу підприємства.

Необоротні активи, представлені основними засобами, формують незначну частину майна ТОВ «Ділфі-Груп», при чому протягом останніх років їх вартість істотно знизилася і склала на кінець 2017 р. 2,4 грн. Внаслідок цього оборотні активи складають 99,95% усього майна ТОВ «Делфі-Груп», при чому на дебіторську заборгованість за продукції припадає 72,11% активів, на іншу поточну дебіторську заборгованість – 16,01% (рис. 2.1).

Таблиця 2.2.

Динаміка вартості активів ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Показник	На 31.12. 2013	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Основні засоби	13,3	14,4	10,4	7,3	2,4	1,1	-4,0	-3,1	-4,9	1,08	0,72	0,70	0,33
Необоротні активи	13,3	14,4	10,4	7,3	2,4	1,1	-4,0	-3,1	-4,9	-	0,72	-	-
Запаси	0,0	0,0	0,0	5,2	387,0	0,0	0,0	5,2	381,8	-	-	-	74,42
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи послуги	0,0	0,0	1109,1	734,3	3455,1	0,0	1109,1	-374,8	2720,8	-	-	0,66	4,71
Інша поточна дебіторська заборгованість	22,9	19,4	8,7	439,1	766,9	-3,5	-10,7	430,4	327,8	0,85	0,45	50,47	1,75
Гроші та їх еквіваленти	42,1	17,2	0,0	0,0	45,8	-24,9	-17,2	0,0	45,8	0,41	0,00	-	-
Інші оборотні активи	16,3	48,7	0,0	6,0	131,4	32,4	-48,7	6,0	125,4	2,99	0,00	-	21,90
Витрати майбутніх періодів	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	0,0	0,0	2,5	0,0	-	-	-	1,00
Оборотні активи	81,3	85,3	1117,8	1187,1	4788,7	4,0	1032,5	69,3	3601,6	1,05	13,10	1,06	4,03
Баланс	94,6	99,7	1128,2	1194,4	4791,1	5,1	1028,5	66,2	3596,7	1,05	11,32	1,06	4,01

Джерело: складено за даними додатку Б

Розглядаючи пасив балансу ТОВ «Делфі-Груп», відзначимо, що ключовими його статтями є поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги (1009,2 тис. грн. на 31.12.2016 р. та 3446,3 тис. грн. на 31.12.2017 р.) та інші поточні зобов'язання (857,4 тис. грн.).

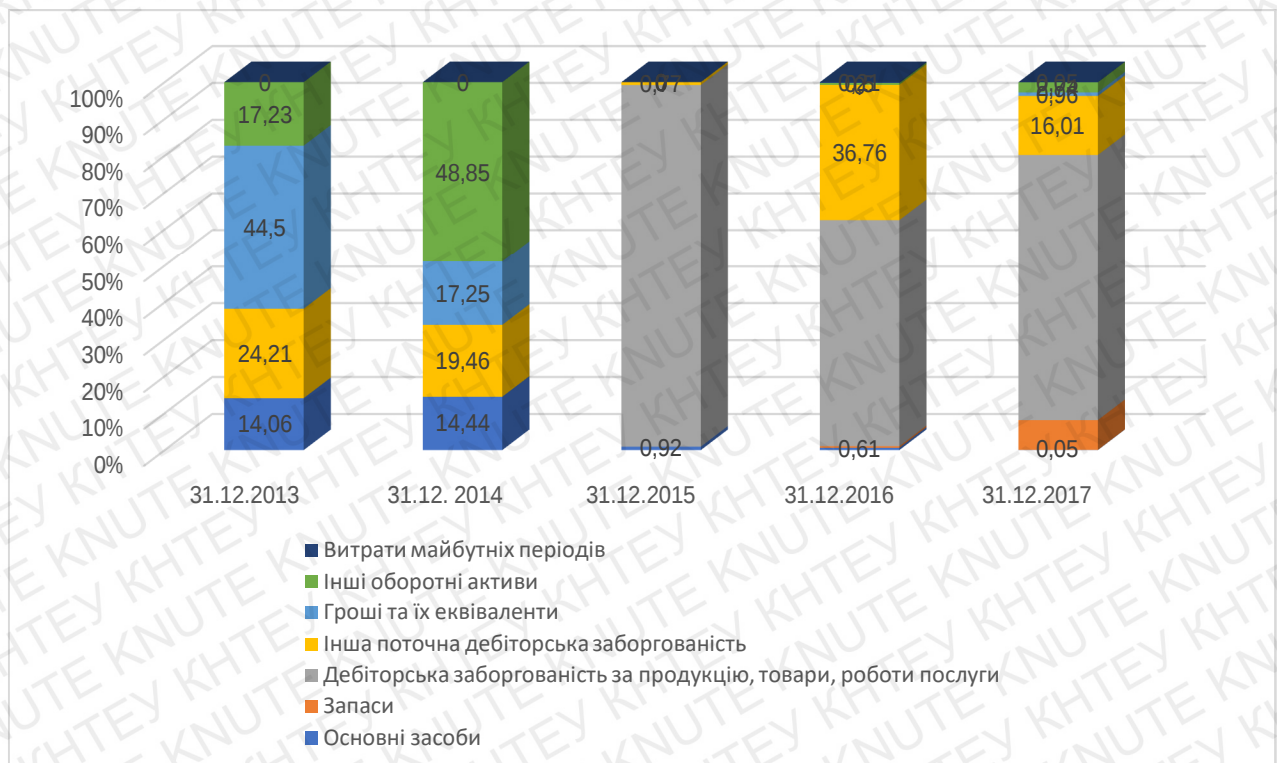


Рис. 2.1. Структура активів ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., %

Джерело: складено за даними додатку Б

Важливо відзначити, що протягом 2013 – 2014 рр., коли підприємство мало значні фінансові труднощі та збитки, власний капітал ТОВ «Делфі-Груп» був від'ємним, оскільки обсяг непокритого збитку перевищував зареєстрований капітал у обсязі 50 тис. грн (табл. 2.3). У 2015 р., коли підприємство істотно покращило фінансовий результат, вперше було зафіксовано нерозподілений прибуток у обсязі 65,1 тис. грн., після чого на кінець 2016 р. компанія вийшла з непокритим збитком в обсязі 23,7 тис. грн., що, проте, компенсувався обсягом зареєстрованого капіталу. У 2017 році обсяг нерозподіленого прибутку зріс до 297,12 тис. грн., що дозволило істотно підвищити вартість власного капіталу.

Таблиця 2.3.

Динаміка вартості пасивів ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Показник	На 31.12. 2013	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Зареєстрований капітал	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,00	1,00	1,00	1,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-95,4	-303,2	65,1	-23,7	297,1	-207,8	368,3	-88,8	320,8	3,18	-0,21	-0,36	-12,54
Власний капітал	-45,4	-253,2	115,1	26,3	347,1	-207,8	368,3	-88,8	320,8	5,58	-0,45	0,23	13,20
Короткострокові кредити банків	0,0	0,0	8,2	38,8	0,0	0,0	8,2	30,6	-38,8	-	-	4,73	0,00
Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи, послуги	0,0	0,8	947,0	1009,2	3446,3	0,8	946,2	62,2	2437,1	-	1183,75	1,07	3,41
розрахунками з бюджетом	26,2	39,8	43,5	74,5	138,6	13,6	3,7	31,0	64,1	1,52	1,09	1,71	1,86
розрахунками з оплати праці	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	1,7	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	113,8	312,3	14,4	45,6	857,4	198,5	-297,9	31,2	811,8	2,74	0,05	3,17	18,80
Поточні зобов'язання	140,0	352,9	1013,1	1168,1	4444,0	212,9	660,2	155,0	3275,9	2,52	2,87	1,15	3,80
Баланс	94,6	99,7	1128,2	1194,4	4791,1	5,1	1028,5	66,2	3596,7	1,05	11,32	1,06	4,01

Джерело: складено за даними додатку Б

Втім, наразі основним джерелом фінансування залишаються поточні зобов'язання, на які припадало на кінець 2017 р. 92,76% капіталу (рис. 2.2).

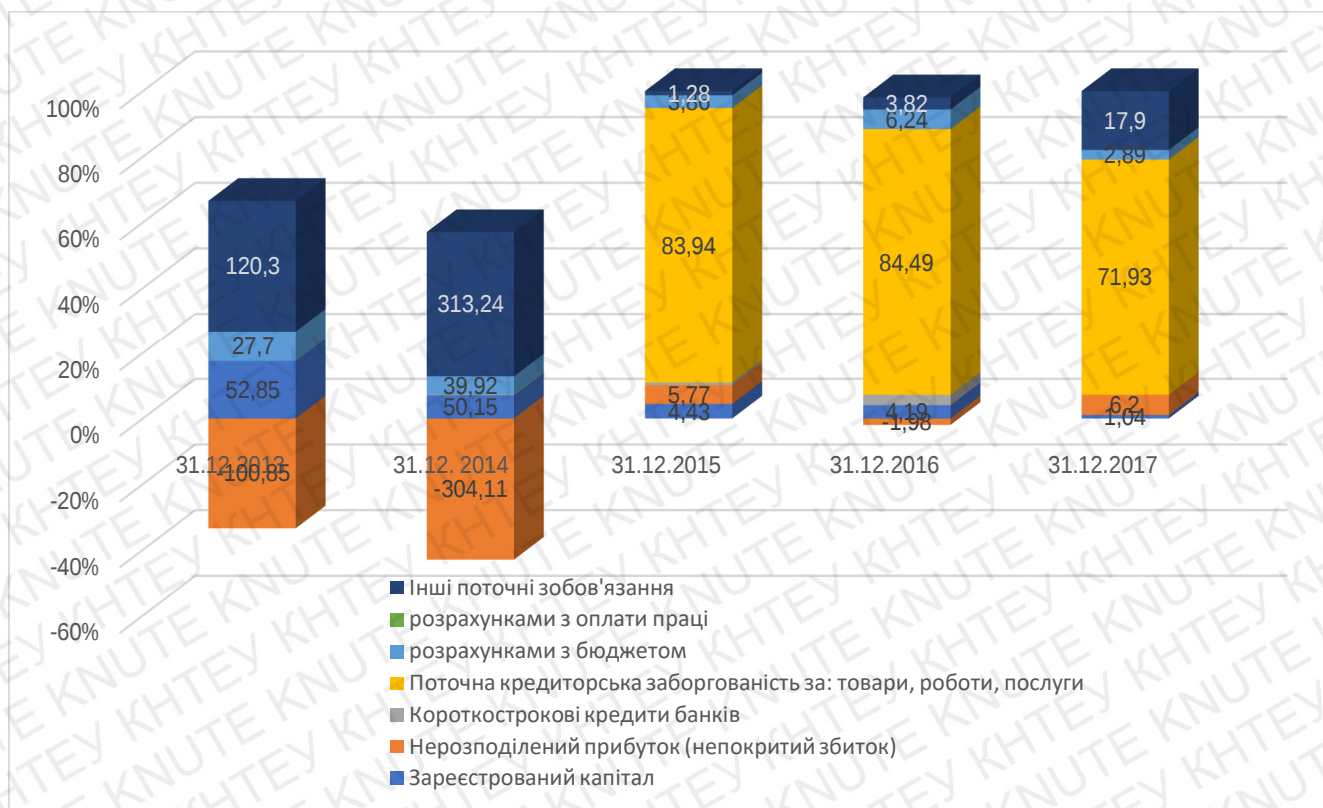


Рис.2.2. Структура пасивів ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., %

Джерело: складено за даними додатку Б

Загалом, високий рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування є однією з основних проблем ТОВ «Делфі-Груп» яка має бути вирішена для зміцнення фінансового стану підприємства.

Як зазначалося раніше, з огляду на концентрацію переважної частини майна підприємства у дебіторські заборгованості, а також значних обсягах позикового капіталу, ТОВ «Делфі-Груп» має значні проблеми з показником абсолютної ліквідності: на кінець 2013 р. він складав 0,3, тобто був вищим за рекомендоване значення, тоді як у 2017 р. склав 0,01, таким чином за необхідності підприємство не матиме можливості швидко розрахуватися за своїми зобов'язаннями. Натомість коефіцієнти покриття та швидкої ліквідності за останні 5 років зросли та у 2015 – 2015 рр. перевищували

граничні значення. За досліджуваний період відбулося також зростання вартості чистого оборотного капіталу з 58,7 тис. грн. до 342,2 тис. грн., що вказує на істотне покращення фінансового стану ТОВ «Делфі-Груп».

Зростання обсягів власного капіталу обумовило зростання коефіцієнта автономії, проте його рівень все ще є значно нижчим за рекомендоване значення, рівне 0,5.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами за останні 5 років також зріс, хоча найбільше його значення спостерігалось у 2015 р. Коефіцієнт маневреності власного капіталу, натомість, зменшився, що вказує на те, що темпи зростання обсягів власних фінансових ресурсів є вищими за темпи зростання доходів підприємства (табл. 2.4).

З огляду на значне зростання вартості дебіторської та кредиторської заборгованості за досліджуваний період істотно погіршилися показники ділової активності підприємства (коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості знизився з 7,49 до 3,01; дебіторської заборгованості – з 11,83 до 2,6): темпи зростання вартості майна та капіталу істотно перевищували темпи збільшення чистого доходу. Натомість, зважаючи на зменшення залишкової вартості основних засобів, відбулося істотно збільшення їх оборотності (з 9,28 до 216,7), що свідчить про те, що підприємство не націлене на надмірне нагромадження активів, обмежуючись лише найбільш необхідними засобами для виконання своїх функцій.

Зважаючи на збитковість діяльності підприємства у 2014 р., порівняно з цим періодом відбулося зростання рівня рентабельності функціонування ТОВ «Делфі-Груп», втім оцінюючи динаміку останніх трьох років, необхідно відзначити, що найбільш ефективно підприємство функціонувало у 2015 р., тоді як у 2016 р. мало місце зниження показників рентабельності.

Таблиця 2.4.

Динаміка показників ліквідності та платоспроможності ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр.

Показник	На 31.12. 2013	На 31.12. 2014	На 31.12. 2015	На 31.12. 2016	На 31.12. 2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт покриття	0,58	0,24	1,10	1,01	1,08	-0,34	0,86	-0,09	0,06	0,42	4,56	0,92	1,06
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,58	0,24	1,10	1,01	1,08	-0,34	0,86	-0,09	0,06	0,42	4,56	0,92	1,06
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,30	0,05	0,00	0,00	0,01	-0,25	-0,05	0,00	0,01	0,16	0,00	-	-
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	-58,70	-267,60	104,70	16,50	342,20	-208,90	372,30	-88,20	325,70	4,56	-0,39	0,16	20,74
Коефіцієнт автономії	-0,48	-2,54	0,10	0,02	0,07	-2,06	2,64	-0,08	0,05	5,29	-0,04	0,22	3,29
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-0,72	-3,14	0,09	0,01	0,07	-2,42	3,23	-0,08	0,06	4,34	-0,03	0,15	5,13
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,29	1,06	0,91	0,63	0,99	-0,24	-0,15	-0,28	0,36	0,82	0,86	0,69	1,57

Джерело: розраховано за даними додатку Б

Падіння продовжилося також і у 2017 р., втім коефіцієнт рентабельності діяльності збільшився за останній рік з 0,04 до 0,05 (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

**Динаміка показників ділової активності та рентабельності ТОВ
«Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр.**

Показник	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення			Відносне відхилення		
					2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Коефіцієнт оборотності активів	2,58	5,61	3,49	2,35	3,0	-2,1	-1,1	2,18	0,62	0,67
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	7,49	6,68	3,91	3,01	-0,8	-2,8	-0,9	0,89	0,59	0,77
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	11,83	6,06	3,54	2,60	-5,8	-2,5	-0,9	0,51	0,58	0,73
Коефіцієнт оборотності основних засобів	9,28	112,36	127,82	216,70	103,1	15,5	88,9	12,10	1,14	1,70
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	-1,68	-49,87	57,40	37,61	-48,2	107,3	-19,8	29,76	-1,15	0,66
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	30,43	59,44	101,62	138,32	29,0	42,2	36,7	1,95	1,71	1,36
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	48,06	53,89	92,00	119,73	5,8	38,1	27,7	1,12	1,71	1,30
Коефіцієнт рентабельності активів	-2,14	0,60	0,15	0,11	2,74	-0,45	-0,04	-0,28	0,25	0,71
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	1,39	-5,33	2,49	1,72	-6,73	7,83	-0,77	-3,83	-0,47	0,69
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-0,83	0,11	0,04	0,05	0,94	-0,06	0,00	-0,13	0,41	1,05

Джерело: розраховано за даними додатків А та Б

Загалом, здійснений аналіз дозволяє зробити висновок, що ТОВ «Делфі-Груп» є підприємством, що активно розвивається. Зростання чистого доходу та отримання і поступове збільшення прибутків вказують на те, що підприємство обрало вірну стратегію та має перспективи на ринку. Водночас вирішення потребують такі проблеми, як високий рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування, значні обсяги дебіторської заборгованості, а також непостійна динаміка фінансового результату, обумовлена переважанням темпів росту витрат над швидкістю зростання доходів.

На наш погляд, за умови вирішення розглянутих проблем ТОВ «Делфі-Груп» матиме можливість і надалі збільшувати обсяги діяльності, розширюючи коло партнерів в Україні та за кордоном.

2.2. Дослідження міжнародної комерційної діяльності

ТОВ «Делфі-Груп»

ТОВ «Делфі-Груп», виступаючи на ринку України ексклюзивним представником двох провідних виробників насосного обладнання, активно здійснює міжнародні комерційні операції.

Партнерами ТОВ «Делфі-Груп» є німецька компанія Munsch Chemie-Pumpen GmbH та італійське підприємство VARISCO S.p.A.».

Munsch Chemie-Pumpen GmbH – підприємство, відоме протягом багатьох десятиліть як інноваційний виробник пластикових насосів для перекачування агресивних і абразивних середовищ. Компанія сертифікована ISO 9000 та постійно працює над вдосконаленням своєї діяльності та підвищенням якості продукції, яка пропонується клієнтам.

Ключовими клієнтами підприємства є компанії, що працюють у металургійній, хімічній, деревообробній галузях, втім постійне розширення

асортименту дозволяє компанії Munsch Chemie-Pumpen GmbH постійно знаходити нових клієнтів.

Продукція підприємства характеризується надійністю, міцністю, максимальною енергоефективністю, відмінною гідравлікою, простотою в обслуговуванні, легким монтажем і демонтажем – усе це робить насосне обладнання, які представляє на ринку України ТОВ «Делфі-Груп» високо конкурентоспроможним.

Другий партнер ТОВ «Делфі-Груп» - компанія Varisco s.r.l., яка спеціалізується на виробництві та продажу насосів для промисловості, будівельної галузі, цивільної оборони, систем пожежогасіння та надзвичайних ситуацій.

Заснована в 1932 році, компанія почала виробництво насосів в 1948. Наразі Varisco відома в усьому світі як синонім якості в проектуванні і виробництві насосів.

Пропозиція компанії Varisco складається зі стандартної продукції, яка надає широкий асортимент рішень для інженерно-конструкторських робіт. Varisco пропонує своїм клієнтам обслуговування високої якості до і після здійснення продажу, діючи не тільки з головного офісу, але також і через офіційних представників, до яких належить також ТОВ «Делфі-Груп».

Відповідно до договорів, укладених між ТОВ «Делфі-Груп» та компаніями «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO», досліджуване підприємство купує у виробників товар за свій рахунок та здійснює наступний його продаж від свого імені, діючи на правах незалежного торговця як по відношенню до виробників, так і по відношенню до третіх осіб. При цьому у договорі вказано, що ТОВ «Делфі-Груп» не має будь-яких повноважень діяти та заключати угоди від імені та за дорученням «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO». Таким чином за механізмом реалізації міжнародна комерційна діяльність ТОВ «Делфі-Груп» подібна до імпорту.

Обсяги закупівлі насосного обладнання у 2013 році склали 39,63 тис. євро, втім у 2014 р., внаслідок несприятливої кон'юнктури на вітчизняному ринку та зростання курсу іноземної валюти, витрати при імпорті склали усього 8,07 тис. євро. У 2015 – 2017 рр. натомість мало місце постійне нарощування обсягів закупівлі за кордоном, і у 2017 р. вартість поставленого з-за кордону обладнання склала 105 тис. євро (рис. 2.3).

Усю продукцію, яку представляє на ринку України ТОВ «Делфі-Груп» можна умовно поділити на хімічні насоси (вертикальні та горизонтальні), виготовлені компанією «Munsch Chemie-Pumpen», та мотопомпи, вироблені компанією «VARISCO».

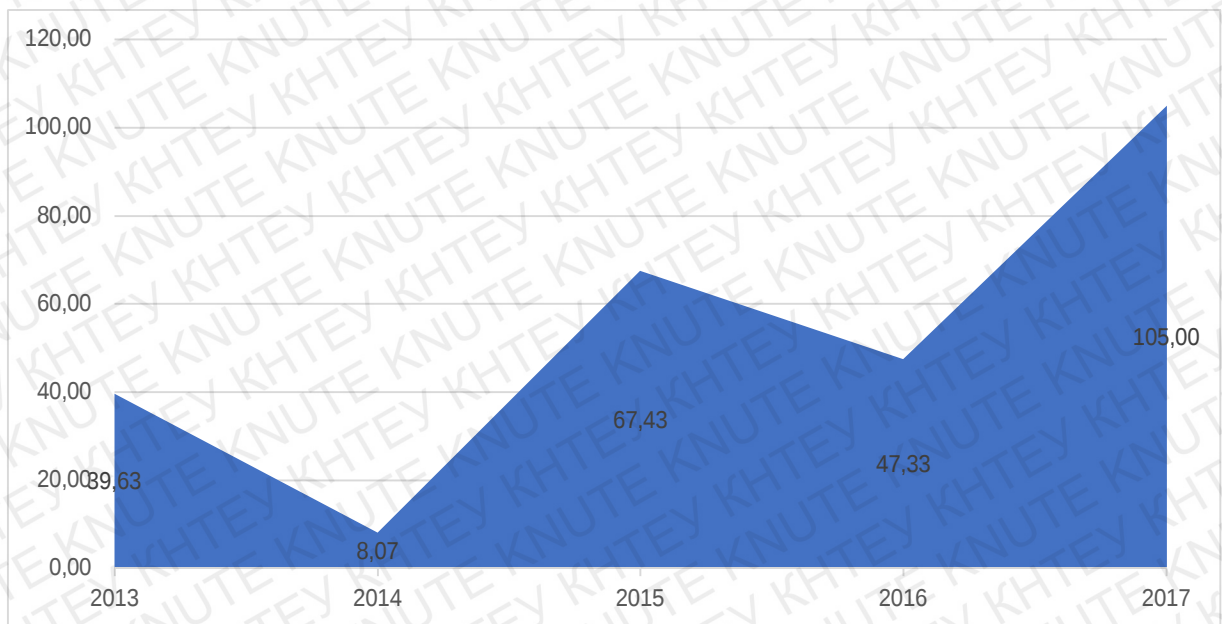


Рис. 2.3. Обсяги поставок продукції ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., тис. євро.

Джерело: складено за даними підприємства

Горизонтальні хімічні насоси є основною асортиментною групою ТОВ «Делфі-Груп», і їх імпорт здійснювався підприємством на постійній основі. За виключенням 2014 року відбувалося постійне зростання вартості поставленого устаткування і у 2017 р. обсяги закупівлі склали 70,32 тис. євро.

Закупівля вертикальних хімічних насосів здійснювалася підприємством лише у 2015 та 2017 рр., співпраця з компанією «VARISCO» також мала непостійний характер (імпорт мав місце лише у 2013, 2015 та 2017 рр. у незначних обсягах) (табл. 2.6).

Таблиця 2.6.

Динаміка міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., тис. євро

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Хімічні насоси горизонтальні	30,46	8,07	42,13	47,33	70,32	-22,39	34,06	5,20	22,99	0,26	5,22	1,12	1,49
Хімічні насоси вертикальні	0	0	13,12	0	15,21	0,00	13,12	-13,12	15,21	-	-	0,00	-
Мотопомпи	9,17	0,00	12,18	0,00	19,47	-9,17	12,18	-12,18	19,47	0,00	-	0,00	-
Усього	39,63	8,07	67,43	47,33	105,00	-31,56	59,37	-20,10	57,67	0,20	8,36	0,70	2,22

Джерело: складено за даними підприємства

Таким чином, розглядаючи товарну структуру міжнародної комерційної діяльності підприємства, можна констатувати, що частка ключової товарної групи – горизонтальних хімічних насосів – за останні 5 років коливалася від 62,47% до 100%, хоча безперечно позитивним є істотно зниження рівня концентрації імпорту у 2017 р. (рис. 2.4).

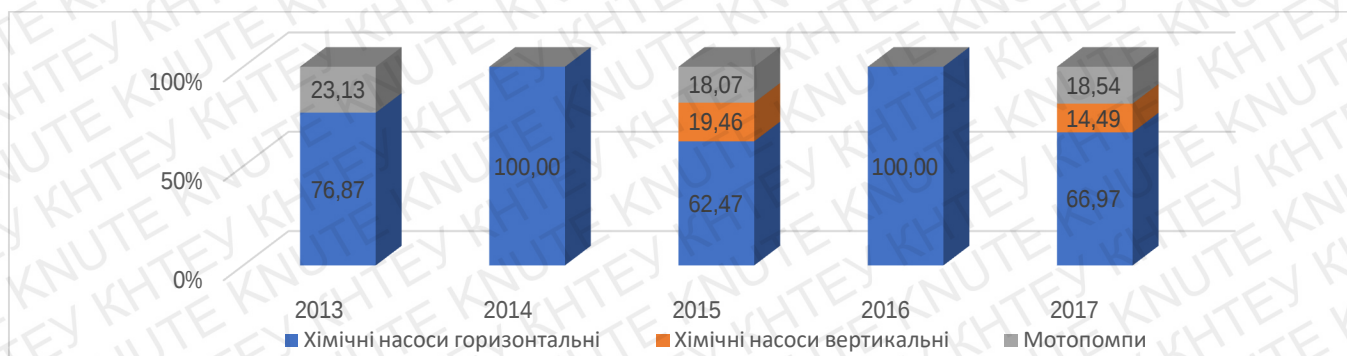


Рис. 2.4. Товарна структура поставок продукції ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., %

Джерело: складено за даними підприємства

Поставки обладнання здійснювалися ТОВ «Делфі-Груп» з Німеччини та Італії, при цьому, яке зазначалося, ключовим партнером досліджуваного підприємства була компанія «Munsch Chemie-Pumpen», таким чином питома вага Німеччини у географічній структурі коливалася від 76,87% у 2013 р. до 100% у 2014 та 2016 рр. (рис. 2.5).

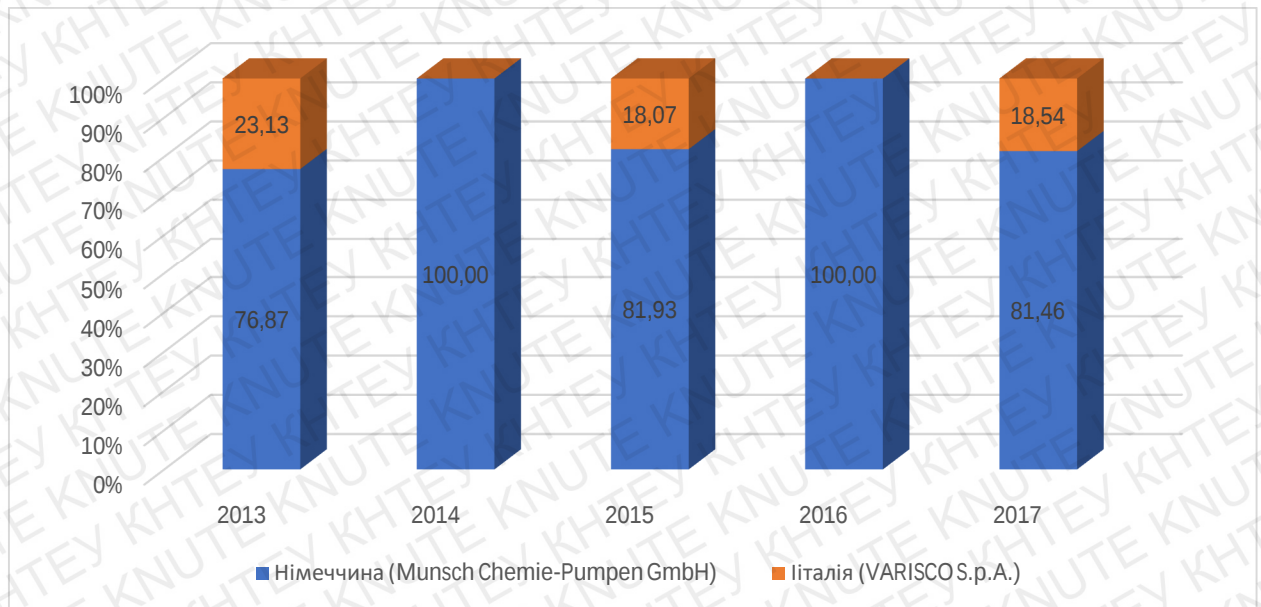


Рис. 2.5. Географічна структура поставок продукції
ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр., %

Джерело: складено за даними підприємства

З огляду на те, що міжнародна комерційна діяльність ТОВ «Делфі-Груп» є посередництвом, а не класичним імпортом, нами було більш детально проаналізовано умови співпраці між досліджуваним підприємством та виробниками продукції.

Так, договорами між сторонами передбачено, що ТОВ «Делфі-Груп» в обов'язковому порядку має реалізовувати продукцію в оригінальній тарі та пакуванні і з оригінальними етикетками виробника. Окрім цього, ТОВ «Делфі Груп» взяло на себе зобов'язання негайно інформувати «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO» про випадки незаконного використання

товарного знаку чи торгової марки та недобросовісної конкуренції, якщо про такі випадки стане відомо.

Окрім основного договору, у якому визначаються ключові засади довгострокової співпраці, для кожної нової партії складається окреме замовлення, відповідно до якого сторони підписують відповідні специфікації, які виступають невід'ємною частиною базової угоди.

Відповідно до угод з виробниками, ТОВ «Делфі-Груп», як офіційний представник, зобов'язаний:

- надавати клієнтам виключно ту інформацію, яка представлена в офіційних супровідних документах до продукції;
- долучатися до маркетингових програм, які проводять виробники;
- узгоджувати з виробниками зміст та форму рекламних матеріалів, які використовуватимуться ТОВ «Делфі-Груп»;
- періодично надавати виробникам інформацію про фактичні та прогнозні обсяги реалізації продукції;
- не розкривати конфіденційної інформації виробників стосовно продажу або виробництва продукції;
- дотримуватись вимог чинного законодавства у процесі реалізації на території України продукції компаній «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO»;
- гарантувати безпеку та імунітет виробників від усіх претензій, штрафів, витрат, втрат, збитків та інших видів відповідальності, внаслідок порушення чи недотримання ТОВ «Делфі-Груп» вимог чинного законодавства;
- нести відповідальність за всі збитки та втрати, що виникли внаслідок неправильного зберігання чи застосування продукції.

Поряд із значним обсягом обов'язків ТОВ «Делфі-Груп» перед виробниками продукції, у договорах, підписаних із ними, визначено також ключові обов'язки зарубіжних партнерів підприємства, зокрема:

- гарантувати відповідність продукції на момент його продажу нормативній документації, шляхом підтвердження паспортом якості фірми-виробника;
- поставляти продукції у належному товарному вигляді, без будь-яких дефектів;
- своєчасно надавати ТОВ «Делфі-Груп» інформацію про фактичну наявність продукції на складі, про зміни в асортименті та ціні.
- надавати ТОВ «Делфі-Груп» матеріали та необхідну консультативну допомогу з питань застосування устаткування;
- на запрошення ТОВ «Делфі-Груп» приймати участь у семінарах, навчаннях та нарадах з метою відповідного застосування насосного устаткування та поширення інформації про нього.
- інформувати ТОВ «Делфі-Груп» про всі необхідні дозвільні документи на право здійснювати діяльність з продажу продукції.

З огляду на те, що ТОВ «Делфі-Груп» є представником компаній «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO» на ринку України, останні мають право контролювати цінову політику підприємства. Відповідно до умов договору між ТОВ «Делфі-Груп» та виробниками, продукція постачається на ринок України без попередньої оплати, і досліджуване підприємство має сплатити вартість отриманого товару протягом 30 днів з моменту відвантаження.

З метою просування продукції на ринку України ТОВ «Делфі-Груп» отримало знижку у розмірі 15% від прайсових цін від компанії «Munsch Chemie-Pumpen», та 10% - від компанії «VARISCO». Окрім цього, за умови досягнення обсягів замовлень 200 тис. євро на рік передбачено укладання додаткової угоди з компанією «Munsch Chemie-Pumpen», відповідно до якої ціни на майбутні продажі будуть переглянуті. При цьому ТОВ «Делфі-Груп» при продажу товару кінцевому споживачу має дотримуватись загальної цінової політики, маючи право надавати споживачам на

українському ринку знижки згідно системи знижок виробників (не більше 5% від прайсової ціни продавця). Вартість продукції визначається сторонами в євро та повинна бути сплачена в гривні за офіційним курсом валюти на дату підписання специфікації.

З обома контрагентами ТОВ «Делфі-Груп» було обрано базис поставки СІР склад ТОВ «Делфі-Груп» (м. Київ, вул. Підлісна, 1 або інший склад м. Києва, що буде погоджено додатково). У випадку вимоги ТОВ «Делфі-Груп» поставити продукцію у інше місто, підприємство додатково сплачує дорожньо-транспортні витрати, обумовлені такою зміною.

Замовлення на поставку нової партії товару ТОВ «Делфі-Груп» подає виробникам в електронному вигляді. У відповідності до замовлення оформлюється рахунок-фактура, за яким здійснюється оплата. Після надходження коштів на розрахунковий рахунок ТОВ «Делфі-Груп» отримує продукцію згідно базису поставки. Право власності на продукцію, а також ризик випадкового знищення або випадкового пошкодження переходять від виробників до ТОВ «Делфі-Груп» в момент отримання ним товару. Досліджуване підприємство має перевірити якість продукції та цілісність тари, а також відсутність пошкоджень, та при їх виявленні, терміново повідомити про це виробника. Якщо ТОВ «Делфі-Груп» протягом трьох робочих днів з дня отримання продукції не повідомляє виробника про будь-які недоліки продукції, вона вважається прийнятою посередником.

Таким чином, міжнародна комерційна діяльність ТОВ «Делфі-Груп», яка полягає у перепродажу на ринку України продукції компаній «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO», відрізняється від класичного імпорту рівнем взаємодії з виробниками продукції. Отримуючи від зарубіжних партнерів знижку з метою просування їх продукції на українському ринку, ТОВ «Делфі-Груп» використовує лише затверджені зарубіжними контрагентами матеріали та маркетингові інструменти, маючи, таким чином, менший рівень автономності у прийнятті рішень. Водночас повне дотримання запропонованого виробниками формату взаємодії з клієнтом

підвищує рівень довіри останніх до ТОВ «Делфі-Груп», що справляє позитивний вплив на результати його господарської діяльності.

2.3. Оцінка ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп»

Важливим елементом аналізу міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» є оцінка їх ефективності. Аналіз теоретичних підходів до визначення рівня економічної ефективності міжнародних операцій дозволив виявити, що найбільш раціональним методом сьогодні є співставлення доходів та витрат, пов'язаних з проведенням певної операції.

Розглядаючи міжнародні посередницькі операції ТОВ «Делфі-Груп», можна виявити, що ключові витрати, які несе підприємство у їх контексті, є такими: витрати на закупівлю продукції відповідно до специфікації, митні платежі та витрати на просування та збут продукції на ринку.

З огляду на те, що усі витрати на поставку продукції у Київ відповідно до умов договорів несуть виробники, ТОВ «Делфі-Груп» не має зобов'язань щодо оплати транспортних чи страхових витрат. Натомість підприємство самостійно сплачує митні платежі при імпорті (зокрема, податок на додану вартість, оскільки на усе устаткування, яке зараз закуповується ТОВ «Делфі-Груп» за кордоном, діє нульова ставка мита). Таким чином підприємство сплачує лише податок на додану вартість та у окремих випадках – збір за митне оформлення. Окрім цієї статті витрат ТОВ «Делфі-Груп» несе також видатки, пов'язані з просуванням продукції на ринку України. Сюди належить проведення презентацій, участь у профільних заходах тощо.

Проведені нами розрахунки засвідчили, що рівень ефективності міжнародних посередницьких операцій був неоднаковим у різні роки та для різних товарних груп. Оцінку ефективності нами було розпочато з ключової для підприємства продукції – горизонтальних насосів (табл. 2.7).

Таблиця 2.7.

**Динаміка показників ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» з
перепродажу горизонтальних хімічних насосів у 2013 – 2017 рр.**

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	738,24	250,20	2455,04	4058,30	5016,96	-488,04	2204,84	1603,26	958,66	0,34	9,81	1,65	1,24
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. євро.	30,46	8,07	42,13	47,33	70,32	-22,39	34,06	5,20	22,99	0,26	5,22	1,12	1,49
Курс валюти, грн/євро	10,61	15,71	24,23	28,29	30,00	5,10	8,52	4,06	1,71	1,48	1,54	1,17	1,06
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. грн	323,18	126,78	1020,81	1338,97	2109,60	-196,40	894,03	318,16	770,63	0,39	8,05	1,31	1,58
Податок на додану вартість	64,64	25,36	204,16	267,79	421,92	-39,28	178,81	63,63	154,13	0,39	8,05	1,31	1,58
Витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції, тис. грн.	232,56	86,93	805,27	1023,83	1568,65	-145,63	718,34	218,56	544,82	0,37	9,26	1,27	1,53
Повні витрати, тис. грн.	670,38	259,07	2120,24	2830,59	4360,17	-411,31	1861,18	710,34	1529,58	0,39	8,18	1,34	1,54
Ефект міжнародної посередницької операції, тис. грн.	67,86	-8,87	334,80	1227,71	656,79	-76,73	343,66	892,92	-570,92	-0,13	-37,76	3,67	0,53
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	1,10	0,97	1,16	1,43	1,15	-0,14	0,19	0,28	-0,28	0,88	1,20	1,24	0,80

Джерело: складено за даними підприємства

Було виявлено, що рівень ефективності поставок в Україну продукції цієї товарної групи коливався протягом останніх 5-ти років від 0,97 у 2014 році до 1,43 у 2016 р. У 2015 році коефіцієнт ефективності закупівлі горизонтальних хімічних насосів дорівнював 1,1, що вказує на те, що досліджуване підприємство реалізувало продукцію на ринку України за порівняно невисокою ціною, оскільки рівень ефективності був нижчим за отриману ТОВ «Делфі-Груп» знижку від виробника.

У 2014 р. відбулося значне зростання курсу іноземної валюти, яке було неочікуваним, і у результаті болючим для більшості підприємств, які закупають продукцію за кордоном. У результаті рівень витрат ТОВ «Делфі-Груп» у національній валюті істотно збільшилися, тоді як попит на устаткування внаслідок кризи на ринку істотно знизився. У таких умовах посередницькі операції підприємства були неефективними, хоча значних збитків підприємство не мало.

У 2015 році попит на насоси відновився, і ТОВ «Делфі-Груп» істотно збільшило як обсяги їх продажу, так і рівень ефективності – коефіцієнт ефективності склав 1,16.

2016 рік був найбільш успішним для ТОВ «Делфі-Груп», оскільки обсяги чистого доходу від реалізації продукції на ринку зросли порівняно з успішним попереднім роком на 65%, а коефіцієнт ефективності склав 1,43, що було обумовлено укладанням нового вигідного контракту в Україні.

У 2017 році темпи зростання обсягів діяльності зменшилися, і коефіцієнт ефективності знизився до 1,15, що на наш погляд у повній мірі відповідає поточній ситуації на ринку та умовам договірних відносин ТОВ «Делфі-Груп» з виробниками.

Другою за важливістю для асортименту ТОВ «Делфі-Груп» товарною групою є мотопомпи, виготовлені італійською компанією «VARISCO». Поставки продукції здійснювалися у 2013, 2015 та 2017 рр., при чому рівень

ефективності операцій був у 2015 та 2017 рр. невисоким (1,05 та 1,02 відповідно), тоді як у 2013 році операцій були неефективними (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Динаміка показників ефективності міжнародних
посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» з перепродажу мотопомп
у 2013, 2015 та 2017 рр.**

Показник	2013	2015	2017	Абсолютне відхилення			Відносне відхилення		
				2015/ 2013	2017/ 2015	2017/ 2013	2015/ 2013	2017/ 2015	2017/ 2013
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	184,56	547,86	1373,79	363,30	825,93	1189,23	2,97	2,51	7,44
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. євро.	9,17	12,18	19,47	3,02	7,29	10,30	1,33	1,60	2,12
Курс валюти, грн/євро	10,61	24,23	30,00	13,62	5,77	19,39	2,28	1,24	2,83
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. грн	97,27	295,24	584,10	197,97	288,86	486,83	3,04	1,98	6,00
Податок на додану вартість	19,45	59,05	116,82	39,59	57,77	97,37	3,04	1,98	6,00
Витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції, тис. грн.	156,71	169,34	652,16	12,64	482,82	495,46	1,08	3,85	4,16
Повні витрати, тис. грн.	273,43	523,63	1353,08	250,21	829,45	1079,65	1,92	2,58	4,95
Ефект міжнародної посередницької операції, тис. грн.	-88,87	24,23	20,71	113,09	-3,52	109,58	-0,27	0,85	-0,23
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	0,67	1,05	1,02	0,37	-0,03	0,34	1,55	0,97	1,50

Джерело: складено за даними підприємства

На наш погляд, подібна ситуація пояснюється тим, що аналогів pomp, запропонованих італійською компанією, на вітчизняному ринку досить багато, тому ТОВ «Делфі-Груп» не має можливості встановити на продукцію високу ціну. При цьому знижка у 10% не гарантує досліджуваному підприємству значної економії витрат, що і обумовлює

незадовільні результати операцій. Загалом, можна стверджувати, що продукція італійського виробника виконує в асортименті ТОВ «Делфі-Груп» іміджеву функцію, демонструючи наявність у підприємства інших окрім компанії «Munsch Chemie-Pumpen».

Ще однією товарною групою, закупівля продукції якої була нерегулярною, є хімічні насоси вертикальні. Їх поставки здійснювалися лише у 2015 та 2017 рр., при чому за цей період відбулося зростання доходів від їх продажу на ринку України на 43% (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**Динаміка показників ефективності міжнародних
посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» з перепродажу
вертикальних хімічних насосів у 2015 та 2017 рр.**

Показник	2015	2017	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	440,90	630,45	189,55	1,43
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. євро.	13,12	15,21	2,09	1,16
Курс валюти, грн/євро	24,23	30,00	5,77	1,24
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. грн	317,90	456,30	138,40	1,44
Податок на додану вартість	63,58	91,26	27,68	1,44
Витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції, тис. грн.	0,00	0,00	0,00	0,00
Повні витрати, тис. грн.	381,48	547,56	166,08	1,44
Ефект міжнародної посередницької операції, тис. грн.	59,42	82,89	23,47	1,39
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	1,16	1,15	0,00	1,00

Джерело: складено за даними підприємства

Характерним є те, що ні у 2015, ні у 2017 рр. ТОВ «Делфі-Груп» не здійснювало витрат на просування та збут цієї продукції в Україні, при цьому рівень ефективності був достатньо високим. Це може вказувати на те, що цю продукцію підприємство замовляло у виробників на замовлення

клієнтів, що і обумовило стабільний рівень ефективності та відсутність додаткових витрат.

Загалом, міжнародні посередницькі операції ТОВ «Делфі-Груп» були ефективними у 2015 – 2017 рр., тоді як у 2013 – 2014 рр., як внаслідок необґрунтованої цінової політики при продажу мотопомп, так і через несприятливу макроекономічну ситуацію, діяльність досліджуваного підприємства була неефективною (табл. 2.10).

Загалом, здійснений аналіз свідчить, що до основних чинників зменшення рівня ефективності належать зміна валютного курсу та зростання витрат на просування і збут продукції. Основним фактором, що обумовив позитивні зміни коефіцієнта ефективності, є збільшення доходу від реалізації продукції (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Оцінка впливу факторів на ефективність міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» у 2013 – 2017 рр.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	922,80	250,20	3443,80	4058,30	7021,20
Повні витрати, тис. грн.	943,81	259,07	3025,36	2830,59	6260,81
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	0,98	0,97	1,14	1,43	1,12
Абсолютна зміна коефіцієнта ефективності міжнародної посередницької операції	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
У цілому, у тому числі за рахунок:	-0,01	0,17	0,30	-0,31	0,14
- зміни чистого доходу від реалізації продукції	-0,70	13,44	0,24	1,24	6,42
- зміни вартості валютного курсу	0,17	-12,84	-0,14	-1,66	-3,83
- зміни вартості продукції відповідно до специфікації та митних платежів	0,02	0,12	0,33	0,45	-1,89
- зміни витрат на просування та збут продукції	0,50	-0,54	-0,14	-0,34	-0,56

Джерело: складено за даними підприємства

Таким чином, здійснений аналіз свідчить, що ТОВ «Делфі-Груп» має резерви для підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій.

Таблиця 2.10.

**Динаміка показників ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп»
у 2013 – 2017 рр.**

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	922,80	250,20	3443,80	4058,30	7021,20	-672,60	3193,60	614,50	2962,90	0,27	13,76	1,18	1,73
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. євро.	39,63	8,07	67,43	47,33	105,00	-31,56	59,36	-20,10	57,67	0,20	8,36	0,70	2,22
Курс валюти, грн/євро	10,61	15,71	24,23	28,29	30,00	5,10	8,52	4,06	1,71	1,48	1,54	1,17	1,06
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. грн	420,45	126,78	1633,95	1338,97	3150,00	-293,67	1507,17	-294,98	1811,03	0,30	12,89	0,82	2,35
Податок на додану вартість	84,09	25,36	326,79	267,79	630,00	-58,73	301,43	-59,00	362,21	0,30	12,89	0,82	2,35
Витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції, тис. грн.	389,27	86,93	974,62	1023,83	2220,81	-302,34	887,69	49,21	1196,98	0,22	11,21	1,05	2,17
Повні витрати, тис. грн.	943,81	259,07	3025,36	2830,59	6260,81	-684,74	2766,29	-194,77	3430,22	0,27	11,68	0,94	2,21
Ефект міжнародної посередницької операції, тис. грн.	-21,01	-8,87	418,44	1227,71	760,39	12,14	427,31	809,27	-467,32	0,42	-47,20	2,93	0,62
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	0,98	0,97	1,14	1,43	1,12	-0,01	0,17	0,30	-0,31	0,99	1,18	1,26	0,78

Джерело: складено за даними підприємства

З огляду на те, що вплинути на динаміку валютного курсу підприємство не може, необхідним є укладання договорів з покупцями виключно в іноземній валюті для унеможливлення повтору ситуації 2014 року. Окрім цього доцільним є перегляд умов співпраці з італійською компанією «VARISCO» щодо збільшення знижки, яка надаватиметься ТОВ «Делфі-Груп», зважаючи на низьку ефективність перепродажу мотопомп на ринку України.

Загалом, здійснений аналіз вказує на те, що нині підприємство знаходиться на стадії розвитку, і має значні перспективи, особливо за умови подальшого розширення асортименту продукції.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

ТОВ «Делфі-Груп» - ексклюзивний представник компаній «Munsch Chemie-Pumpen» GmbH та «VARISCO» S.p.A. на території України. Попри достатньо обмежений асортимент продукції, представленої на ринку України, підприємство наразі активно розвиваються, збільшивши за останні 5 років обсяги чистого доходу з 922,8 тис. грн. до 7,02 млн. грн.

З огляду на концентрацію переважної частини майна підприємства у дебіторські заборгованості, а також значних обсягах позикового капіталу, ТОВ «Делфі-Груп» має значні проблеми з показником абсолютної ліквідності: на кінець 2013 р. він складав 0,3, тобто був вищим за рекомендоване значення, тоді як у 2017 р. склав 0,01, таким чином за необхідності підприємство не матиме можливості швидко розрахуватися за своїми зобов'язаннями. Натомість коефіцієнти покриття та швидкої ліквідності за останні 5 років зросли та у 2015 – 2015 рр. перевищували граничні значення. За досліджуваний період відбулося також зростання вартості чистого оборотного капіталу з 58,7 тис. грн. до 342,2 тис. грн., що вказує на істотне покращення фінансового стану ТОВ «Делфі-Груп».

Основними проблемами підприємства є високий рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування, значні обсяги дебіторської заборгованості,

а також непостійна динаміка фінансового результату, обумовлена переважанням темпів росту витрат над швидкістю зростання доходів.

Відповідно до договорів, укладених між ТОВ «Делфі-Груп» та компаніями «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO», досліджуване підприємство купує у виробників товар за свій рахунок та здійснює наступний його продаж від свого імені, діючи на правах незалежного торговця як по відношенню до виробників, так і по відношенню до третіх осіб. Обсяги закупівлі насосного обладнання у 2013 році складали 39,63 тис. євро, тоді як у 2017 р. вартість поставленого з-за кордону досягла 105 тис. євро. Горизонтальні хімічні насоси є основною асортиментною групою ТОВ «Делфі-Груп», і їх імпорт здійснювався підприємством на постійній основі. Закупівля вертикальних хімічних насосів здійснювалася підприємством лише у 2015 та 2017 рр., співпраця з компанією «VARISCO» також мала непостійний характер (імпорт мав місце лише у 2013, 2015 та 2017 рр.).

З метою просування продукції на ринку України ТОВ «Делфі-Груп» отримало знижку у розмірі 15% від прайсових цін від компанії «Munsch Chemie-Pumpen», та 10% - від компанії «VARISCO». При цьому ТОВ «Делфі-Груп» при продажу товару кінцевому споживачу має дотримуватись загальної цінової політики, маючи право надавати споживачам на українському ринку знижки згідно системи знижок виробників (не більше 5% від прайсової ціни продавця).

Загалом, міжнародні посередницькі операції ТОВ «Делфі-Груп» були ефективними у 2015 – 2017 рр., тоді як у 2013 – 2014 рр., як внаслідок необґрунтованої цінової політики при продажу мотопомп, так і через несприятливу макроекономічну ситуацію, діяльність досліджуваного підприємства була нерентабельною. До основних чинників зменшення рівня ефективності належать зміна валютного курсу та зростання витрат на просування і збут продукції. Основним фактором, що обумовив позитивні зміни коефіцієнта ефективності, є збільшення доходу від реалізації продукції.

РОЗДІЛ 3. НАПЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ «ДЕЛФІ- ГРУП»

3.1. Дослідження світового досвіду здійснення посередницьких операцій у сфері збуту

Використання посередницьких операцій є однією з найбільш поширених форм представлення продукції на зовнішніх ринках. Порівняно зі звичайними експортно-імпортними операціями використання посередників має низку переваг, оскільки за цієї форми співпраці компанія-виробник отримує більший ступінь контролю, як позиціонується товар на зовнішньому ринку, тоді як посередник отримує від продавця не лише товар для перепродажу, але також інформаційні матеріали, маркетингову підтримку, знижки, зразки продукції для розповсюдження серед потенційних покупців тощо. Фактично, посередницькі операції передбачають довгострокове партнерство між сторонами, що обумовлює його активне використання найбільш відомими у світі виробничими підприємствами.

Одним із прикладів успішного використання посередницьких операцій є компанія "Samsung". Samsung Group - південнокорейська група компаній, заснована в 1938 році. На світовому ринку відома як виробник високотехнологічних компонентів, включаючи повноциклове виробництво інтегральних мікросхем, телекомунікаційного обладнання, побутової техніки, аудіо- і відеопристроїв. Головний офіс компанії розташований в Сувон [47].

Компанія має партнерські відносини з близько 2,5 тис. партнерів в усьому світі, що дозволяє забезпечити максимальні обсяги поставок продукції і робить підприємство глобальним лідером у сфері виробництва техніки. Для роботи з посередницькою ланкою та забезпечення високих стандартів обслуговування кінцевих споживачів компанією було

розроблено "Кодекс поведінки постачальників Samsung", дотримуватися якого повинні усі партнери підприємства. Приймаючи рішення про співпрацю з новим контрагентом, компанія "Samsung" отримує можливість управляти ризиками ланцюжка поставок, що позитивно позначається на фінансових результатах корпорації.

Характерною рисою взаємодії корпорації Самсунг з посередницькою ланкою є постійна підтримка компанією своїх партнерів, що дозволяє досягти обопільних конкурентних переваг та зростання.

Компанія "Samsung" гарантує посередникам, з якими співпрацює, набуття конкурентних переваг за вартістю продукції, витратами на її доставку, якістю та технологіями, які використовуються, що сприяє досягненню максимальної синергії, швидкості та ефективності роботи обох сторін операції.

У той самий час компанія "Samsung" вимагає дотримання міжнародних стандартів і нормативів в аспектах керування правами людини, робочого середовища, етики та проблем конфліктних мінералів, оскільки для компанії важливим є не лише вихід на новий ринок, а також гарантування дотримання на ньому високих стандартів компанії "Samsung".

Компанія "Samsung" працює над побудовою стратегічних партнерств з посередниками у сфері збуту на основі взаємної довіри. Підприємство щорічно оцінює роботу кожного із посередників, що сприяє оперативному вирішенню проблем та покращенню взаємодії між виробником і посередником [47].

Філософія бізнесу корпорації "Samsung" ґрунтується на тезі, що «конкурентна перевага Samsung будується на конкурентній перевазі кожного з партнерів». З огляду на це корпорація надає широкий спектр програм підтримки фінансування, освіти та інновацій, щоб забезпечити глобальну конкурентоспроможність партнерів у сфері збуту.

Корпорація "Samsung" повністю бере на себе відповідальність за гарантування прав та свобод усіх працівників, гарантування безпеки на

робочому місці і дотримання норм поведінки, встановлених Responsible Business Alliance (RBA) в усіх ланках ланцюга поставок від виробника до споживача. Компанія регулярно перевіряє партнерів на предмет безпеки умов праці, що дозволяє сформувати надійну екосистему протягом всього ланцюга постачань.

Таким чином, досвід корпорації "Samsung" свідчить, що посередницька ланка може виступати дієвим інструментом розширення присутності продукції виробника на зовнішніх ринках, а для підвищення ефективності цього процесу необхідним є постійний контроль та підтримка принципалом кожного з партнерів за кордоном [47].

Ще одним відомим виробничим підприємством, яке активно використовує посередництво у процесі виходу на нові ринки, є компанія Керхер. Попри те, що підприємство має 57 дочірніх підприємств в усьому світі, саме використання торгових посередників дозволило компанії досягнути того, що 85% доходів отримуються поза межами материнської країни.

Компанія Керхер будує свої взаємовідносини з партнерами на основі відкритого та партнерського діалогу. При цьому основну увагу підприємство звертає на кваліфікацію співробітників, приділяючи увагу цій характеристиці не лише на власних підприємствах, але і при виборі посередницької ланки [48].

Компанія Керхер будує співробітництво з посередницькою ланкою на засадах лояльності, відкритості, порядності, надійності, уваги і поваги. Підприємство цілеспрямовано використовує накопичені досвід і знання, стимулюючи активний обмін інформацією з посередниками на зовнішніх ринках.

Значну увагу корпорація Керхер приділяє маркетинговим технологіям. З огляду на те, що керівництво підприємства націлене на те, що сформувати асоціацію бренду з максимальною продуктивністю, інноваціями і високою якістю. Компанія активно підтримує маркетингові

акції, які проводяться посередниками, стимулюючи їх демонструвати переваги продукції Керхер широкому колу споживачів.

Разом з компаніями-посередниками, розміщеними у різних країнах, корпорація Керхер працює над реалізацією оптимальної програми продукції, забезпечуючи високий рівень глобальної конкурентоспроможності за рахунок постійної готовності до змін, оперативності та гнучкості реагування [48].

Використання посередницької ланки при виході на зовнішні ринки забезпечує корпорації Керхер безперервне зростання виробництва і збуту, обсягів доходів і фінансової міцності. Такий формат взаємодії є передумовою довгострокового розвитку підприємства.

Ще одним всесвітньо відомим підприємством, яке використовує посередницьку ланку у процесі виходу на зовнішні ринки, є німецька компанія OLAN-Haushaltsgerate, яка є виробником побутової техніки бренду Kaiser. Відмінності стратегії поведінки цього виробника від розглянутих вище є менший рівень контролю за діяльністю посередників і більша їх кількість порівняно з іншими виробничими підприємствами [49].

Перевагою такого формату співпраці з посередниками є нижчий рівень витрат порівняно з більш глибокою співпрацею. Компанія-виробник надає підприємствам-посередникам рекламні матеріали, проте знижок, які передбачають фінансування презентацій, зразків продукції та інших інструментів підтримки посередники у такому випадку не отримують. У той самий час такий формат співпраці несе для материнських компаній додаткові іміджеві ризики, оскільки, не контролюючи свої партнерів за кордоном, вони можуть постраждати від їх неправомірних дій, які негативно позначаються на ставленні споживачів до компанії [49].

До послуг посередників вдається також компанія LIEBHERR - німецька машинобудівна компанія, заснована у 1949 р. Наразі група розширилася до 130 компаній, які спеціалізуються на виробництві

будівельної техніки та холодильного обладнання. У компанії працює більше 40 тис. співробітників по всьому світу.

Укладаючи договори з посередниками, компанія LIEBHERR надає їм повну підтримку, забезпечуючи максимальний сервіс для покупців. Підприємство-принципал проводить навчання персоналу, забезпечуючи високі стандарти роботи з клієнтами, здійснює ремонт та заміну усієї техніки, яка була реалізована офіційними посередниками, проводить моніторинг їх діяльності та корегує поведінку з метою гарантування відповідності формату діяльності LIEBHERR[50].

Приклад компанії LIEBHERR є підтвердженням того, що забезпечення міцних зв'язків між виробничим підприємством та принципалом є передумовою для успішного розвитку їх співпраці та високих фінансових результатів обох сторін.

Ще одним прикладом використання посередницької ланки у розвитку міжнародної діяльності є німецька компанія Vaillant. Vaillant є лідером на світовому ринку приладів опалення та вентиляції, пропонуючи споживачам екологічно чисті та енергозберігаючі технології, які базуються, головним чином, на поновлюваних джерелах енергії. Асортимент продукції, яка пропонується клієнтам, включає: традиційні і конденсаційні газові котли, газові і електроводонагрівачі, сонячні системи, теплові насоси [51].

Посередники, які здійснюють діяльність на локальних ринках, працюють від свого імені та за власний рахунок, проте, порівняно з простими експортерами, отримують від виробника можливість придбати продукцію зі знижкою на етапі замовлення продукції клієнтом, а також гарантовано набувають прав на експертну підтримку та гарантійний ремонт реалізованого устаткування.

Посередницькі відносини компанії Vaillant будуються на довгостроковій основі та передбачають високий рівень довіри між сторонами. Це сприяє високій ефективності взаємодії та забезпечує максимальний результат для обох сторін [51].

Поряд з підприємствами, які працюють у сфері виробництва побутової та промислової техніки, посередництво як формат виходу на зовнішні ринки використовують також великі корпорації-виробники косметики та засобів догляду. Однією з компаній, що активно використовує збут через посередників, є корпорація L'Oreal.

L'Oreal - французька компанія, лідер світового ринку парфумерії і косметики. L'Oreal виробляє безліч популярних марок косметики, парфумів і засобів по догляду за шкірою і волоссям (в тому числі L'Oreal Paris, Garnier, Maybelline New York, Cacharel, Giorgio Armani Parfums and Cosmetics, Lancome, Vichy, La-Roche-Posay та ін.). Серед брендів присутні як представники косметики люкс, так і аптечні марки (Vichy, La Roche Posay). Також компанія представлена на ринку брендами професійної косметики по догляду за тілом і волоссям[52].

Поряд з відкриттям дочірніх підприємств у найбільш привабливих для корпорації регіонах, для збуту продукції класу люкс (Lancome, Giorgio Armani Beauty, Yves Saint Laurent Beaute, Biotherm, Kiehl's, Ralph Lauren, Shu Uemura, Cacharel, Helena Rubinstein, Viktor&Rolf, Maison Martin Margiela, Urban Decay), а також професійних засобів догляду (L'Oreal Professionnel, Kerastase, Redken, Matrix та Carita) підприємство активно використовує міжнародне посередництво.

Будуючи партнерські відносини з посередниками, компанія L'Oreal бере до уваги кадрову політику потенційних партнерів, їх корпоративну культуру і ділову репутацію. З огляду на те, що компанія L'Oreal є екологічно орієнтованим соціально відповідальним підприємством, значну увагу при виборі зарубіжних партнерів підприємство приділяє охорони праці та техніки безпеки, а також умовам, в яких працюють співробітники. Таким чином компанія L'Oreal отримує можливість відповідально впливати на навколишнє середовище не тільки в рамках внутрішньої діяльності компанії, але і при збуті продукції за кордоном [52].

Компанія L'Oreal вважає, що якість взаємодії між нею та її партнерами є важливою складовою довгострокового успіху. Так само як компанія "Самсунг", це підприємство розробило міжнародне керівництво - документ, який визначає принципи роботи усіх партнерів компанії на зарубіжних ринках і якого повинен дотримуватися кожен партнер компанії.

Ще однією характерною рисою співробітництва компанії L'Oreal із зарубіжними посередниками є орієнтація на лояльні та довгострокові відносини. За офіційними даними понад 75% зарубіжних партнерів у сфері збуту співпрацюють з компанією L'Oreal мінімум 10 років, що забезпечує високий рівень довіри між ними та виробником.

Окрім ретельного відбору потенційних партнерів компанія L'Oreal також сприяє їх розвитку за допомогою конструктивного діалогу і спільних зусиль. Посередники, які реалізують на зовнішніх ринках продукцію L'Oreal, надають їй звіти про попит на окремі товари, яка потім аналізується виробником з метою пошуку шляхів для підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності у глобальному масштабі.

У цілому, досвід компанії L'Oreal вказує на перспективність залучення посередницької ланки у процес збуту косметичної продукції, оскільки локальні продавці зазвичай краще обізнані з потребами ринку і мають можливість сформувати оптимальний асортимент, який повною мірою їх задовольнятиме. Окрім цього, використання посередників дозволяє L'Oreal мінімізувати витрати при виході на новий ринок, що веде до покращення фінансових результатів [52].

Таким чином, можна зробити висновок, що у світовій практиці посередницькі операції активно використовуються підприємствами різних галузей, проте їх метою в усіх випадках є розширення рівня присутності та збільшення обсягів збуту виробничих компаній.

Переважаюча частина підприємств, розглянутих нами, контролює діяльність посередницької ланки, усвідомлюючи те, що поведінка партнерів на зовнішніх ринках може негативно позначитися на репутації компанії у

глобальних масштабах. Розширення співпраці на позаекономічні сфери, вочевидь, передбачає більші витрати для принципалів порівняно із наданням можливості продавати продукцію за кордоном будь-якій компанії, проте дозволяє створити систему розподілу, яка відповідає критеріям соціальної відповідальності та етичності, які надзвичайно важливі для провідних компаній світу на нинішньому етапі.

Поряд із функцією стимулювання збуту, посередницька ланка використовується великими компаніями також для зменшення податкового навантаження у країні, куди здійснюється поставка продукції. Одним з варіантів включення посередника у процес зменшення обсягів сплачених податків - акумулювання прибутку на посереднику. За умови застосування такої схеми товар постачається на зовнішній ринок за собівартістю, у результаті чого саме посередник отримує основний прибуток. При цьому у якості посередника обирається підприємством, яке оподатковується за спрощеною системою. Або ж підприємство зі збитком за попередні звітні періоди. Усі додаткові витрати, пов'язані із перевезенням, страхуванням та зберіганням товару, маркетингом та документальним оформленням несе фактичний виробник продукції, тоді як посередник використовується лише для того, щоб при виході на зовнішній ринок підприємство мало можливість зменшити податкові витрати.

Ще одним механізмом використання посередницької ланки у податкових цілях є схема отримання основним підприємством нульової ставки ПДВ при експорті нетипового для підприємства товару. Такий варіант оптимізації податкових витрат використовується тими підприємствами, які здебільшого реалізують продукцію на внутрішньому ринку, і, відповідно, повинні сплатити значні обсяги податку на додану вартість. Для зменшення обсягів зобов'язань за ПДВ такі компанії закупають іншу продукцію, яка користується попитом за кордоном, з метою її експорту. З огляду на те, що ставка ПДВ при експорті дорівнює 0%, має місце зниження податкового навантаження. При цьому фактично

компанія не здійснює жодних дій щодо експорту продукції, делегуючи ці повноваження посереднику, проте отримує результат у вигляді зменшення обсягів ПДВ до сплати.

Посередницька ланка також може використовуватися великими міжнародними компаніями при виході на ринки, надмірно зарегульовані та захищені протекціоністськими заходами. Ринки таких країн зазвичай є привабливими з огляду на відсутність на них інтенсивної міжнародної конкуренції, і звернення до локального посередника може вважатися єдиним шляхом для продажу продукції на території цієї країни.

Таким чином, можна констатувати, що мотиви, які обумовлюють звернення великих виробничих підприємств до послуг посередників, проте кінцевою метою усіх зазначених компаній є покращення фінансових результатів та посилення позицій на зовнішніх ринках.

Досвід провідних компаній світу вказує на те, що для досягнення оптимальних результатів необхідним є не лише співробітництво щодо поставки продукції, але також дотримання принципалом та посередником єдиних підходів до здійснення господарської діяльності.

3.2. Розробка комплексу заходів щодо підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп»

Здійснивши у другому розділі роботи аналіз міжнародних посередницьких операцій, нами було виявлено, що підприємство має резерви для підвищення їх ефективності як у сфері взаємовідносин з принципалом, так і у тому, що стосується внутрішніх процесів на підприємстві.

Розглядаючи взаємовідносини із нинішнім партнером підприємства, доцільно, у першу чергу, переглянути умови укладених договорів,

посиливши ті аспекти співпраці, які стосуються гарантійного обслуговування проданої техніки.

Нині ремонт устаткування, реалізованого в Україні, досліджуване підприємство здійснює власними силами, і лише за неможливості провести роботи самостійно, може звернутися за допомогою до принципала. Це збільшує термін проведення ремонтних робіт, оскільки на першому етапі досліджуване підприємство здійснює діагностику, за необхідності – замовляє за кордоном необхідні деталі, після чого здійснює ремонт.

Набагато ефективнішим для підприємства буде одразу після діагностики за відсутності у підприємства необхідних запчастин передавати устаткування на ремонт виробнику, що дозволить одночасно знизити ризики і витрати, а також пришвидшити ремонт устаткування.

Наступним напрямом вдосконалення взаємовідносин з принципалом є внесення у договір статті щодо проведення регулярних навчань для працівників з метою формування у них необхідних компетенцій для якісного обслуговування клієнтів. Проведення коротких воркшопів для працівників може одночасно виступати інструментом мотивації персоналу, а також дієвим каналом передачі інформації про зміни в асортименті товарів та сервісів виробника устаткування.

Світовий досвід, який було нами досліджено у попередньому параграфі, свідчить, що надання виробником посереднику знижок на поставку продукції саме по собі не є запорукою ефективності посередницьких операцій, таким чином посилення кооперації у позаторговельній сфері сприятиме покращенню фінансових результатів обох підприємств.

Для підвищення ефективності міжнародних операцій ТОВ «Делфі-Груп» необхідним є також активне використання інструментів стимулювання збуту продукції на внутрішньому ринку. Заходами, які повинні бути реалізовані у цьому напрямі, є вдосконалення Інтернет-

ресурсу підприємства, активна участь у профільних виставках та розповсюдження на них рекламних матеріалів, отриманих від виробника.

Розглядаючи Інтернет-ресурс підприємства, необхідно відзначити, що він є достатньо якісним, проте одним з його основних недоліків є те, що матеріали представлені на ньому виключно російською мовою. Зважаючи на політичну ситуацію, яка склалася в Україні, представлення інформації українською мовою є обов'язковим - наразі досить значна частина населення досить гостро ставиться до мовної проблеми, і відсутність україномовної версії сайту може вплинути на прийняття клієнтами рішення про вибір іншого постачальника.

Також проблемою Інтернет-позиціонування підприємства є те, що у пошукових системах у першу чергу споживач натрапляє на Інтернет-супермаркети, в яких представлена продукція, яку поставляє на ринок підприємство, а уже потім – власне на сайт підприємства. Це негативно впливає на сприйняття компанії великими партнерами, оскільки найбільш надійними є ті постачальники, які меншою мірою співпрацюють з Інтернет-посередниками, а більшу частину збуту забезпечують самостійно.

Відзначимо, що для посередників, які пропонують на ринок України продукцію інших брендів, питання Інтернет-позиціонування набуває особливого значення. Он-лайн торгівлі відіграє усі важливішу роль у забезпечення потреб як споживчого ринку, так і бізнесу у різноманітній продукції, таким чином нехтувати цим каналом збуту ТОВ «Делфі-Груп» не варто. Водночас важливо, щоб сприйняття клієнтами підприємства крізь призму Інтернет-ресурсу відповідало стратегічним цілям компанії, що свідчить про необхідність вдосконалення Інтернет-ресурсу і, в першу чергу, перекладу матеріалів на українську мову.

Ще одним напрямом вдосконалення Інтернет-позиціонування та збуту підприємства є співпраця з ресурсом rozetka.ua. У той час як співпрацю з нерейтинговими Інтернет-магазинами доцільно обмежити, з

rozetka.ua варто укласти угоду, особливо зважаючи на те, що цей ресурс активно розвиває b-2-b напрямок.

Rozetka.ua пропонує підприємствам, орієнтованим на бізнес-сегмент, вигідні умови співпраці та низьку комісію, оскільки намагається посилити свої позиції на цьому сегменті. При цьому перевагою rozetka.ua є висока індексація у пошукових системах, а також значна кількість відвідувачів сайту та можливість налаштування внутрішньої реклами.

Перевагою цього ресурсу як нового каналу збуту є також те, що на ньому буде представлено інформацію про ТОВ «Делфі-Груп» про підприємство, яке є продавцем товару. Таким чином, розміщення інформації про продукцію на цьому сайті також можна розглядати як рекламний інструмент.

Наступним напрямом вдосконалення діяльності ТОВ «Делфі-Груп» є отримання від виробників продукції рекламних матеріалів, які можна буде розповсюджувати на виставках, а також надавати місцевим клієнтам. Мова йде про рекламні буклети, присвячені як окремим товарам, так і певним асортиментним групам із порівнянням різної продукції, яка пропонується виробником.

Такі матеріали завжди готуються великими виробничими підприємствами, тому отримати їх від постачальника не повинно бути проблемою. До цього ТОВ «Делфі-Груп» мало використовував друковану рекламну продукцію при роботі з клієнтами, проте, на наш погляд, надалі це є необхідним, оскільки за умови участі підприємства у міжнародних виставках, саме розповсюдження каталогів та проспектів відіграватиме важливу роль у роботі з клієнтами.

Окрім цього, відзначимо, що не усі покупці підприємства приймають рішення про купівлю товару одразу – більшість з них, звернувшись до ТОВ «Делфі-Груп» згодом аналізує інформацію, порівнює альтернативи та приймає остаточне рішення. Для таких клієнтів важливо мати інформаційні

матеріали, які можна буде вивчити – саме для збільшення кількості таких «відкладених» покупок необхідно звернутися до виробників з проханням збільшити кількість рекламної продукції.

Також збільшенню попиту на продукцію, яку представляє на ринку ТОВ «Делфі-Груп», доцільно перекласти рекламні матеріали та надрукувати рекламні матеріали, повністю аналогічні тим, які надають виробники англійською мовою, українською. Україномовні рекламні матеріали доцільно пропонувати тим покупцям, які не говорять англійською мовою, і для яких важливим є не лише ознайомитися з базовими характеристиками устаткування (які, зазвичай, зрозумілі і з рекламних проспектів іноземною мовою), але й прочитати опис продукції.

Для фінансування перекладу рекламних матеріалів доцільно звернутися до виробників продукції, оскільки рекламна підтримка збуту товарів є їх обов'язком. Фінансування може здійснюватися як за рахунок безпосередньої оплати друку проспектів, так і шляхом надання ТОВ «Делфі-Груп» додаткової знижки на продукцію.

Важливу роль у стимулюванні збуту продукції на внутрішньому ринку має відігравати участь ТОВ «Делфі-Груп» у міжнародних виставках, які відбуваються на території України. Саме місцеві заходи є для підприємства основними, зважаючи на те, що для підприємства основним завданням є пошук нових клієнтів, а не розширення партнерської мережі.

Міжнародні виставки дадуть ТОВ «Делфі-Груп» прекрасну можливість покращити взаємодію зі споживачами, зрозуміти, які їх потреби, які основні причини купівлі устаткування у інших виробників. Окрім цього, участь у міжнародних виставках – інструмент популяризації підприємства, можливість познайомити більш широку аудиторію з тією продукцією, яку воно реалізує на ринку України.

Участь у виставках, які проводяться в Україні, має стати одним із основних маркетингових інструментів підприємства, таким чином на початку кожного року необхідно формувати бюджет, який може спрямовуватися на реалізацію цієї пропозиції. Графік виставкових заходів

доцільно формувати на перспективу, обираючи серед можливих заходів ті, які найбільшою мірою відповідають пріоритетам ТОВ «Делфі-Груп». Перелік виставкових заходів, у яких доцільно брати участь підприємству, представлено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Перелік виставкових заходів для участі ТОВ «Делфі-Груп» к 2019 р.

Назва виставкового заходу	Місце та дата проведення	Перелік учасників	Вартість участі	Показник «досягнутого відвідувача»
XI Міжнародна спеціалізована виставка «КИЇВСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ЯРМАРОК – 2019»	2-5 квітня 2019 р., м. Київ, Міжнародний виставковий центр	Виробники виробничого устаткування (від малого до габаритного), будівельні підприємства, приватні підприємства	Відвідування – безкоштовно, 500 дол. США за м ² (83100 грн за корнер 2 на 3 м)	126,4 грн/ відвідувач
Технічний ярмарок - 2019	4-5 травня 2019 р., м. Одеса, Одеський дім	Вітчизняні та зарубіжні виробники виробничого устаткування	10900 грн. за корнер	45 грн/ відвідувач
InterPump-Ukraine	14-17 червня 2019 р., м. Львів, ВЦ «Південний-ЕХРО»	Виробники насосного устаткування	Від 800 євро за корнер (25920 грн)	76,25 грн/ відвідувач
BuildEnergy 2019	25-29 жовтня 2019 р., Виставковий центр Одеського Морського Торгового порту	Виробники енергозберігаючого та іншого устаткування для використання у будівництві, будівельні підприємства	12000 грн. за експозиційне місце	64 грн/ відвідувач
XVI МІЖНАРОДНИЙ ВОДНИЙ ФОРУМ AQUA UKRAINE - 2019	6-8 листопада 2019 р., м. Київ, Міжнародний виставковий центр	Виробники насосного обладнання та очищувальних сполук	Від 500 дол. США, детальна інформація – за запитом (13850 грн)	164 грн/ відвідувача

Джерело: складено автором за даними

У контексті підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» увагу доцільно також приділити вдосконаленню асортиментної політики. Передумовою успіху ТОВ «Делфі-Груп» на ринку має стати укладення договорів з більшою кількістю визнаних виробників устаткування задля підвищення вірогідності купівля клієнтами обладнання саме у досліджуваної компанії.

Для оцінки прогнозової ефективності участі ТОВ «Делфі-Груп» у виставках ми використали показник «досягнутого відвідувача», який являє собою обсяг витрат підприємства (включно з витратами на оплату праці, облаштування стенду тощо) на одного відвідувача виставки. Інформацію про очікувано кількість відвідувачів було знайдено на форумах в Інтернеті.

Після того, як підприємство завершить участь у виставках, доцільним буде розрахунок також показників як показник «досягнутого партнера» та «собівартість підписання контракту». Розрахувати ці показники можна буде лише після того, як компанія матиме дані щодо того, скільки нових контрагентів було знайдено на виставці. Ведення такої статистики протягом кількох наступних років дозволить підприємству сформулювати перелік виставок, у яких доцільно брати участь, а також тих, витрати на які не сприяють підвищенню ефективності міжнародної діяльності.

З огляду на наявність інформації про витрати, які будуть понесені ТОВ «Делфі-Груп» від участі у виставках, нами також було розраховано показники ефекту та ефективності. За досвідом попередніх років, участь у одній виставці дозволяє підприємству наростити обсяг продажів продукції на 7%. При розрахунковому чистому доході у 2018 р. рівному 8721,3 тис. грн., прогнозне зростання доходу від участі у одній виставці складатиме 610,49 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції, відповідно, дорівнюватиме 457,38 тис. грн. (вартість продукції відповідно до специфікацій та сплачений ПДВ при імпорті за попередніми оцінками складатимуть у 2018 р. 6534 тис. грн.). Розрахунок ефекту та ефективності участі ТОВ «Делфі-Груп» у виставках представлено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2.

Прогнозні показники ефективності участі ТОВ «Делфі-Груп» у виставках у 2019 р.

Показник	КИЇВСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ЯРМАРОК – 2019	Технічний ярмарок - 2019	InterPump- Ukraine	BuildEnergy 2019	AQUA UKRAINE - 2019	Усього
Очікуваний чистий дохід від участі у виставці	610,49	610,49	610,49	610,49	610,49	3052,46
Собівартість продукції, реалізованої за договорами, укладеними на виставці	457,38	457,38	457,38	457,38	457,38	2286,90
Оренда виставкової площі	83,10	10,90	25,92	12,00	13,85	145,77
Транспортні витрати	3,00	12,00	14,00	12,00	3,00	44,00
Витрати на оплату відрядження персоналу*	0,00	15,90	24,90	29,00	0,00	69,80
Витрати на оплату праці персоналу**	6,00	3,00	6,00	7,50	6,00	28,50
Витрати на рекламні матеріали	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	2,50
Інші витрати***	30,52	30,52	30,52	30,52	30,52	152,62
Повні витрати	580,50	530,20	559,22	548,90	511,25	2730,09
Ефект участі у виставці	29,99	80,29	51,27	61,59	99,24	322,36
Коефіцієнт ефективності участі у виставці	1,05	1,15	1,09	1,11	1,19	1,12

Примітка: * - у витрати на відрядження закладено витрати на готель (100 грн/особу на добу), добові (500 грн/добу) та витрати на квитки (із розрахунку 400 грн в один кінець); ** - 500 грн на день на одну особу; непередбачувані витрати закладаємо на рівні 5% від прогнозного доходу

Як видно з представленої таблиці, найбільш ефективною для підприємства за умови рівного впливу розглянутих виставкових заходів на обсяги збуту, буде участь у виставці «AQUA UKRAINE - 2019», тоді як оренда стенду та повноцінна участь у «КИЇВСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ЯРМАРОК – 2019» може призвести до досить низького ефекту. Втім, навіть попри такі результати розрахунків вважаємо за доцільне у 2019 р. взяти участь у розглянутому заході, оскільки він є одним із провідних платформ для виробничих підприємств, і може мати вагоме іміджеве значення для підприємства. у цілому, здійснений прогноз свідчить, що участь у міжнародних виставках дозволить підприємству наростити обсяги діяльності з досить високим рівнем ефективності (1,12).

Розглядаючи заходи, які доцільно реалізувати у сфері асортиментної політики, ми дійшли висновку, що підприємству доцільно укласти угоди з новими постачальниками, що дозволить збільшити рівень задоволення потреб клієнтів. При цьому нові угоди мають надання ТОВ «Делфі-Груп» статусу ексклюзивних посередників – відсутність в асортименті інших підприємств аналогічної продукції значно збільшить кількість споживачів, які робитимуть вибір на користь досліджуваного підприємства принаймні при першому виборі підприємства-продавця.

Ринок насосного обладнання зараз активно розвивається, що робить пошук потенційних партнерів більш легким для ТОВ «Делфі-Груп». До потенційних партнерів досліджуваного підприємства можна віднести італійських виробників “ETATRON D.S.” та “Debem”, німецькою компанією “Lutz” та французькою компанією “SIEBEC” (табл. 3.3.).

Таким чином, до заходів, які мають бути реалізовані ТОВ «Делфі-груп» з метою підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій належать: проведення переговорів щодо передачі функцій ремонту обладнання безпосередньо підприємствам «Munsch Chemie-Pumpen» GmbH та «VARISCO» S.p.A., що скоротить фінансові та часові витрати досліджуваного підприємства.

Таблиця 3.3.

**Потенційні партнери ТОВ «Делфі-Груп» для укладання
договорів про посередництво**

Назва підприємства	Асортимент підприємства
“ETATRON D.S.”	Насоси дозатори, перестальтичні насоси, плунжерні насоси, мембранні моторні насоси, вакуумні насоси, контролери, клапани вприскування та забору, системи дозування, станції дозування та приготування реактивів
“Debem”	Хімічні насоси (насоси з магнітними муфтами, насоси з торцевими ущільненнями, насоси вертикальні з консольним валом), фільтруючі установки (гальванічні ванни, очистка активованим вугіллям, видалення масла, іонообмінні смоли, регенерація дорогоцінних металів), фільтруючі матеріали
“Lutz”	Бочкові насоси та центробіжні насоси (вертикальні насоси, з магнітною муфтою, з торцевим ущільненням, мембранні насоси, гігієнічні насоси, контейнерні насоси)
“SIEBEC”	Харчові насоси, фармацевтичні насоси, мембранні насоси, пневматичні насоси, центробіжні насоси, насоси з магнітною муфтою, вертикальні насоси, бочкові насоси, демфери пульсації

Джерело: складено автором

Підвищенню ефективності міжнародних посередницьких операцій також сприятиме збільшення кількості рекламних матеріалів, отримуваних від виробника, та їх переклад на українську мову; розширення асортименту насосного обладнання шляхом укладання договорів з іншими європейськими виробниками; активізація участі у виставках на території України для пошуку нових покупців; переклад матеріалів сайту на українську мову; укладання договору про представлення продукції на ресурсі rozetka.ua (рис. 3.1).

На наш погляд, впровадження наданих рекомендацій сприятиме підвищенню ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп», оскільки запропоновані заходи мають на меті активізацію збуту продукції, яка має позитивно позначитися на обсягах діяльності підприємства, а також зменшення витрат компанії, що дозволить покращити рівень результативності операцій.



Рис. 3.1. Напрями підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп»

Джерело: складено автором

На наш погляд, наразі основним фактором вдосконалення міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» є постійний моніторинг тенденцій розвитку ринку, результатом якого має бути адаптація діяльності до тих вимог, які потенційні покупці висувають до постачальників насосного обладнання. Ринок, на якому працює ТОВ

«Делфі-Груп» - високотехнологічний, таким чином оновлення асортименту відбувається на ньому дуже швидко, що обумовлює доцільність співпраці досліджуваного підприємства одночасно з декількома виробниками, розміщеними в різних країнах. Це забезпечить підприємству максимально швидко реакцію на будь-які трансформації галузі.

Можливим напрямом розширення діяльності ТОВ «Делфі-Груп» є також вихід на регіональні ринки. Мова йде про активізація роботи з промисловими підприємствами, розміщеними у великих містах, шляхом здійснення прямих продажів. Одна з наданих нами рекомендацій – участь у міжнародних виставках, націлена на пошук підприємством партнерів у регіонах, проте проактивна позиція у пошуку партнерів поза межами Києва також може позитивно позначитися на фінансових результатах підприємства.

На наш погляд, впровадження у діяльність підприємства сформованих нами заходів сприятиме тому, що його позиції навіть в умовах інтенсивної конкуренції, будуть лишатися достатньо міцними, а результати міжнародних посередницьких операцій будуть демонструвати позитивну динаміку.

3.3. Прогнозна оцінка запропонованих заходів

З метою обґрунтування доцільності реалізації ТОВ «Делфі-Груп» наданих рекомендацій, необхідно розрахувати, якими будуть доходи та витрати підприємства у випадку впровадження запропонованих заходів, а також у випадку, якщо підходи до здійснення посередницьких операцій залишаться незмінними. Розрахунок показників ефективності міжнародних посередницьких операцій за незмінності підходів до здійснення операцій засвідчив, що перепродаж продукції в Україні буде ефективним, проте коефіцієнт ефективності знижуватиметься (табл. 3.4).

Таблиця 3.4.

Прогнозні результати здійснення міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» за незмінності підходів до здійснення міжнародних посередницьких операцій, тис. грн.

Показник	Факт	Прогноз				Абсолютне відхилення				
	2017	2018*	2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	7021,2	8721,3	11830,2	15202,7	19536,6	1700,1	3108,9	3372,5	4333,9	12515,4
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. євро.	105,00	165,00	205,89	256,92	320,58	60,00	40,89	51,02	63,67	215,58
Курс валюти, грн/євро	30,0	33,0	33,0	33,0	33,0	3,0	0,0	0,0	0,0	3,0
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. грн	3150,0	5445,0	6794,4	8478,2	10579,2	2295,0	1349,4	1683,8	2101,1	7429,2
Податок на додану вартість	630,0	1089,0	1358,9	1695,6	2115,8	459,0	269,9	336,8	420,2	1485,8
Витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції, тис. грн.	2220,8	1443,2	2230,5	3447,1	5327,5	-777,6	787,3	1216,7	1880,4	3106,7
Повні витрати, тис. грн.	6260,8	7977,2	10383,7	13620,9	18022,6	1716,4	2406,5	3237,2	4401,7	11761,8
Ефект міжнародної посередницької операції, тис. грн.	760,4	744,1	1446,5	1581,8	1514,0	-16,3	702,4	135,3	-67,7	753,7
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	1,12	1,09	1,14	1,12	1,08	-0,03	0,05	-0,02	-0,03	-0,04

Джерело: розрахунки автора

Примітка: попередні дані за 2018 рік розраховано на підприємстві

Протягом останніх 5-ти років темпи зростання чистого доходу від реалізації продукції в Україні збільшувалися у середньому на 43%. Якщо такі тенденції зберігатимуться і надалі, то до 2021 року чистий дохід підприємства зросте до 19536,6 тис. грн., що істотно більше за обсяги діяльності ТОВ «Делфі-Груп» у попередніх періодах. Обсяги продукції за контрактами також матиме тенденцію до збільшення, у до 2021 р. може досягнути 320,6 тис. євро, що за курсом 33,0 (для прогнозування використовуємо офіційний середній курс за 9 місяців 2018 р.), то вартість продукції у національній валюті складе 10579,2 тис. грн.

Протягом останніх років тенденцію до зростання мали витрати на збут, і за умови перенесення тенденцій попередніх періодів на наступні до 2021 р. їх обсяг складе 5327,5 тис. грн. Таким чином, повні витрати на здійснення міжнародних посередницьких операцій складуть 18022,6 тис. грн., що у 2,9 рази більше за показник 2017 р. У результаті до 2021 року за збереження існуючих тенденцій ефект від міжнародних посередницьких операцій складе 1514 тис. грн., а коефіцієнт ефективності знизиться до 1,08.

Таким чином, якщо підходи до здійснення міжнародних посередницьких операцій підприємства залишаться незмінними, протягом наступних трьох років відбудеться поступове зниження коефіцієнта ефективності міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп», що вказує на доцільність впровадження низки заходів, які дозволять підвищити результативність діяльності підприємства.

При розрахунку прогнозних показників за умови впровадження наданих рекомендацій ми використовувати оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний сценарій. Кожен з них характеризувався різною реакцією ринку на впровадження наданих пропозицій. Так, за песимістичного сценарію очікується, що зростання витрат на збут (витрат на участь у виставках) не обумовить зростання доходу, що відповідно, стане причиною зменшення рівня ефективності посередницьких операцій (табл. 3.5).

Таблиця 3.5.

**Прогнозні результати здійснення міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» за
впровадження наданих рекомендацій (песимістичний сценарій), тис. грн.**

Показник	Факт	Прогноз				Абсолютне відхилення				
	2017	2018*	2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	7021,20	8721,30	11830,20	15202,70	19536,60	1700,10	3108,90	3372,50	4333,90	12515,40
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. євро.	105,00	165,00	205,89	256,92	320,58	60,00	40,89	51,02	63,67	215,58
Курс валюти, грн/євро	30,00	33,00	33,00	33,00	33,00	3,00	0,00	0,00	0,00	3,00
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. грн	3150,00	5445,00	6794,40	8478,20	10579,20	2295,00	1349,40	1683,80	2101,00	7429,20
Податок на додану вартість	630,00	1089,00	1358,90	1695,60	2115,80	459,00	269,90	336,70	420,20	1485,80
Витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції, тис. грн.	2220,80	1443,20	2373,69	3890,29	5770,69	-777,60	930,49	1516,60	1880,40	3549,89
Повні витрати, тис. грн.	6260,80	7977,20	10526,99	14064,09	18465,69	1716,40	2549,79	3537,10	4401,60	12204,89
Ефект міжнародної посередницької операції, тис. грн.	760,40	744,10	1303,21	1138,61	1070,91	-16,30	559,11	-164,60	-67,70	310,51
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	1,12	1,09	1,12	1,08	1,06	-0,03	0,03	-0,04	-0,02	-0,06

Джерело: розрахунки автора

Примітка: попередні дані за 2018 рік розраховано на підприємстві

Так, за песимістичного сценарію до 2021 року обсяг чистого доходу від продажу продукції в Україні складе 19536,60 тис. грн., вартість продукції за контрактом з виробниками також лишиться незмінною (320,58 тис. євро). При цьому витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції зростуть на 443,19 тис. грн. (див табл. 3.2), що призведе до зниження рівня ефективності.

Протягом наступних років спостерігатиметься тенденція до щорічного зменшення рівня ефективності міжнародних посередницьких операцій, і до 2021 року коефіцієнт ефективності складе 1,06, а ефект міжнародних посередницьких операцій становитиме 1070,91 тис. грн., що менше, ніж прогнозний ефект за незмінності бізнес-моделі підприємства. Позитивним є те, що навіть за песимістичного сценарію протягом найближчих років ТОВ «Делфі-Груп» не стане збитковим.

Ці аргументи у комплексі вказують на те, що ризики впровадження наданих рекомендацій є для підприємства мінімальними, що є аргументом на користь їх реалізації. За оптимістичного сценарію ринок позитивно відреагує на впровадження ТОВ «Делфі-Груп» запропонованих нами заходів, що знайде відображення зростанні чистого доходу підприємства протягом наступних років у середньому на 7% від обсягу чистого доходу попереднього року від участі в одному виставковому заході понад показник, отриманий методом екстраполяції (ц розрахунках ми виходили з участі підприємства у середньому у 5-ти виставках на рік).

За такої динаміки до 2021 р. чистий дохід підприємства від реалізації продукції складе 26680,67 тис. грн., що істотно перевищує прогнози за незмінності формату діяльності. Обсяги поставок продукції з-за кордону збільшаться до 442,80 тис. євро, що буде обумовлено як стимулюванням збуту наявних в асортименті товарів, так і укладанням нових договорів та початковими поставками на ринок нового насосного устаткування. У національній валюті вартість поставленого в Україну устаткування складе 14612,34 тис. грн (табл. 3.6).

Таблиця 3.6.

**Прогнозні результати здійснення міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» за
впровадження наданих рекомендацій (оптимістичний сценарій), тис. грн.**

Показник	Факт	Прогноз				Абсолютне відхилення				
	2017	2018*	2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	7021,20	8721,30	14882,66	20411,63	26680,67	1700,10	6161,36	5528,97	6269,04	19659,47
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. євро.	105,00	165,00	263,64	349,19	442,80	60,00	98,64	85,55	93,61	337,80
Курс валюти, грн/євро	30,00	33,00	33,00	33,00	33,00	3,00	0,00	0,00	0,00	3,00
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. грн	3150,00	5445,00	8700,15	11523,25	14612,34	2295,00	3255,15	2823,10	3089,09	11462,34
Податок на додану вартість	630,00	1089,00	1740,03	2304,65	2922,47	459,00	651,03	564,62	617,82	2292,47
Витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції, тис. грн.	2220,80	1443,20	2373,69	3890,29	5770,69	-777,60	930,49	1516,60	1880,40	3549,89
Повні витрати, тис. грн.	6260,80	7977,20	12813,87	17718,20	23305,50	1716,40	4836,67	4904,32	5587,30	17044,70
Ефект міжнародної посередницької операції, тис. грн.	760,40	744,10	2068,78	2693,43	3375,17	-16,30	1324,68	624,65	681,74	2614,77
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	1,12	1,09	1,16	1,15	1,14	-0,03	0,07	-0,01	-0,01	0,02

Джерело: розрахунки автора

Примітка: попередні дані за 2018 рік розраховано на підприємстві

Як наслідок, ефект від міжнародних посередницьких операцій до 2021 року складе 3375,17 тис. грн., а коефіцієнт ефективності - 1,14, що буде істотно вище за показники останніх років. На наш погляд, досягнення показників, розрахованих за позитивним сценарієм, є вірогідним, проте для того, щоб провести більш об'єктивну оцінку можливих наслідків впровадження наданих рекомендацій, нами було також здійснено розрахунки за найбільш вірогідним сценарієм.

Обсяги доходів та витрат за найбільш вірогідним сценарієм є середніми значеннями, отриманими за оптимістичним та песимістичним прогнозами. Так, розрахований обсяг чистого доходу у 2021 р. складе 23108,64 тис. грн., вартість продукції за контрактом – 381,69 тис. грн., її вартість у національній валюті – 12595,77 тис. грн.

За найбільш вірогідним сценарієм до 2021 року ефект від міжнародних посередницьких операцій підприємства складе 2223,04 тис. грн., а коефіцієнт ефективності – 1,11, що вище за очікуваний показник 2018 р.

Порівняно з прогнозом за незмінності підходів до здійснення міжнародних посередницьких операцій отримані нами результати є кращими. Зокрема, ефект перевищує той, що було отримано при прогнозування в умовах незмінності формату діяльності, на 709,04 тис. грн., а коефіцієнт ефективності – на 0,03 (табл. 3.7).

Відзначимо, що здійснені розрахунки вказують на те, що за будь-якого сценарію відбуватиметься поступове зменшення рівня ефективності, що викликано тим, що здійснений прогноз базувався на методі екстраполяції і передбачає перенесення попередніх тенденцій на майбутнє. Ріст показників у 2019 р. вказує на те, що покращення ситуації є можливим, проте необхідно на кожному етапі здійснювати аналіз діяльності та адаптувати стратегію розвитку до ситуації на підприємстві та у зовнішньому середовищі.

Таблиця 3.7.

**Прогнозні результати здійснення міжнародних посередницьких операцій ТОВ «Делфі-Груп» за
впровадження наданих рекомендацій (найбільш вірогідний сценарій), тис. грн.**

Показник	Факт	Прогноз				Абсолютне відхилення				
	2017	2018*	2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	7021,20	8721,30	13356,43	17807,16	23108,64	1700,10	4635,13	4450,74	5301,47	16087,44
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. євро.	105,00	165,00	234,77	303,05	381,69	60,00	69,77	68,29	78,64	276,69
Курс валюти, грн/євро	30,00	33,00	33,00	33,00	33,00	3,00	0,00	0,00	0,00	3,00
Вартість продукції відповідно до специфікації, тис. грн	3150,00	5445,00	7747,28	10000,73	12595,77	2295,00	2302,28	2253,45	2595,04	9445,77
Податок на додану вартість	630,00	1089,00	1549,47	2000,13	2519,13	459,00	460,47	450,66	519,01	1889,13
Витрати, пов'язані із просуванням та збутом продукції, тис. грн.	2220,80	1443,20	2373,69	3890,29	5770,69	-777,60	930,49	1516,60	1880,40	3549,89
Повні витрати, тис. грн.	6260,80	7977,20	11670,43	15891,14	20885,60	1716,40	3693,23	4220,71	4994,45	14624,80
Ефект міжнародної посередницької операції, тис. грн.	760,40	744,10	1685,99	1916,02	2223,04	-16,30	941,89	230,03	307,02	1462,64
Коефіцієнт ефективності міжнародної посередницької операції	1,12	1,09	1,14	1,12	1,11	-0,03	0,05	-0,02	-0,01	-0,01

Джерело: розрахунки автора

Примітка: попередні дані за 2018 рік розраховано на підприємстві

За умови зростання курсу іноземної валюти ТОВ «Делфі-Груп» доведеться реагувати, підвищуючи ціну продукції на внутрішньому ринку, оскільки у прогноз було закладено поточний курс гривні до євро. Втім, аналогічна зміна цін відбуватиметься також і у конкурентів, тому на ринкові позиції підприємства вона не вплине.

Загалом, здійснені розрахунки засвідчили економічну обґрунтованість наданих рекомендацій та вказали на доцільність їх імплементації на ТОВ «Делфі-Груп». Нині досліджуване підприємство є успішним, проте, зважаючи на те, що ринок, на якому воно працює, є достатньо динамічним, зміна підходів до здійснення діяльності є одним із факторів успіху.

Для досягнення високих конкурентних позицій ТОВ «Делфі-Груп» доцільно постійно шукати можливості для розвитку, розширювати коло партнерів, шукати нові форми взаємодії як з виробниками, так і з клієнтами на ринку України.

Окремо слід наголосити на необхідності вдосконалення маркетинго-збутової політики: здійснюючи збір та обробку маркетингової інформації, адаптуючи канали маркетингу до характеристик ринку та використовуючи креативні підходи до просування продукції, ТОВ «Делфі-Груп» має можливість закріпитися на українському ринку.

Достатньо впевнений розвиток підприємства протягом двох останніх років довів існування у нього значного потенціалу, який може бути реалізований за умови впровадження змін та наближення пропозиції підприємства до попиту на ринку. Впровадження наданих рекомендацій у практичну діяльність ТОВ «Делфі-Груп» сприятиме реалізації цього потенціалу до досягнення підприємством результатів, що дозволять тримати міцні позиції на ринку протягом тривалого часу.

На наш погляд, постійне внесення змін у процес здійснення міжнародних операцій, проте змін, які є обґрунтованими та відповідають новим факторам зовнішнього середовища та потенціалу підприємства, є запорукою успіху компанії на ринку, таким чином, впровадження наданих рекомендацій позитивно позначиться на результатах ТОВ «Делфі-груп».

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Досвід провідних компаній світу вказує на те, що для досягнення оптимальних результатів необхідним є не лише співробітництво щодо поставки продукції, але також дотримання принципалом та посередником єдиних підходів до здійснення господарської діяльності.

До заходів, які мають бути реалізовані ТОВ «Ділфі-груп» з метою підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій належать: проведення переговорів щодо передачі функцій ремонту обладнання безпосередньо підприємствам «Munsch Chemie-Pumpen» GmbH та «VARISCO» S.p.A., що скоротить фінансові та часові витрати досліджуваного підприємства; збільшити кількість рекламних матеріалів, отримуваних від виробника, та їх переклад на українську мову; розширення асортименту насосного обладнання шляхом укладання договорів з іншими європейськими виробниками; активізація участі у виставках на території України для пошуку нових покупців; переклад матеріалів сайту на українську мову; укладання договору про представлення продукції на ресурсі rozetka.ua.

При розрахунку прогностичних показників за умови впровадження наданих рекомендацій ми використовувати оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний сценарій. Кожен з них характеризувався різною реакцією ринку на впровадження наданих пропозицій. Здійснені розрахунки свідчать, що за найбільш вірогідним сценарієм до 2021 року ефект від міжнародних посередницьких операцій підприємства складе 2106,67 тис. грн., а коефіцієнт ефективності – 1,11. За умови впровадження наданих рекомендацій ефект перевищить той, що було отримано при прогнозування в умовах незмінності формату діяльності, на 592,67 тис. грн., а коефіцієнт ефективності – на 0,03. Це вказує на практичну значущість пропозицій та доцільність їх впровадження.

ВИСНОВКИ

Торговельно-посередницькі операції можна визначити як операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі укладеної між ними угоди чи окремого доручення. Особливості здійснення міжнародних посередницьких операцій визначаються обсягом прав та обов'язків, переданих принципалом посередницькій ланці. У випадку, коли посередник діє від свого імені та за свій рахунок, посередницька операція стає подібною до імпортової. У випадку, коли посередник навпаки лише представляє інтереси виробника, більшість рішень у сфері збуту приймається саме останнім, а посередник фактично є керованою системою, якій делеговано виконання визначених відповідним договором функцій. Рівень ризику у таких випадках є для посередника незначним, проте і важелів впливу на ефективність подібних операцій посередник також не має.

До основних факторів, що підвищують ефективність міжнародних комерційних операцій за участі посередників належать: зростання оперативності збуту товарів, збільшення прибутку за рахунок прискорення обігу капіталу, оперативність й активна реакція посередників на зміну ринкової кон'юнктури, що дає їм змогу більш успішно працювати в інтересах експортера, реалізуючи товар на вигідних умовах.

Посередницька діяльність характеризується комплексністю та складністю, що обумовлює необхідність аналізу показників різного плану при оцінці її ефективності. На сьогодні не існує методик оцінки ефективності посередницьких операцій, тому пропонуємо оцінювати з використанням інструментарію оцінки ЗЕД підприємства.

ТОВ «Делфі-Груп» - ексклюзивний представник компаній «Munsch Chemie-Pumpen» GmbH та «VARISCO» S.p.A. на території України. Попри достатньо обмежений асортимент продукції, представленої на ринку

України, підприємство наразі активно розвиваються, збільшивши за останні 5 років обсяги чистого доходу з 922,8 тис. грн. до 7,02 млн. грн. Основними проблемами підприємства є високий рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування, значні обсяги дебіторської заборгованості, а також непостійна динаміка фінансового результату, обумовлена переважанням темпів росту витрат над швидкістю зростання доходів.

Відповідно до договорів, укладених між ТОВ «Делфі-Груп» та компаніями «Munsch Chemie-Pumpen» та «VARISCO», досліджуване підприємство купує у виробників товар за свій рахунок та здійснює наступний його продаж від свого імені, діючи на правах незалежного торговця як по відношенню до виробників, так і по відношенню до третіх осіб. Обсяги закупівлі насосного обладнання у 2013 році склали 39,63 тис. євро, тоді як у 2017 р. вартість поставленого з-за кордону досягла 105 тис. євро. Горизонтальні хімічні насоси є основною асортиментною групою ТОВ «Делфі-Груп», і їх імпорту здійснював підприємством на постійній основі. Закупівля вертикальних хімічних насосів здійснювалася підприємством лише у 2015 та 2017 рр., співпраця з компанією «VARISCO» також мала непостійний характер (імпорту мав місце лише у 2013, 2015 та 2017 рр.).

Загалом, міжнародні посередницькі операції ТОВ «Делфі-Груп» були ефективними у 2015 – 2017 рр., тоді як у 2013 – 2014 рр., як внаслідок необґрунтованої цінової політики при продажу мотопомп, так і через несприятливу макроекономічну ситуацію, діяльність досліджуваного підприємства була нерентабельною. До основних чинників зменшення рівня ефективності належать зміна валютного курсу та зростання витрат на просування і збут продукції. Основним фактором, що обумовив позитивні зміни коефіцієнта ефективності, є збільшення доходу від реалізації продукції.

Досвід провідних компаній світу вказує на те, що для досягнення оптимальних результатів необхідним є не лише співробітництво щодо

поставки продукції, але також дотримання принципалом та посередником єдиних підходів до здійснення господарської діяльності.

До заходів, які мають бути реалізовані ТОВ «Ділфі-груп» з метою підвищення ефективності міжнародних посередницьких операцій належать: проведення переговорів щодо передачі функцій ремонту обладнання безпосередньо підприємствам «Munsch Chemie-Pumpen» GmbH та «VARISCO» S.p.A., що скоротить фінансові та часові витрати досліджуваного підприємства; збільшити кількість рекламних матеріалів, отримуваних від виробника, та їх переклад на українську мову; розширення асортименту насосного обладнання шляхом укладання договорів з іншими європейськими виробниками; активізація участі у виставках на території України для пошуку нових покупців; переклад матеріалів сайту на українську мову; укладання договору про представлення продукції на ресурсі rozetka.ua.

Здійснені розрахунки свідчать, що за найбільш вірогідним сценарієм до 2021 року ефект від міжнародних посередницьких операцій підприємства складе 3317,5 тис. грн., а коефіцієнт ефективності – 1,18. При цьому при зваженому сценарії відбудеться поступове зростання показників ефективності протягом наступних років, таким чином один з основних ризиків для підприємства, що полягає у зменшенні результативності, буде мінімізовано.

Порівняно з прогнозом за незмінності підходів до здійснення міжнародних посередницьких операцій отримані нами результати є кращими. Зокрема, ефект перевищує той, що було отримано при прогнозування в умовах незмінності формату діяльності, на 1803,5 тис. грн., а коефіцієнт ефективності – на 0,1. Такі відмінності отриманих результатів свідчать про доцільність впровадження у діяльність ТОВ «Делфі-Груп» наданих рекомендацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авер'янова Є., Беланова І., Василенко В., Діброва Н., Єременко І. Зовнішньоекономічна діяльність. — Д.: Баланс-Клуб, 2014. — 143 с.
2. Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 580 с.
3. Бачевский Б.Е., Витюк Е.В. Формирование производственного потенциала предприятия // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – 2015. – №2 (84). – Ч. 2. – С. 9-14.
4. Бурко Я.В. Стратегический потенциал предприятия как источник его конкурентного преимущества // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – Донецьк. – 2016. – Вип. 4 (98). Ч.2 – С. 16 – 19.
5. В. Резнікова Державне регулювання посередництва в сфері господарювання/ Резнікова В.// Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2011. - №86. – с. 42-48;
6. Гапончук Н.В. Управління зовнішньоторговельними посередницькими операціями підприємства/ Н.В. Гапончук, В.Я. Голук// Актуальні проблеми економіки та управління, 2014. - №36 [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2014-36.pdf>
7. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання. Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
8. Гринкевич С.С. Підходи до визначення сутності економічної категорії «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» підприємств // Наук. вісн. – 2008. – Вип. 18.2. – С. 170-174.
9. Грущинська Н.М. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств України в умовах становлення процесів митного регулювання України // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 7 (49). – С. 12-18.
10. Дима О.О. Маркетинг послуг посередницьких підприємств [Текст] : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Дима Олександр Олексійович; Держ. ВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". - Київ, 2016. - 32 с.

11. Дима О.О. Маркетингова товарна політика посередницького підприємства [Текст] : монографія / О. О. Дима ; Держ. ВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". - Київ : КНЕУ, 2015. - 431 с.
12. Дима О.О. Роль посередницьких підприємств у реалізації принципів сталого розвитку/ О.О. Дима// Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015. - №4. – с. 260 – 275;
13. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2006. - 462 с.
14. Дмитрієва Н.А. Теоретичні засади визначення показників ефективності зовнішньоторговельної діяльності // Економіка і підприємництво: стан та перспективи. – К., 2011. – С. 161-164.
15. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2002. – 172 с.
16. Дроздова О.Г. Комісійна торгівля – специфічна форма торговельної діяльності/ О.Г. Дроздова// Вісник соціально-економічних досліджень, 2014. – №2 (53). – с. 56-60;
17. Захаров К.В., Цыганок А.В., Бочарников В.П. Логистика, эффективность и риски внешнеэкономических операций. – К.: ИНЭКС, 2007. – 237с.
18. Ільченко Н. Глобалізаційні процеси та тенденції розвитку оптової торгівлі/ Н. Ільченко// Товари і ринки, 2016. - №1. – с.5 - 15;
19. Казарян Г.Г. Нормативно-правове регулювання посередницьких операцій: актуальне питання/ Г.Г. Казарян// Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу, 2012. - №1(22), с. – 131-144;
20. Квач Я.П. Види посередників у зовнішньоекономічній діяльності: теоретичні аспекти// Я.П. Квач, О.Г. Борисов, К.М. Лопатко// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси і право, 2014. - №1(72). – с.33-39;

21. Кириченко О., Кавас І., Ятченко А.: Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. – Навчальний посібник, К., Фінансист, 2010. – 635 с.
22. Козак Ю.Г., Новацький В. М. Міжнародна економіка. – К.: Центр навчальної літератури, Артек, 2002. - 436 с.
23. Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Григор'єв Ю.О., Босак А.О. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. - 2-ге видання, перероб. і доп.. - К.: Центр навчальної літератури, 2004.
24. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: Навч. посібник. - 5-те вид., стер. - К.: Знання, 2004. - 406 с.
25. Костинець Ю.В. Маркетингове управління розвитком ринку посередницьких послуг в Україні [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Костинець Юлія Володимирівна ; ВНЗ "Нац. акад. упр.". - Київ, 2014. - 24 с.
26. Костырко Л.А. Анализ потенциала операционной деятельности хозяйствующего субъекта // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2002. – № 5 (51). – С. 110-117.
27. Кредісов А.І., Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навчальний посібник. – К., 1997 – 448 с.
28. Лазебник Л. Л., Митяй С. А., Міжнародна економіка. - Ірпінь: Академія ДПС України, , 2003. - 308 с.
29. Ломаченко Т. І. Економічна ефективність зовнішньої діяльності та розрахунки експортного потенціалу виноградарсько-виноробних підприємств. // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – 2009. – С. 72-74.
30. Макогон Ю.В. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, управління, прогнозування: Підручник. – Донецьк: Альфа-прес, 2004. – 344с.
31. Мельничук І.В. Правові засади регулювання експортно-імпортних операцій // Фінанси України. – 2001. – №7. – С.26-40.

32. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник. – Видавництво друге, переробка та доповнення – К.: КНТЕУ, 2006. – 528 с.
33. Приварникова І.Ю., Терехова М.В. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємств // Економічний простір. – 2008. – №13. – С. 260-268.
34. Рубан Т.С. Сучасні трактування посередництва у світовій економіці / Т.С. Рубан// Світове господарство і міжнародні економічні відносини, 2017. - №17, с. 84-88;
35. Самойловська В.П. Економічна сутність митного посередництва/ В.П. Самойловська, О.М. Коробкова// Інноваційна економіка, 2015. - №4 (59). – с. 259 – 264;
36. Скоропад І.С., Герасименко С.І. Ефективність маркетингових заходів у системі зовнішньоторговельних зв'язків // Вісн. нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2007. – №469. – С. 498-502.
37. Соболева-Терещенко О. А. Комплексна оцінка експорту товарів // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – №2. – С. 12-13.
38. Сотченко Є.В. Сучасний стан та проблеми підвищення ефективності експортно-імпортних торговельних операцій та розрахунків за ними у зовнішньоекономічній діяльності України/ Є.В. Сотченко//Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського, 2017. - №18. – с. 54-59;
39. Тодуа Т.Л. Правове регулювання комерційного посередництва у сфері господарювання [Текст] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.04 / Тодуа Тамріко Леонтівна ; НАН України, Ін-т екон.-прав. дослідж. - Київ, 2014. - 18 с.
40. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник /Н. Л. Савицька, І. Ю. Мелушова, А. В. Красноусов, К. С. Олініченко. – Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2017. – 214 с.

41. Трішкіна Н.І. Принципи посередницької діяльності на споживчому ринку України/ Н.І. Трішкіна// Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі, 2014. - №3 (65). – с. 127 – 132;
42. Філатова Г.О. Оптимізація структури експорту як елемент організаційно-економічного механізму визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. – К.: Знання України, 2009. – 24с.
43. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2001. — 488 с.
44. Чаюн Т.І., Філатова Г.О. Методика аналізу зовнішньоекономічної діяльності на різних рівнях господарювання // Економіка і підприємництво: стан та перспективи: Зб. наук. праць. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – С. 199-205.
45. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Каравела, 2009. – 568 с.
46. Щербина В.С. Господарське право: Підручник. – К.: Юрінком- Інтер, 2006. – 656 с.
47. Сайт корпорації Samsung Group [електронний ресурс]. – режим доступу: https://www.samsung.com/ua_ru/
48. Сайт корпорації Kaercher Україна [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.kaercher.com/ua/>
49. Сайт корпорації OLAN-Haushaltsgerate [електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.kaiser-olan.de/db/start2_.php?language=german
50. Сайт корпорації LIEBHERR [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.liebherr.com>
51. Сайт корпорації Vaillant [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.vaillant.ua/>
52. Сайт корпорації L'Oreal [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.loreal.com/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс ТОВ «Делфі-Груп» за 2013-2017 роки

Стаття балансу	Значення показника за рік				
	2013	2014	2015	2016	2017
	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.
Актив	1	2	3	4	5
I. Необоротні активи					
Незавершені капітальні інвестиції	-	-	-	-	-
Основні засоби:	13,3	14,4	10,4	7,3	2,4
первісна вартість	23,7	30,2	31,1	32,4	32,4
знос	-10,4	-15,8	-20,7	-25,1	-30
Довгострокові біологічні активи	-	-	-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	-	-	-	-	-
Інші необоротні активи	-	-	-	-	-
Усього за розділом I	13,3	14,4	10,4	7,3	2,4
II. Оборотні активи					
Запаси:	-	-	-	5,2	387
у тому числі готова продукція	-	-	-	-	-
Поточні біологічні активи	-	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	-	-	1109,1	734,3	3455,1
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	-	-	-	-	-
у тому числі з податку на прибуток	-	-	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	22,9	19,4	8,7	439,1	766,9
Поточні фінансові інвестиції	-	-	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	42,1	17,2	-	-	45,8
Витрати майбутніх періодів	-	-	-	2,5	2,5
Інші оборотні активи	16,3	48,7	-	6	131,4
Усього за розділом II	81,3	85,3	1117,8	1187,1	4788,7
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	-	-	-	-	-
Баланс	94,6	99,7	1128,2	1194,4	4791,1

Продовження додатку А

Пасив					
1					
I. Власний капітал					
Зареєстрований (пайовий) капітал	50	50	50	50	50
Додатковий капітал	-	-	-	-	-
Резервний капітал	-	-	-	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-95,4	-303,2	65,1	-23,7	297,1
Неоплачений капітал	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
Усього за розділом I	-45	-253,2	115,1	26,3	347,1
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	-	-	-	-	-
III. Поточні зобов'язання					
Короткострокові кредити банків	-	-	8,2	38,8	-
Поточна кредиторська заборгованість за:					
довгостроковими зобов'язаннями	-	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	-	0,8	947	1009,2	3446,3
розрахунками з бюджетом	26,2	39,8	43,5	74,5	138,6
у тому числі з податку на прибуток	10,9	-	35,3	38,7	70,4
розрахунками зі страхування	-	-	-	-	-
розрахунками з оплати праці	-	-	-	-	1,7
Доходи майбутніх періодів	-	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	113,8	312,3	14,4	45,6	857,4
Усього за розділом III	140	352,9	1013,1	1168,1	4444
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	-	-	-	-	-
Баланс	94,6	99,7	1128,2	1194,4	4791,1

Звіт про фінансові результати ТОВ «Делфі-Груп» за 2013-2017 роки

Стаття	Значення показника за рік				
	2013	2014	2015	2016	2017
	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.
	1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	9223,8	250,2	3443,8	4058,3	7021,2
Інші операційні доходи	2,5	-	200,5	60,6	2,6
Інші доходи	-	-	3,7	9,8	6,2
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	925,3	250,2	3648	4128,7	7030
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-560,6	-169	-2178,6	-1785,4	-4200
Інші операційні витрати	-441,5	-289	-1065,8	-2128,4	-2438,2
Інші витрати	(-)	(-)	(-)	(-)	-0,6
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	-1002,1	-458	32,44,4	3913,8	-6638,8
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	-76,8	-207,8	403,6	214,9	391,2
Податок на прибуток	-10,9	(-)	35,3	38,7	-70,4
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	-87,7	-207,8	368,3	176,2	320,8