

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Організація та планування операцій з імпорту»

(за матеріалами ТОВ «Мілстон» м.Київ)

Студент 2 курсу 4м групи

зі спеціальності 073 «Менеджмент»

спеціалізації «Менеджмент ЗЕД»

Левченко Михайла

Ігоревича

Науковий керівник

д- екон. наук, професор

Федун Ігор

Леонідович

Гарант освітньої
програми

д-екон. наук, доцент

Студінська Галина

Яківна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Левченко М. **«Організація та планування операцій з імпорту»**.

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

Випускна кваліфікаційна робота містить теоретико-методологічні засади організації та планування операцій з імпорту на підприємстві та пропозиції щодо підвищення ефективності реалізації імпортних товарів. В перебігу дослідження проведено ґрунтовний аналіз фінансового стану ТОВ «Мілстон» та виявлено напрями і масштаби реалізації його потенціалу як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Проведений аналіз дозволив сформулювати пропозиції щодо механізмів удосконалення системи організації та планування операцій з імпорту що дозволило провести розрахунки прогнозу щодо діяльності ТОВ «Мілстон» з урахуванням запропонованих заходів та рекомендацій.

Ключові слова: операції з імпорту, імпортна продукція, організація, планування, товарний асортимент.

SUMMARY

Levchenko M. "Organization and planning of import operations".

Graduation qualifying work for obtaining an educational master's degree in specialty 073 "Management". Kyiv National University of Trade and Economics, 2018.

The final qualification paper contains theoretical and methodological principles of organization and planning of import operations at the enterprise and proposals for improving the efficiency of the implementation of imported goods. In the course of the research, a thorough analysis of the financial status of Milston Ltd. was conducted and the directions and extent of realization of its potential as a

subject of foreign economic activity were revealed. The analysis allowed to formulate suggestions on mechanisms for improving the organization and planning of import operations, which allowed to make forecasts for the activities of Milston Ltd, taking into account the proposed measures and recommendations.

Key words: import operations, import products, organization, planning, product range.

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

«Організація та планування операцій з імпорту»

(за матеріалами ТОВ «Мілстон» м. Київ)

**Кваліфікаційна випускна робота: 108 с., 12 рис.,
20 табл., 4 додатки, 53 джерела.**

Об'єктом дослідження - процес організації і планування імпортними операціями підприємства.

Предметом дослідження - теоретико-методичні засади організації і планування імпортних операцій на підприємстві.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ТОВ «Мілстон»

Мета роботи – полягає у визначенні оптимальної системи організації і планування імпортними операціями підприємства в умовах дії зовнішнього середовища, формування схеми розробки та реалізації стратегії імпорту підприємства, надання пропозицій щодо вирішення проблеми впровадження імпорту на підприємстві з метою забезпечення підвищення економічної ефективності імпортової діяльності та зростання конкурентоспроможності.

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

потенціалу підприємств.

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

У **першому розділі** «Теоретичні засади організації та планування операцій з імпорту» розкрито теоретичні засади економічної сутності та класифікаційних особливостей імпортних операцій, досліджено особливості організації та планування операцій з імпорту та показників оцінки ефективності організації імпорту

У **другому розділі** «Аналіз міжнародної конкурентоспроможності ТОВ "Мілстон"» проаналізовано фінансово-господарський стан досліджуваного підприємства, здійснено аналіз зовнішньоекономічної діяльності та надана оцінка організації та планування імпортних операцій на ТОВ «Мілстон» імпортних операцій підприємства.

У **третьому розділі** «Удосконалення організації та планування операцій з імпорту на підприємстві ТОВ «Мілстон»» наведено пропозиції щодо вдосконалення організації операцій з імпорту, визначені заходи для удосконалення планування імпортними операціями на підприємстві, проведено розрахунок прогностичних показників ЗЕД та очікуваних фінансових результатів для ТОВ «Мілстон» на 2019-2021 рр.

Висновки окреслюють теоретичне узагальнення і вирішення наукової проблеми, сутність якої полягає у комплексному дослідженні, оцінці та розробці пропозицій по удосконаленню організації та планування імпортних операцій. Практична реалізація наданих пропозицій у діяльності ТОВ «Мілстон» полягає в ефективному використанні виявлених резервів підприємства для підвищення ефективності імпортних операцій та, як наслідок, підвищенні чистого доходу підприємства.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЛАНУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ	5
1.1. Економічна сутність і класифікація імпорتنих операцій.....	5
1.2. Особливості організації та планування операцій з імпорту.....	14
1.3. Показники оцінки ефективності організації імпорту	20
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ "МІЛСТОН"	32
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "Мілстон".....	32
2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства	43
2.3. Оцінка організації та планування імпорتنих операцій на ТОВ «Мілстон»	48
Висновки до розділу 2.....	57
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЛАНУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «МІЛСТОН»	59
3.1. Напрями удосконалення організації операцій з імпорту.....	59
3.2. Заходи, щодо удосконалення планування операцій з імпорту на підприємстві ТОВ «Мілстон».....	65
3.3. Оцінка ефективності імпорتنих операцій запропонованих заходів.....	73
Висновки до розділу 3.....	81
ВИСНОВКИ	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	87
ДОДАТКИ	93

ВСТУП

Актуальність. Дослідження особливостей організації та планування імпоротною діяльністю підприємств на міжнародних ринках є досить актуальною проблемою, оскільки в період зростання міжнародної конкуренції, система управління вітчизняних підприємств повинна орієнтуватися на сучасні системи менеджменту, що дозволить підвищити рівень їх конкурентоспроможності. Основними ланками при здійсненні імпорتنих операцій є промислові підприємства, а також різні невиробничі організації. Тому вивчення імпоротної діяльності держави в цілому неможливо без розгляду та аналізу окремих імпорتنих операцій окремих підприємств

Виходячи з цього, можна вважати, що тема дипломної роботи, в якій передбачається дослідження теоретичних, методологічних підходів і побудови моделей організації імпорتنих операцій, а також формування схема розробки та реалізації імпоротної стратегії підприємства в аспекті планування їх діяльності є достатньо актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти міжнародної торгівлі вивчали відомі зарубіжні вчені. Зокрема аналіз зовнішньоторговельної діяльності зустрічається в працях представників класичної школи політекономії (Сміт, Д. Рікардо). Значний вклад у розвиток теорії міжнародних торговельних відносин, практичного застосування методів математичного моделювання та прийняття рішень внесли такі українські вчені, як Білорус А., Бевзюк І., Вітлінський В., Волкова І., Лисенко Ю., Макогона Ю., Маханець Л., Непомнящего Е., Савельєва Є., Сергєєва Л., Сіденко В., Черняк О., Тошіна Н., Уткина Ю.

Особливості організації і планування імпорту та аналізу стратегічних позицій підприємства, досліджували багато вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема, І. Ансофф, Дж. Белл, Ф. Зельцніка, Ф. Котлер, М. Портер, А. Томпсон, А. Чандлер та ін.

Для оцінки стратегії імпорту вітчизняних підприємств проаналізовано результати досліджень В. Аранчій, М. Безпарточного, О.Березіна, І. Волкової, І. Гірчук, К. Данилко та інших. В працях цих і ряду інших науковців досліджуються фундаментальні проблеми розвитку міжнародної торгівлі. Разом з тим, залишаються ще невирішеними окремі питань з управління імпортними операціями, а саме їх організації і планування, як одного з аспектів зовнішньоекономічної стратегії підприємства. Також недостатньо продуманими залишаються шляхи впровадження даної стратегії на малих підприємствах, які мають свою специфіку діяльності. Сукупність наведених обставин викликає необхідність дослідження цих питань для внесення пропозицій щодо їх вирішення, що, в свою чергу, зумовлює наукову і практичну актуальність теми дослідження.

Мета роботи. Мета дипломної роботи полягає у визначенні оптимальної системи організації і планування імпортними операціями підприємства в умовах дії зовнішнього середовища, формування схеми розробки та реалізації стратегії імпорту підприємства, надання пропозицій щодо вирішення проблеми впровадження імпорту на підприємстві з метою забезпечення підвищення економічної ефективності імпортової діяльності та зростання конкурентоспроможності.

Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких **завдань**:

- розкрити сутність і класифікацію імпортних операцій;
- дослідити особливості організації та планування операцій з імпорту;
- розглянути показники оцінки ефективності організації імпорту;
- дати комплексну фінансово-господарську характеристику діяльності підприємства;
- дослідити організацію зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві;
- оцінити ефективність імпортних операцій на підприємстві;

- проаналізувати напрями удосконалення організації операцій з імпорту;
- запропонувати заходи, щодо удосконалення планування операцій з імпорту на підприємстві ТОВ «Мілстон»
- дати економічне обґрунтування ефективності впровадження запропонованих заходів.

Об’єкт дослідження – процес організації і планування імпортними операціями підприємства.

Предмет дослідження – теоретико-методичні засади організації і планування імпортних операцій на підприємстві.

Методи дослідження. У ході написання роботи було застосовано методи теоретичного узагальнення, діалектичний метод пізнання, логічний метод, метод систематизації, методи аналізу та синтезу, статистичні методи, метод прогнозування, матричний та графічний методи.

Інформаційною базою для виконання завдань роботи слугували: дані статистичної звітності ТОВ «Мілстон», офіційні видання Державної служби статистики України, спеціальна література, вітчизняні та закордонні публікації за темою дослідження.

Структура дипломної роботи. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів основної частини, висновків, списку використаної літератури та додатків. В першому розділі розглянуто теоретичні засади організації та планування операцій з імпорту, в другому розділі роботи проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність підприємства, в третьому розділі розроблені пропозиції щодо удосконалення організації операцій з імпорту на підприємстві.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЛАНУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ

1.1. Економічна сутність і класифікація імпорتنих операцій

Для того, щоб дати чітке визначення імпортній діяльності підприємства та зрозуміти її сутність, потрібно з'ясувати, що ж лежить в її основі та що ж спонукає підприємства обирати саме цей вид діяльності.

В основі будь-яких міжнародно-торгівельних операцій, які здійснює підприємство лежить міжнародна діяльність його країни, а саме міжнародна торгівля. Тому було б досить доцільно спочатку з'ясувати саму сутність системи здійснення міжнародної торгівлі країни, як складову побудови ефективності та стабільності національної економіки [50, с. 78].

Міжнародна торгівля доцільна тоді, коли вона приносить який-небудь результат. Він може бути отриманий на рівні країни, споживачів, міжнародної фірми, вітчизняної конкуруючої фірми. В цьому випадку нам цікаво з'ясувати вигоду від міжнародної торгівлі для вітчизняних міжнародних фірм, який полягає в наступному:

- експорт товарів і послуг забезпечує вітчизняним виробникам отримання прибутку і, як правило, збільшення масштабів виробництва з меншими витратами. Крім того, експорт і імпорт можуть зменшити коливання попиту, пропозиції і цін на окремі товари;
- несподівані зміни в доступі до вітчизняних джерел сировини можуть компенсуватись протилежними змінами в імпорті сировини;
- виробники із значними обсягами зарубіжного продажу менше залежать від внутрішніх економічних умов;
- ставши учасником світового ринку, фірма може отримати більше способів підвищення своєї конкурентоспроможності;

– знання і досвід, отримані фірмами в процесі міжнародної торгівлі, сприяють підвищенню ефективності їх діяльності при проведенні маркетингових операцій на внутрішньому ринку [44, с. 88].

Відтак, міжнародна торгівля при експорті товарів і послуг може збільшувати обсяги продажу і прибутки, а при імпорті – уникати обмежень внутрішнього ринку, знижуючи витрати на виробництво або підвищуючи якість продукції.

Але окрім позитивних аспектів, хотілося б також додати деякі аргументи проти міжнародної торгівлі, а саме:

- нація, залежна від іноземних джерел постачання, потрапляє в особливо вразливу ситуацію під час війни.
- міжнародна торгівля є джерелом нестабільності.
- міжнародна торгівля завдає шкоди тим вітчизняним галузям, чії продукти заміщуються імпортом.

Міжнародна спеціалізація забезпечує націю вищим рівнем життя, проте вона зумовлює залежність від іноземних ринків як джерел постачання та ринків збуту для вітчизняного виробництва. Дехто розглядає цю залежність як явно негативну і твердить, що національні інтереси вимагають її зменшення до того чи іншого ступеня. Антипатія стосовно міжнародної спеціалізації з багатьох поглядів обґрунтована, і вона часто приховує інтереси приватних груп, які виграють від усунення конкуренції імпорту [36, с. 118].

Перелік аргументів проти міжнародної торгівлі досить значний: національна безпека, економічна стабільність, повна зайнятість, економічний розвиток, протекціонізм та інші, менш важливі. Всі ці аргументи формують велике емоційне апелювання до пересічної людини. Однак міжнародна торгівля демонструє життєздатність та зростання, які важко узгоджуються з невигодами, про які твердять. Видається, що економічні переваги міжнародної спеціалізації і торгівлі при порівнянні з економічними втратами національної самодостатності не можуть бути заперечені націоналістичною гарячковістю або спеціальним заступництвом приватних інтересів.

У міжнародній торгівлі розрізняють чотири основних види зовнішньоторговельних операцій:

- експортна – передбачає продаж іноземному контрагенту товару з вивозом його за кордон;
- імпортна – придбання в іноземного контрагента товару із ввезенням його з-за кордону;
- реекспортна – продаж раніше імпортованого товару із-за кордон без додаткової доробки;
- реімпортна – придбання раніше експортованого товару із ввезенням із-за кордону без доробки [42, с. 32].

Термін «імпортна операція» передбачає сукупність взаємопов'язаних дій, що здійснює суб'єкт однієї країни шляхом одноразової купівлі продукції у резидента іншої країни для подальшого використання або реалізації з метою отримання прибутків та є основним складовим елементом імпоротної діяльності.

Під імпортними операціями розуміється комерційна діяльність, пов'язана із закупівлею і ввезенням іноземних товарів для подальшої їх реалізації на внутрішньому ринку своєї країни. При цьому ввезений товар може бути як готовою продукцією, призначеною для реалізації, так і сировиною, напівфабрикатами, що підлягають переробці, об'єктами капітального будівництва у вигляді інвестиційного капіталу, ліцензіями, ноу-хау тощо.

Під імпортом розуміються:

- ввезення в країну товарів іноземного походження безпосередньо з країни-виробника або країни-посередника для особистого споживання, для промислових, будівельних, сільськогосподарських та інших підприємств, для переробки з метою споживання всередині країни або ж з метою вивезення з неї;
- ввезення товарів з вільних зон або приписних складів;
- ввезення з-за кордону раніше вивезених вітчизняних товарів, що не зазнали там переробки (реімпорт). До реімпорту відносяться товари, не продані на аукціоні, повернені з консигнаційного складу, забраковані покупцем тощо;

– ввезення товарів для переробки під митним контролем. Сюди відносяться такі товари, які ввозять до країни для переробки з метою вивезення готової продукції, що містить у собі цей товар у переробленому або зміненому вигляді, наприклад, ввезення оливкової олії для виробництва на експорт сардинових консервів. У цих випадках, як правило, імпортер звільняється від сплати мита при ввезенні товару для переробки його під митним контролем.

До імпортних операцій відносяться:

- придбання товарно-матеріальних цінностей від іноземних постачальників на умовах комерційного кредиту;
- ввезення товарно-матеріальних цінностей або отримання послуг в порядку бартерних угод;
- ввезення товарів в рахунок централізованих імпортних закупок;
- придбання товарно-матеріальних цінностей та послуг з оплатою готівкою;
- отримання товарно-матеріальних цінностей та послуг в якості безоплатної допомоги [29, с. 100].

Ввезення товарів на митну територію України в режимі імпорту передбачає виконання таких заходів:

- 1) подання до митного органу документів, які засвідчують підстави та умови ввезення товарів на митну територію України;
- 2) сплата податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввезення на митну територію України згідно із законами;
- 3) дотримання вимог, які передбачено законом, щодо заходів нетарифного регулювання та інших обмежень.

Імпортні операції вважаються завершеними, якщо товар пропущений через державний кордон країни контрагента, що можливо після виконання визначених митних формальностей і процедур, включно з наданням зведень для статистичного обліку.

Існує два основних види імпорту:

- імпорт промислових і споживчих товарів,

– імпорт проміжної продукції (сировини) та послуг.

Інша класифікація поділяє імпорт на видимий і невидимий. До першої групи відносять товари, послуги, всі матеріальні ресурси, які можна вимірити в грошовому чи іншому еквіваленті. Імпорт послуг відносять до невидимого імпорту. Звичайно невидимий імпорт пов'язаний з індустрією відпочинку і розваг. Він також може включати допомогу в надзвичайних ситуаціях.

Також імпорт поділяють на прямий та непрямий. Прямий імпорт передбачає закупівлю товарів промисловими підприємствами безпосередньо в іноземного партнера. Прямий імпорт відноситься до типу торгового імпортування за участю відповідального дистриб'ютора і іноземного виробника. Відбувається це, як правило, наступним чином: дистриб'ютор (компанія з роздрібною торгівлі) закуповує продукцію, спроектовану місцевими компаніями, яка може бути виготовлена за кордоном. У відповідність з програмою прямого імпорту, дистриб'ютор в обхід місцевого постачальника (іменованого в розмовній мові посередником) набуває кінцевий продукт безпосередньо від виробника, по можливості заощаджуючи на додаткових витратах. Такий тип комерційної діяльності з'явився порівняно недавно.

Непрямий імпорт полягає у купівлі товарів через торгових посередників. Торговельні посередники – це юридичні особи (фірми, організації, установи), що сприяють обміну товарів і незалежні від виробників та споживачів. Їх безпосередня функція – поєднання продавців і покупців, зв'язування попиту та пропозиції.

Ключові класифікаційні ознаки імпортової діяльності такі:

1. За кількістю посередників, що беруть участь у процесі поставки товарів (послуг, капіталу) до кінцевого споживача імпортової діяльності можна класифікувати на пряму та непрямую. Прямий імпорт відбувається шляхом передавання товарів, робіт чи послуг у безпосереднє використання споживачу, на відміну від нього, непрямий передбачає наявність одного або більше посередників, що беруть участь у процесі реалізації продукції.

2. За цільовим призначенням: одноцільова та багатоцільова. Одноцільова імпортна діяльність допомагає в досягненні однієї конкретно поставленої цілі, наприклад, реалізації товарів, що не виготовляються на території країни імпортера. Багатоцільовий імпорт має на меті забезпечити виконання кількох цілей: підвищення рентабельності та збільшення обсягів продажу, підвищення конкурентоспроможності підприємства та залучення нових покупців, розширення номенклатурної бази товарів тощо.

3. За об'єктом імпортованого продукту: імпорт товарів, послуг, робіт, капіталу, трудових ресурсів, інтелекту, інвестицій тощо.

4. За витратністю поставки: безвитратна (умова поставки, що передбачає витрати на поставку лише продавця (витрати на поставки входять до первинної ціни продукції, а також відповідальність за збереження цілісності товару під час поставки перекладається повністю на партнера-продавця із-за кордону)), частково витратна (умови, що передбачають витрати продавця і споживача продукції), повністю витратна імпортна діяльність (витрати на поставку та відповідальність за продукцію переносяться на імпортера).

5. За прибутковістю (пріоритетністю) імпоротної діяльності: основна (найбільша частина прибутків), другорядна (незначні прибутки порівняно з іншими продуктами, що імпортує підприємство). Цю класифікацію застосовують до підприємств, що імпортують понад одне найменування продукції.

6. За регулярністю: нерегулярний (імпортні операції на підприємстві проводяться через нерегулярні проміжки часу) та регулярний (характеризується відносно стабільними часовими лагами між імпортними операціями).

7. За масштабністю: імпорт невеликих партій товару (партії товару, що за своєю сукупною вартістю та кількістю не підлягають сплаті мита: імпорт взірців товару тощо) та великих партій товару.

8. За асортиментом: одного найменування продукції та широкої низки найменувань.

9. За характером попиту на товари: сезонного попиту, домашнього використання тощо.

10. За кінцевою метою імпорту: кінцевого використання в країні імпортера; імпорт з метою продажу в інші країни; імпорт з метою реімпорту. Реімпорт передбачає подальше повернення раніше ввезених товарів у країну, яка була експортером продукції.

11. За передовою характеристикою: імпорт, орієнтований на якісні характеристики товару; імпорт, орієнтований на кількості продажів тощо.

12. За кількістю імпортних операцій: одноразовий (складається з однієї імпортної операції, тобто імпорт є одноразовим) та багаторазовий (постійний імпорт: підприємство здійснює багато імпортних операцій).

Наведемо в таблиці 1.1 нормативно-правове регулювання імпортних операцій в Україні.

Як видно з табл. 1.1, до основних законодавчих актів України, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність підприємств, відносяться документи, які визначають не тільки економічні особливості зовнішньоекономічної діяльності, але й основні напрямки розвитку держави, адміністративне регулювання та міжнародні законодавчі акти.

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств здійснюється правовими, адміністративними та економічними методами. Правові методи регулювання ґрунтуються на використанні положень законодавчих актів України та міжнародних організацій. Адміністративними важелями є: ембарго (повна заборона зовнішньоекономічних операцій), ліцензування, квотування, специфічні вимоги до товару, пакування, маркування, добровільне обмеження експорту, бюрократичне ускладнення митних процедур та інші (встановлення і використання різних технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних, екологічних стандартів і вимог). Економічні методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств здійснюються через мито, податки, кредити, дотації та пільги.

Таблиця 1.1

Нормативно-правове регулювання імпорتنних операцій в Україні

№ п/п	Назва документа, дата прийняття та номер	Основні положення, що регламентує документ
1	Податковий Кодекс України [1]	Регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.
2	Митний Кодекс України від 11.07.2002 року № 92-IV [2]	Визначає засади організації та здійснення митної справи в Україні, регулює економічні, організаційні, правові, кадрові та соціальні аспекти діяльності митної служби України. Кодекс спрямований на забезпечення захисту економічних інтересів України, створення сприятливих умов для розвитку її економіки, захисту прав та інтересів суб'єктів підприємницької діяльності та громадян, а також забезпечення додержання законодавства України з питань митної справи
3	Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 року № 959-XII[3]	Визначає правові, економічні та організаційні засади ЗЕД: об'єкти, суб'єкти та інші поняття ЗЕД. Встановлює цілі, принципи та засоби регулювання ЗЕД та визначає органи правового регулювання. Регламентує економічні відносини з іншими державами та міжнародними міжурядовими організаціями. Визначає захист прав держави та суб'єктів ЗЕД і їх відповідальність. Регламентує порядок розгляду спорів, що виникають в процесі ЗЕД
4	Закон України «Про Митний тариф України» від 05.04.2001 року № 2371-III [4]	Систематизує згідно з Українською класифікацією товарів ЗЕД перелік ставок ввізного мита, яке справляється з товарів, що ввозяться на митну територію України (товарною номенклатурою Митного тарифу України є Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), яка базується на Гармонізованій системі опису та кодування товарів)
5	Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 року № 698-XII[5]	Визначає загальні правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності (підприємництва) громадянами та юридичними особами на території України, встановлює гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки
6	Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 року № 85/96-ВР [6]	Регулює відносини у сфері страхування і спрямований на створення ринку страхових послуг, посилення страхового захисту майнових інтересів підприємств, установ, організацій та фізичних осіб

Джерело: сформовано автором на основі узагальнення дослідження

У цілому методи регулювання зовнішньої торгівлі можна розподілити на [11, с. 236]:

- тарифні (засновані на використанні митного тарифу);
- нетарифні (квоти, ліцензії, субсидії, демпінг і та інші).

Важливе значення серед нетарифних інструментів регулювання зовнішньоекономічної діяльності мають валютні обмеження, що виступають або фактором стримування розвитку зовнішньої торгівлі й всієї зовнішньоекономічної діяльності, або фактором, що стимулює розвиток зовнішньоекономічних зв'язків країни. Валютні обмеження являють собою регламентацію операцій резидентів і нерезидентів з валютою й іншими валютними цінностями і є частиною валютного контролю держави.

Сферою застосування валютних обмежень можуть виступати зовнішня торгівля товарами і послугами, рух капіталів і кредитів, переказ прибутків, податкових та інших платежів. У зовнішній торгівлі дія валютних обмежень прирівнюється до кількісних обмежень імпорту, оскільки імпортер у цьому випадку зобов'язаний одержати дозвіл на використання валюти для імпорту товарів і послуг, що негативно позначається в цілому на зовнішній торгівлі країни [11, с. 237].

Усі численні правові документи, що утворюють у сукупності багатосторонню многосторонню торгівельну систему СОТ, мають в своїй концептуальній основі декілька базових принципів:

- торгівля без дискримінації, що забезпечується взаємним наданням країнам режиму найбільшого сприяння в торгівлі та національного режиму для імпортової продукції;
- передбачуваний та такий, що розширюється, доступ до ринків шляхом створення таких норм, які значною мірою утруднювали б урядам країн – членів СОТ можливість довільно змінювати «правила гри»;
- транспарентність (прозорість та доступність) національних законів, нормативних актів й зовнішньоторговельної практики країн – членів СОТ, що необхідно для створення передбачуваних торгових умов.

Заходи державної структурної політики регулювання зовнішньоекономічної діяльності повинні спрямовуватися на розробку національної стратегії в цій сфері, диверсифікацію зовнішньоекономічних зв'язків й розширення асортименту експорту товарів та послуг, що сприятиме зменшенню залежності національної економіки від імпорту сировини, матеріалів, енергоносіїв та інших ресурсів і виходу на нові ринки, а також зміцненню позицій на традиційних ринках.

1.2. Особливості організації та планування операцій з імпорту

Організація процесу формування імпортних операцій підприємства полягає у розподілі та закріпленні робіт по етапах, які регламентуються та нормуються відповідно до їхньої послідовності та термінів, встановлення міри дисциплінарних стягнень, введення обов'язкових вимог здійснення процесів формування.

Взагалі дослідження організації імпортних операцій підприємства в економічній літературі трактується в наступних аспектах: як складова процесу формування експортно-імпортної діяльності підприємства; як самостійний процес реалізації комплексу заходів щодо підготовки імпортної операції, укладання зовнішньоторговельного контракту, його контроль, виконання та припинення; як процес створення ефективної структури формування експортно-імпортної діяльності підприємства; як процес формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства з урахуванням його потенціалу та особливостей розвитку зовнішнього середовища [20, с. 64].

Виходячи з цього, слід зазначити, що організаційний підхід імпортної діяльності підприємства полягає в тому, що для удосконалення організації здійснення імпорту необхідно звертати увагу на всі елементи діяльності підприємства.

При організації імпортних операцій важливо приділяти увагу:

- пошуку більш вигідних постачальників;
- застосуванню засобів страхування валютних ризиків;
- організації потрібних строків поставки, їх періодичності, своєчасності, безперервності
- правильному транспортуванню.

Здійснення імпорتنих операцій передбачає виконання ряду дій, пов'язаних з поданням митному органу документів, що засвідчують підстави та умови ввезення товарів на митну територію країн; сплату податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввезення на митну територію країни відповідно до її законів; дотримання вимог щодо заходів нетарифного регулювання та інших обмежень [21, с.202].

Успіх проведення імпорتنих операцій та реалізація міжнародних проектів залежить не лише від достовірності економічної оцінки, а й від досвіду, інтуїції, знань спеціалістів та керівників, відповідальних за їх здійснення. Важливим при цьому є використання аналогів та попереднього досвіду, володіння інформацією про партнерів, вміння вести переговори. Самі по собі розрахунки не гарантують успіху, але є відправною точкою при прийнятті рішень [31, с. 54].

Аналізуючи концепцію імпорتنих можливостей варто зазначити, що імпульс до участі в торгівлі може надійти або від експортера, або від імпортера. У будь-якому випадку мають бути як продавець, так і покупець. Імпульс від імпортера полягає в тому, що фірма шукає дешевші і високоякісні сировинні та інші комплектуючі матеріали, готові вироби, щоб використовувати їх на своїх виробничих підприємствах. Або ж вона може активно шукати нові товари, розроблені за кордоном, щоб доповнити наявні асортиментні групи. Це дозволить компанії більше продукції запропонувати на продаж, а імпортеру – використовувати надлишкові потужності своєї торгово-розподільчої мережі.

Якщо міжнародні постачання сировини, матеріалів і комплектуючих зменшують витрати виробництва чи підвищують якість готових виробів, то компанія, що їх закуповує, матиме більшу стійкість проти конкуренції з боку імпортованих готових виробів або ж сама зможе більш ефективно конкурувати на експортних ринках. Автомобільна промисловість подає приклад глобальної конкуренції, що залежить від субпідрядників, у тому числі іноземних, у напрямку зменшення витрат виробництва.

Імпортер, як і експортер, має можливість розподілити свої операційні ризики. Розширюючи коло постачальників, фірма буде менше залежати від диктату або долі єдиного постачальника. В США, наприклад, багато значних споживачів, зокрема, автомобільна промисловість, диверсифікували свої

закупівлі сталі із залученням європейських і японських постачальників. Ця стратегія знизилася ризик недостатнього постачання американської автомобільної промисловості у випадку виникнення страйку серед сталеливарників США, але одночасно посилила проблеми в сталеливарній промисловості країни.

Концепція стратегії організації імпортованими операціями при здійсненні діяльності фірми на зарубіжних ринках інших країн, включає наступні положення [32, с. 42]:

- передача права на використання власних технологій, на виробництво чи збут її продукції іноземним фірмам;
- посилення національного виробництва і вивіз продукції на іноземні ринки з застосуванням власних і інших збутових каналів;
- використання багатонаціональної стратегії, в рамках якої розроблюється окрема стратегія для кожної країни, яка відповідає попиту споживачам і конкурентним умовам країн. Діяльність фірми в одній країні не залежить від діяльності фірми в іншій країні;
- використання глобальної стратегії низьких витрат, при якій фірма орієнтується на мало затратне виробництво на всіх стратегічно важливих ринках світу. Ціль – створити низький рівень витрат порівняно з конкурентами в рамках світового ринка;
- використання глобальної стратегії диференціації, при якій фірма диференціює свій товар за одними й тими самими характеристиками в різних країнах з метою створення постійного іміджу на світовому ринку; проводиться жорстка координація діяльності у всіх країнах;
- використання глобальної стратегії фокусування – діяльність координується на основі низьких витрат і диференціації.

Продаж ліцензій буде вдалим у тому випадку, коли фірма має вагомі технологічні розробки, але не може самотійно здійснювати свою діяльність в інших країнах через недостатню кількість ресурсів чи відсутність іноземних організаційних структур. В якості хорошої початкової стратегії з ціллю подальшого збільшення продажу на світовому ринку виступає розвиток місцевого виробництва і експорт продукції в інші країни. Це знижує ризик і

потребу в фінансових ресурсах, що дозволить мінімізувати прямі інвестиції в іноземні країни.

Багатонаціональна стратегія полягає в тому, що фірма намагається застосувати свою стратегію до умов кожної країни, де діє країна. Це означає створення в цільових країнах юридично незалежних компаній, при мінімальній координації дій. Ця стратегія характеризується також орієнтацією на місцевих постачальників і повною адаптацією до специфіки національного попиту, культури і звичаїв країни. Основною ціллю багатонаціональної стратегії є забезпечення місцевих вимог країни, а не конкурентної переваги на світовому чи, навіть, регіональному масштабі.

У галузях з глобальною стратегією позиція фірми в одній країні не впливає суттєво на її позиції в інших країнах. Конкурентні переваги фірми, які вона завоювала на національному ринку доповнюються перевагами набутими в інших країнах. Продаж товарів здійснюється в більшості країн, які виступають важливими ринками збуту товарів фірми.

Глобальна стратегія користується двома методами, за допомогою яких фірми можуть досягнути конкурентної переваги чи компенсувати недоліки роботи в якійсь країні: по-перше, розміщення окремих видів діяльності в різних країнах для найкращої роботи на ринку багатьох країн; по-друге, координація діяльності окремих відділів фірми.

Ці два методи направлені на досягнення найкращих результатів діяльності підприємства, максимізацію цінностей. З цієї точки зору кожний учасник технологічного ланцюжка, який доводить товар до споживача, додає якусь цінність. В першому методі збільшення цінності досягається за рахунок використання переваг даної країни, а в другому – за допомогою кращої організації діяльності фірми [28, с. 108].

Діяльність, яка направлена на роботу з покупцями, повинна бути направлена на якомога меншу відстань між виробником і споживачем (маркетинг, розповсюдження товарів). Окремі види виробництва повинні знаходитись якомога ближче до покупця, що пов'язано з високими транспортними затратами.

Підприємство вибирає одну зі стратегій: згідно з активним або пасивним фактором. При виборі стратегії активних чинників підприємство займається пошуком і залученням додаткових клієнтів, аналогічно можна розширювати асортимент продукції, що реалізовується організацією [17, с.101]. Таким чином, збільшення продажів відбуватиметься одразу, завдяки додатковим напрямками збуту товарів і поширення компанією додаткових асортиментних позицій.

Важливе місце в процесі управління імпорними операціями підприємства відведено плануванню імпортних операцій.

Зміст стратегічного планування імпортних операцій полягає в обґрунтованому визначенні основних напрямків і пропорцій розвитку виробництва з урахуванням матеріальних джерел його забезпечення й попиту ринку. Сутність планування полягає в конкретизації цілей розвитку на встановлений період; визначенні господарських завдань, засобів їхнього досягнення, строків і послідовності реалізації; виявленні матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, необхідних для рішення поставлених завдань [24].

Таким чином, призначення стратегічного планування в прагненні завчасно врахувати по можливості всі внутрішні й зовнішні фактори, які забезпечують сприятливі умови для нормального функціонування й розвитку підприємств. Воно передбачає розробку комплексу заходів, які визначають послідовність із конкретних цілей з урахуванням можливостей найбільш ефективного використання ресурсів.

Тому планування покликане забезпечити взаємозв'язок між окремими структурними підрозділами фірми, які включають весь технологічний ланцюжок: наукові дослідження й розробки, виробництво й збут.

Ця діяльність опирається на виявлення й прогнозування споживчого попиту, аналіз і оцінку наявних ресурсів і перспектив розвитку господарської кон'юнктури. Звідси випливає необхідність об'єднання планування з маркетингом і контролем з метою постійного коректування показників виробництва й збуту слідом за змінами попиту на ринку.

Рівень і якість планування визначаються наступними найважливішими умовами:

- керівництвом фірми на всіх рівнях управління;

- кваліфікацією фахівців, які працюють у функціональних підрозділах;
- наявністю інформаційної бази і забезпеченістю комп'ютерною технікою.

Можна виділити деякі характерні риси стратегічного планування імпорتنих операцій залежно від цілей [23, с. 132]:

- в американських компаніях головне – це об'єднання стратегій всіх підрозділів і розподіл ресурсів;
- в англійських компаніях – орієнтація на розподіл ресурсів;
- в японських компаніях – орієнтація на впровадження нововведень і підвищення якості рішень.

Визначимо чинники ефективного управління операціями з імпорту (рис.1.1).

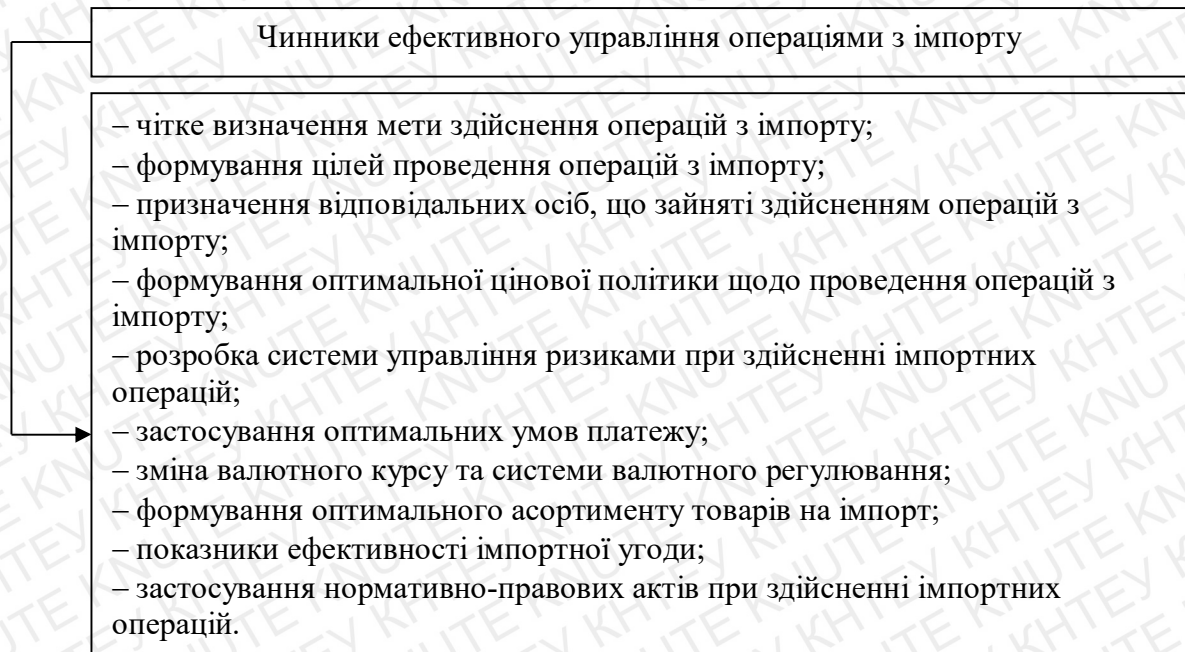


Рис. 1.1. Чинники ефективного управління операціями з імпорту

Джерело: сформовано автором на основі узагальнення дослідження

Важливим чинником ефективного управління операціями з імпорту є також чітка побудова стратегічного планування імпорتنих операцій. Стратегічне планування імпорتنих операцій припускає:

- обґрунтований вибір цілей;
- визначення політики;
- розробку мір і заходів;

- методи досягнення цілей;
- забезпечення основи для прийняття наступних довгострокових рішень.

Отже, стратегічне планування імпорتنих операцій спрямоване на оптимальне використання можливостей фірми, у тому числі найкраще використання усіх видів ресурсів і запобігання помилкових дій, що можуть привести до зниження ефективності діяльності фірми.

1.3. Показники оцінки ефективності організації імпорту

Ефективність організації імпорتنих операцій залежить від функціонування підприємства в цілому. Так організація імпорتنих операцій залежить від правильності вибору постачальників, від якості сировини, від його ціни, від строків поставки та їх безперервності, від потреби виробництва у сировині, від виконання обов'язків з постачання сировини (з боку постачальників) й з оплати від ефективності роботи митного відділу, від транспортного забезпечення.

Успіх проведення імпорتنих операцій залежить не тільки від вірогідності економічної оцінки, а й від досвіду, інтуїції, знань фахівців і керівників, відповідальних за їхнє здійснення. Важливим при цьому є використання аналогів і попереднього досвіду, володіння інформацією про партнерів, уміння вести переговори. Самі по собі розрахунки не гарантують успіху, але є відправною точкою при прийнятті рішень [46, с. 154].

Однією з головних причин низької ефективності використання імпортного обладнання є те, що до останнього часу рівень техніко-економічного обґрунтування імпорتنих операцій був дуже низьким. Так, низька якість техніко-економічного обґрунтування виявляється у:

- недостатньому опрацюванні технічних вимог до імпортних машин та обладнання;
- поганій оцінці їх конкурентоспроможності;

- неузгодженні строків поставок імпортного обладнання та його монтажу (це один із наслідків вузької зовнішньоторговельної оцінки ефекту без урахування реалізації всього інвестиційного імпортного проекту);
- повільній підготовці кадрів для експлуатації імпортного обладнання;
- допускання помилки при виборі об'єкта імпорту (вирішення економічних завдань інколи може бути здійснено без залучення валютних ресурсів);
- частій зустрічі прорахунків при виборі продавця (недостатньо досліджується стан ринку потрібного обладнання, не виявляються усі можливі постачальники тощо);
- погано організовано здавання-прийняття обладнання за кордоном, внаслідок чого ввозиться обладнання, яке не відповідає контрактним умовам;
- мають місце помилки у перспективній оцінці потреб у сировині та напівфабрикатах для завантаження імпортного обладнання, потреб у запасних частинах тощо.

При визначенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств застосовується системний підхід, що надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоекономічної операції. Для здійснення економічного аналізу потрібно обрати критерій ефективності.

На основі похідних даних можна вирахувати проміжні й узагальнені показники, побудувати факторну модель, розробити формули впливу факторів на узагальнений показник, вирахувати можливі відхилення при здійсненні фінансово-господарської діяльності, обчислити резерви й обґрунтувати проблеми, які потребують негайного вирішення на управлінському рівні.

Економічне обґрунтування діяльності підприємств, у тому числі і тих його напрямках, які пов'язані із зовнішньоекономічною сферою господарювання, здійснюється на підставі аналізу показників ефективності.

Показники економічної ефективності поділяють на:

- 1) показники ефекту, які визначаються як абсолютні значення і відтворюються в грошових одиницях як різниця між результатами діяльності і

витратами на її здійснення;

2) показники ефективності, які визначаються як співвідношення прибутку від діяльності підприємства до витрат на її здійснення й відтворюються відносними величинами: відсотками, частками.

Розрахунок показників ефективності вимагає дотримання наступних принципових методологічних положень:

1) принципу всебічного обліку всіх складених елементів витрат і результатів, що припускає якісну класифікацію і відтворення відповідних показників у документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку;

2) принципу зведення витрат і результатів для зіставлення, який показує, що показники, які порівнюються, повинні відтворюватися однаковими кількісними одиницями й носити антонімічний характер в економічному розумінні. При конструюванні показника ефективності чисельник і знаменник останнього повинні виключати можливе дублювання складених елементів;

3) принципу зведення різних термінових витрат і результатів до одного моменту часу за допомогою дисконтування;

4) принципу зіставлення з базовим варіантом, що відтворить сутність застосування показників ефективності для здійснення економічного аналізу, що проводять не тільки з метою опису поточного стану діяльності суб'єкта господарювання, а й з метою обробки пропозицій щодо поліпшення економічної ситуації в періоді, що аналізується.

Доцільність імпорту для підприємства обумовлюється вищою якістю товарів, їх низькими цінами (товари азійських виробників, пострадянських країн), відсутністю певної сировини, матеріалів, комплектуючих в Україні. Існують угоди про вільну торгівлю між країнами СНД. Наприклад, товар, зроблений в Росії (за винятком деяких груп товарів) завозять до України без мита.

З метою стягнення штрафів, пені, неустойок з постачальників і для своєчасної власної оплати аналізують виконання строків контрактів по імпорту за звітний рік. строки подається позов у суд.

Показники економічної ефективності імпорту поділяються на дві групи:

- показники ефективності імпорту товарів виробничого призначення (ТВрП);
- показники ефективності імпорту товарів народного споживання (ТНС).

Для розрахунку показників економічного ефекту імпорту машин та технологічного устаткування необхідно визначити повну ціну споживання за формулами 1.1; 1.2:

$$\text{Ц}_\text{С} = \text{Ц}_\text{П} - \text{Е}_\text{В} \quad (1.1)$$

$$\text{Е}_\text{В} = \text{В}_\text{М} + \text{В}_\text{ВН} + \text{В}_\text{РЕМ} + \text{В}_\text{ЗАП} + \text{ЗП} \quad (1.2)$$

де $\text{Ц}_\text{С}$ – повна ціна імпортного ТВрП, грн.;

$\text{Ц}_\text{П}$ – купівельна ціна імпортного ТВрП, грн.;

$\text{Е}_\text{В}$ – експлуатаційні витрати на використання ТВрП, грн.;

$\text{В}_\text{М}$ – вартість сировини і матеріалів, що споживаються на одиницю продукції, грн.;

$\text{В}_\text{ВН}$ – вартість палива і енергії на одиницю продукції, грн.;

$\text{В}_\text{РЕМ}$ – вартість ремонтів ТВрП, грн.;

$\text{В}_\text{ЗАП}$ – вартість запчастин для ТВрП, грн.;

ЗП – заробітна плата робітників, грн[14, с. 95].

Проводячи фінансовий аналіз, слід пам'ятати також про врахування такого важливого фактора, як значне підвищення якості продукції, заради чого найчастіше закуповується обладнання у високорозвинених країнах. Певним чином цей фактор знаходить своє відображення у підвищенні ціни товару, що випускається.

Далі розраховуються показники економічної ефективності імпорту за формулами 1.3; 1.4:

$$\text{Е}_{\text{ІМП1}} = \text{Ц}_\text{П} / \text{Ц}_\text{С} \quad (1.3)$$

$$\text{Е}_{\text{ІМП2}} = \text{О}_\text{П} / \text{В}_{\text{ІМП}} \quad (1.4)$$

де $E_{\text{ІМП1}}$ та $E_{\text{ІМП2}}$ – показники ефективності імпорту;

$O_{\text{П}}$ – обсяг продукції, тис. грн.;

$V_{\text{ІМП}}$ – витрати на імпорт даного, тис. грн. [45, с. 127].

При експорті та імпорті товарів підприємством може бути отриманий як прямий економічний ефект від покращення фінансових результатів підприємства, так і непрямий – від здешевлення виробництва. Методику аналізу застосовують залежно від: мети аналізу; наявності інформації; часу проведення аналізу.

Оцінка доцільності проведення імпортової операції проводиться порізному залежно від мети здійснення угоди: для реалізації на внутрішньому ринку або для власного споживання [12, с. 54].

Оцінка ефективності імпорту для реалізації на внутрішньому ринку.

1. Економічний ефект від імпорту для продажу на внутрішньому ринку – це абсолютний економічний показник, який використовується для оцінки результатів імпортих операцій, виражається в грошових одиницях і являє собою різницю між вартістю імпортованого товару на внутрішньому ринку і витратами на його придбання і реалізацію.

Економічний зміст даного показника полягає в тому, що він показує, який фінансовий результат (прибуток або збиток) одержить імпортер від імпорту і реалізації на внутрішньому ринку імпортованого товару. Необхідною умовою ефективності імпортової операції є значення цього показника більше 0.

2. Економічна ефективність імпорту для продажу на внутрішньому ринку – це відносний економічний показник, який використовується для оцінки імпортих операцій, виражається у відносних одиницях і являє собою відношення вартості імпортованого товару на внутрішньому ринку до витрат на його придбання і реалізацію.

Економічний зміст даного показника полягає в тому, що він показує скільки гривень одержить імпортер на кожну витрачену в зв'язку з імпортом

гривню. Необхідною умовою ефективного імпорту є значення цього показника більше 1.

Оцінка ефективності імпорту для власного споживання.

1. Економічний ефект від імпорту для власного споживання, тобто самим покупцем, виражається у грошових одиницях і являє собою різницю між витратами на виготовлення (придбання) і споживання продукції і витратами на придбання і споживання імпоротної продукції.

Витрати на виготовлення (придбання) продукції враховують повні витрати підприємства на виготовлення або придбання на внутрішньому ринку продукції, альтернативної імпоротної, а також витрати на споживання цієї продукції за весь період експлуатації. Витрати на придбання і споживання імпоротної продукції також розраховують за весь період експлуатації продукції, яка імпортується.

Економічний зміст показника економічного ефекту від імпорту для власного споживання полягає в тому, що він показує, який фінансовий результат (прибуток або збиток) матиме підприємство, якщо придбає імпортну продукцію замість виготовлення (придбання) продукції, альтернативної імпортній. Необхідною умовою ефективного імпорту є значення цього показника більше 0.

2. Економічна ефективність імпорту для власного споживання – це відносний економічний показник, який являє собою відношення повних витрат на виготовлення (придбання на внутрішньому ринку) і споживання продукції, альтернативної імпоротної, до повних витрат на придбання і споживання імпоротної продукції. В розрахунках враховують всі витрати за період служби продукції.

Економічний зміст даного показника полягає в тому, що він показує в скільки разів імпортна продукція дешевше (дорожче) альтернативної продукції, яка виготовлена або придбана на внутрішньому ринку. Необхідною умовою ефективності імпоротної операції є значення цього показника більше 1.

Економічною характеристикою імпортової операції є показник валютної ефективності (валютний коефіцієнт).

Валютна ефективність імпорту розраховується за формулою 1.5:

$$K_{ei} = \frac{\sum_{j=1}^n Z_{ij}^{od} * N_{ij}}{\sum_{j=1}^n B_{ij}^{od} * N_{ij}}, \quad (1.5)$$

де Z_{ij}^{od} – вартість одиниці j -го імпортного товару чи послуги, грн/шт.;

N_{ij} – кількість j -го товару в складі імпортного еквівалента, шт.;

B_{ij}^{od} – валютна ціна одиниці j -го товару або послуг, вал.од/шт.;

n – кількість назв товарів та послуг в імпортному еквіваленті.

Сам по собі цей коефіцієнт не дає відповіді про вигідність операції. Для її оцінки необхідне порівняння з якоюсь базою. У випадку повної або часткової конвертованості національної валюти базовим показником може бути валютний курс. Ще є такий показник як ефект імпорту, який розраховується як різниця між внутрішньою ціною імпортової продукції та витратами на її придбання. В умовах неконвертованості національної валюти показник ефекту імпорту (E_i) визначається за формулою 1.6:

$$E_i = \sum_{j=1}^n (Z_{ij}^{od} - \frac{B_{ij}^{od}}{K_{ei}}) * N_{ij} \quad (1.6)$$

Валютний коефіцієнт K_{ei} потрібний для переводу іноземної валюти в національну. Для імпортової операції, коли відома вартісна оцінка імпортової продукції Z_i і витрати на імпорт B_i , тоді формула 1.6 має наступний вигляд 1.7:

$$E_i = Z_i - \frac{B_i}{K_{ei}} \quad (1.7)$$

Зовнішньоекономічні операції можуть оплачуватись готівкою або в кредит. Найвигіднішою для продавця і найменш вигідною для покупця є оплата готівкою. Але на практиці така форма застосовується для операцій з незначними сумами. Здебільшого, зовнішньоекономічні операції здійснюються на умовах кредиту. Бувають також випадки, коли частина суми сплачується готівкою, а частина на умовах кредиту [50, с. 176].

Для врахування умов кредитування в розрахунках ефективності зовнішньоекономічних операцій використовується коефіцієнт кредитного впливу $K_{кр}$, який є відношенням сумарного значення валютних надходжень, приведенного до року поставки товару, до номінальної зовнішньоторгової ціни цього товару.

Це відношення враховує вплив таких чинників, як середньорічний відсоток за кредит, термін погашення кредиту, частка суми контракту, яка оплачується в кредит та інше. Тому формули для розрахунку $K_{кр}$ є складними і на практиці користуються спеціальними таблицями, в яких наведені числові значення цього коефіцієнта залежно від конкретних умов кредитування.

Якщо імпортна операція передбачає кредитування, тоді формули для розрахунку ефективності мають вигляд 1.8; 1.9:

$$\text{Ефект імпорту } E_i = Z_i - (B_i * K_{кр}) / K_{е\epsilon} \quad (1.8)$$

$$\text{Ефективність імпорту } E_i = (Z_i - K_{е\epsilon}) / (B_i * K_{кр}) \quad (1.9)$$

Якщо імпорт здійснюється в рахунок раніше наданого кредиту, то в цих формулах використовується величина, обернена до коефіцієнта кредитного впливу, як в 1.10:

$$K_{кр}^{погаш} = 1 / K_{кр} \quad (1.10)$$

При змінах попиту на імпорт, що є наслідками змін умов торгівлі, розраховують такий показник як еластичність імпорту, що вимірюється як % зміна об'ємів імпорту до % зміни його ціни (формула 1.11).

$$I = \frac{V_u(\%)}{P_u(\%)} \quad (1.11)$$

У випадку падіння ціни на імпорتنі товари об'єми імпорту збільшуються, у випадку зростання ціни – скорочуються.

Доцільно декілька слів сказати про вплив на ефективність імпорту зміни валютних курсів.

За час з моменту підписання контракту до оплати за контрактом може змінитись валютний курс залежно від стану торгівлі і платіжного балансу, рівня інфляції та інших чинників. Тобто, існують так звані валютні ризики.

Загалом зміна валютних курсів має такі наслідки:

- зниження курсу національної валюти веде до збитків дає змогу імпортерів отримувати додатковий прибуток (валютний);
- підвищення курсу національної валюти дає змогу імпортерам отримувати додатковий прибуток.

Валютні ризики можуть бути досить значними у випадку довготермінових угод, при продажі товарів у кредит.

Додаткові валютні ризики можуть виникнути, коли в зовнішньоекономічних контрактах передбачені різні валюти для визначення ціни імпортного товару і для платежу [46, с. 212].

Для запобігання валютним ризикам і підтримання ефективності зовнішньоекономічних операцій у світовій практиці вироблені різні способи страхування від курсових втрат внесенням в контракти спеціальних умов (захисних або валютних застережень). Страхування від валютних ризиків забезпечується додатковими умовами, що фіксуються в контракті.

Вартісна оцінка імпортних товарів має важливе значення для розрахунку показників економічної ефективності та ефекту імпорту, оскільки по суті, вартісна оцінка імпортного обладнання ($Z_{\text{імп}}$) виконує роль верхньої межі ціни і визначається за умови нульового значення інтегрального ефекту придбання та використання цього обладнання.

Способи розрахунку показника $Z_{\text{імп}}$ диференціюються залежно від особливостей імпортової угоди. При імпорті обладнання можливі два основні випадки:

1. Якщо на внутрішньому ринку є можливість купити необхідне обладнання для виконання певних функцій, хоча і з гіршими споживчими властивостями та менш економічне, $Z_{\text{імп}}$ розраховується за формулою 1.12:

$$Z_{\text{імп}} = 3 \cdot \frac{P_{\text{в}} + E}{P_{\text{імп}} + E} + \frac{\Delta\text{Ц} - \Delta\text{В} - E \cdot \Delta\text{К}}{P_{\text{імп}} + E} \quad (1.12)$$

де $Зв$ – витрати на придбання вітчизняного обладнання, аналогічного імпортованому;

$P_{\text{імп}}$ – норма амортизації на повне відновлення відповідно вітчизняного та імпортованого обладнання;

$\Delta\text{Ц}$ – приріст річного обсягу реалізації продукції при використанні імпортованого обладнання порівняно з вітчизняним;

$\Delta\text{В}$ – зниження річних витрат (собівартості) виробництва в результаті використання імпортованого обладнання;

$\Delta\text{К}$ – зміна середньорічної вартості виробничих фондів імпортера;

E – норма дисконту.

Значення інтегрального дисконтованого ефекту використання імпортованого обладнання за нормативний строк його експлуатації у порівнянні з вітчизняним обладнанням можна знайти, підставивши у формулу для визначення ефекту імпорту (1.6) значення вартісної оцінки імпортованого обладнання, розраховане за формулою (1.12).

Формула (1.12) справедлива за умови незмінності по роках.

- обсягу випуску продукції на імпортованому обладнанні;
- рівня цін на продукцію;
- експлуатаційних витрат.

Якщо таких умов не дотримуються, тоді використовується формула для розрахунку інтегрального ефекту з урахуванням чинника часу.

2. Якщо імпортерне обладнання не має аналогів, то його вартісну оцінку ($Z_{\text{імп}}$) можна розрахувати за формулою 1.13:

$$Z_{\text{імп}} = \frac{Ц - В}{P_{\text{імп}} + E} * d_{\text{імп}} \quad (1.13)$$

де $Ц$ – річний обсяг реалізації продукції при використанні імпортерного обладнання;

$В$ – річні витрати виробництва при використанні імпортерного обладнання;

$d_{\text{імп}}$ – частка прибутку від реалізації продукції, виробленої на імпортерному обладнанні.

Виконання зобов'язань з вартості поставлених товарів розраховується за формулою 1.14:

$$P_{\text{вартості}} = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_0 p_0} \quad (1.14)$$

де $P_{\text{вартості}}$ – зобов'язання з вартості поставлених товарів;

$q_1 p_1$ – фактичні ціни і звітна (фактична) кількість товарів;

$q_0 p_0$ – планові ціни і планова кількість цих товарів.

Відсоток виконання зобов'язань з імпорту товарів по фізичному обсягу обчислюється за формулою 1.15:

$$P_{\text{фіз.обсягу}} = \frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_0 p_0} \quad (1.15)$$

де $P_{\text{фіз.обсягу}}$ – зобов'язання з імпорту товарів по фізичному обсягу;

$\sum q_1 p_1$ – вартість імпорту за фактом, перерахована за плановими цінами;

$\sum q_0 p_0$ – планова вартість імпорту.

Відсоток виконання зобов'язань з імпорту товарів за цінами обчислюється за формулою 1.16:

$$P_{\text{ціни}} = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1 p_0} \quad (1.16.)$$

де $P_{\text{ціни}}$ – зобов'язання з імпорту товарів за цінами.

Висновки до розділу 1

Узагальнення поглядів багатьох авторів на сутність поняття «імпортна діяльність» підприємства дає змогу нам зазначити, що імпортна діяльність підприємства – це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають купівлю товарів чи послуг суб'єктом підприємницької діяльності певної країни у контрагента із-за кордону з обов'язковим переміщенням продукції через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції суб'єкта країни-імпортера.

Важливим фактором розвитку зовнішньоторговельної діяльності підприємства є ефективний менеджмент цього виду діяльності, який являє собою комплекс управлінських дій, що спрямовані на отримання позитивного ефекту від здійснення зовнішньоторговельних операцій з товаром на міжнародному рівні. Він є складовою частиною менеджменту підприємства.

Управління окремою імпортною операцією повинно складатися з п'яти основних процесів: пошуку контрагента, переговорного процесу, укладання контракту, виконання зобов'язань за контрактом, продовження терміну дії існуючого або укладання нового контракту.

Мета планування імпоротної операції полягає у визначенні рівня стійкості підприємства, виявленні сильних та слабких сторін фірми, конкретизації стратегії розвитку через систему кількісних і якісних показників, забезпеченні підтримки інвесторів та зниженні ризиків підприємницької діяльності.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ "МІЛСТОН"

2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ "Мілстон"

ТОВ «Мілстон» - є постачальником на внутрішній ринок високоякісної упаковки з гофрокартону та картону. Наразі компанія пропонує споживачам широкий асортимент поліграфічної продукції: упаковку з картону, кашированого мікрогофрокартону та гофрокартону.

Ринок, на якому працює ТОВ «Мілстон» нині характеризується динамічною конкуренцією, що обумовлює необхідність для постійного вжиття заходів щодо покращення або якнайменше утримування позицій. Передумовою цього є оцінка фінансового стану підприємства. З огляду на це, першим етапом дослідження є аналіз показників господарської діяльності ТОВ «Мілстон».

Першим етапом аналізу фінансового стану ТОВ «Мілстон» є аналіз його майнового стану. Для цього нами було розраховано показники динаміки та структури активу балансу підприємства. У першу чергу необхідно відзначити, що обсяги майна підприємства є незначними, що свідчить про те, що підприємство наразі здійснює лише операції з перепродажу. Так, за останні роки загальний обсяг майнових ресурсів ТОВ «Мілстон» збільшився зі 199,16 тис. грн. до 217,51 тис. грн., при чому основне збільшення вартості активів припало на 2016 – 2017 рр.

Розглядаючи структуру майна за складовими, необхідно відзначити, що вартість необоротних активів, попри існуючу тенденцію до зростання, є незначною: станом на 31.12.2017 р. вона дорівнювала 7,1 тис. грн. Необоротні активи ТОВ «Мілстон» представлені такими елементами як основні засоби та довгострокова дебіторська заборгованість: на 31.12.2017 р. їх вартість склала 4,00 та 1,24 тис. грн. відповідно. За досліджуваний період збільшилася також вартість довгострокових фінансових інвестицій (з 0,48 до 0,77 тис. грн.). Зазначимо також, що ТОВ «Мілстон» має і нематеріальні активи, вартість яких складала на кінець 2017 р. 130 грн (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Аналіз динаміки активів ТОВ «Мілстон» 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	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Нематеріальні активи	0,04	0,03	0,02	0,01	0,13	-0,01	-0,01	-0,01	0,12	0,09	0,78	0,71	0,59	10,08	3,28
Основні засоби	3,26	2,93	2,57	4,10	4,00	-0,33	-0,35	1,52	-0,09	0,74	0,90	0,88	1,59	0,98	1,23
Довгострокові фінансові інвестиції які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	0,95	0,95	0,95	0,95	0,95	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Довгострокові фінансові інвестиції інші фінансові інвестиції	0,48	0,47	0,47	0,47	0,77	0,00	0,00	0,00	0,30	0,30	0,99	1,00	1,00	1,63	1,62
Довгострокова дебіторська заборгованість	0,39	0,39	1,48	1,48	1,24	0,00	1,09	0,00	-0,24	0,85	1,00	3,78	1,00	0,84	3,16
Усього необоротні активи	5,12	4,77	5,50	7,07	7,10	-0,35	0,73	1,56	0,03	1,98	0,93	1,15	1,28	1,00	1,39
Запаси, в тому числі	20,43	13,51	23,65	10,28	11,88	-6,92	10,14	-13,37	1,60	-8,55	0,66	1,75	0,43	1,16	0,58
- виробничі запаси	18,25	4,97	4,52	8,88	10,88	-13,28	-0,45	4,35	2,01	-7,37	0,27	0,91	1,96	1,23	0,60
- товари	2,17	8,44	18,28	0,77	0,34	6,27	9,84	-17,52	-0,42	-1,83	3,89	2,17	0,04	0,45	0,16
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи послуги	53,57	93,65	86,09	82,60	81,61	40,08	-7,56	-3,49	-0,99	28,04	1,75	0,92	0,96	0,99	1,52
Дебіторська заборгованість за рахунками за виданими авансами	76,54	49,04	38,41	57,44	88,58	-27,51	-10,62	19,03	31,13	12,03	0,64	0,78	1,50	1,54	1,16
Дебіторська заборгованість за рахунками з бюджетом	0,00	0,00	0,09	0,66	0,40	0,00	0,09	0,56	-0,26	0,40	-	94,00	6,98	0,61	-
Дебіторська заборгованість за рахунками з нарахованих доходів	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-	0,50	3,00	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	0,00	3,14	0,40	7,40	10,17	3,14	-2,74	7,00	2,77	10,17	-	0,13	18,60	1,37	-
Поточні фінансові інвестиції	31,53	1,64	1,16	0,65	0,65	-29,89	-0,48	-0,51	0,00	-30,88	0,05	0,71	0,56	1,00	0,02
Гроші та їх еквіваленти	0,22	10,94	1,00	0,96	1,54	10,72	-9,95	-0,04	0,58	1,32	49,07	0,09	0,96	1,61	6,92
Витрати майбутніх періодів	0,00	0,01	0,01	0,01	0,11	0,01	0,00	0,00	0,10	0,11	4,50	0,89	1,13	12,33	55,50
Інші оборотні активи	11,75	2,65	6,07	8,25	15,48	-9,10	3,42	2,18	7,23	3,72	0,23	2,29	1,36	1,88	1,32
Усього оборотні активи	194,04	174,57	156,87	168,25	210,41	-19,47	-17,70	11,38	42,16	16,37	0,90	0,90	1,07	1,25	1,08
Баланс	199,16	179,35	162,37	175,32	217,51	-19,82	-16,97	12,94	42,20	18,35	0,90	0,91	1,08	1,24	1,09

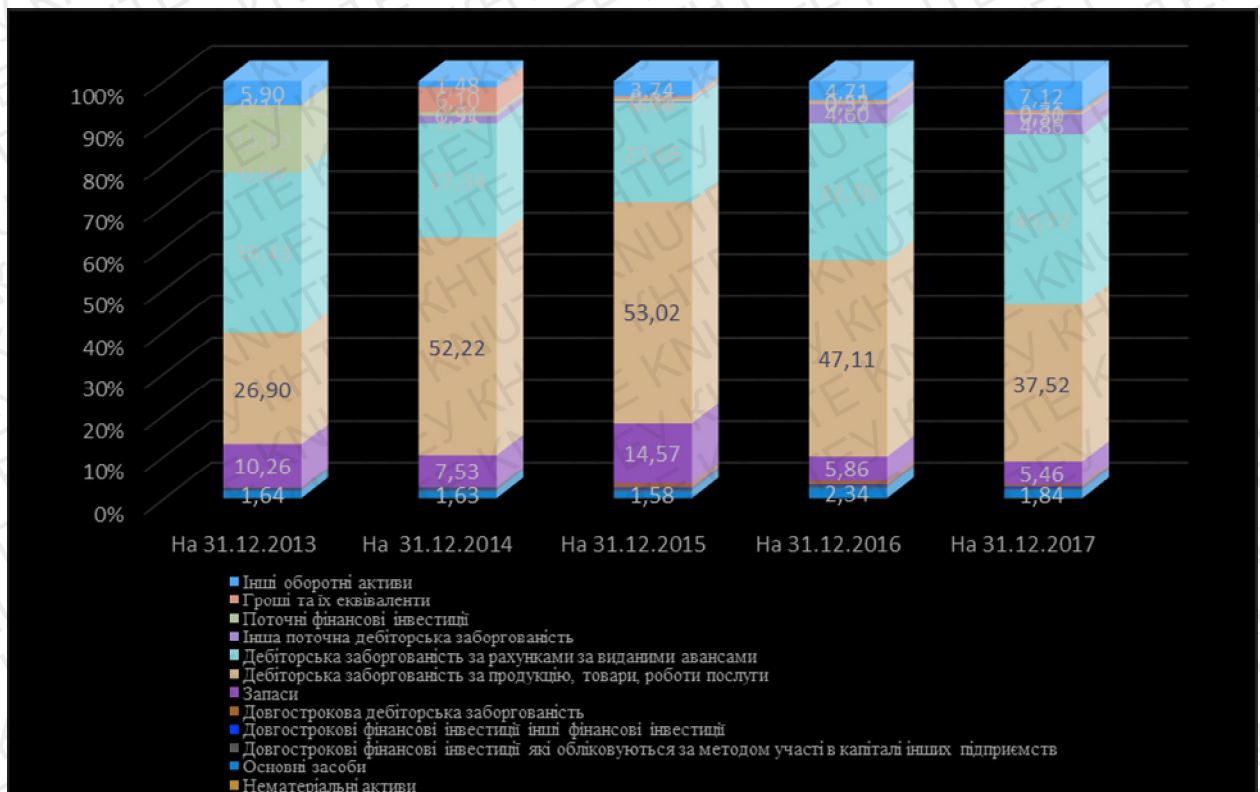
Переважну частину майна ТОВ «Мілстон» складали оборотні активи: їх обсяг на 31.12.2017 р. склав 210,41 тис. грн., що на 8% більше за аналогічний показник на кінець 2013 р. Основною статтею оборотних активів є дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами, обсяг якої за останні 5 років збільшився з 76,54 тис. грн. до 88,58 тис. грн. При цьому у 2014 – 2016 рр. вартість дебіторської заборгованості за авансами не перевищувала 60 тис. грн.

Обсяг дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги також був значним (81,61 тис. грн. на 31.12.2017 р.). При цьому необхідно відзначити, що обсяг дебіторської заборгованості за продукцію мав тенденцію до зменшення протягом останніх 4-х років, хоча навіть за цієї умови показник за 2017 р. на 52% перевищував аналогічний показник на 31.12.2013 р.

Досить значною, порівняно із загальним обсягом майна підприємства, є вартість запасів, яка за останні 5 років зменшилася з 20,43 тис. грн. до 11,88 тис. грн. При цьому обсяг запасів мав непостійну динаміку: так, їх зростання мало місце у 2015 та 2017 рр., тоді як у 2014 та 2016 рр. відбувалося їх зменшення. Досить значним є обсяг інших оборотних активів: на 31.12.2017 р. він склав 15,48 тис. грн., що на 32% більше за показник 2013 р.

Розглядаючи структуру активів, необхідно відзначити, що понад 75% усього майна підприємства складає дебіторська заборгованість (за виданими авансами та за продукцію, товари, роботи, послуги). Частка запасів коливалася від 5,46% до 14,57%, на інші оборотні активи припадало у різні роки від 1,5 до 7,12% майна (рис. 2.1).

Загалом, з огляду на те, що переважна частина статей балансу мала непостійну динаміку, структура активу була неоднаковою протягом останніх 5-ти років. При цьому характерною рисою, притаманною усьому досліджуваному періоду, є переважання у структурі майна дебіторської заборгованості.



**Рис. 2.1. Динаміка структури активіву ТОВ «Мілстон»
у 2013 – 2017 рр., %**

Поряд з аналізом вартості майна підприємства нами було також здійснено оцінку динаміки та структури власного та позикового капіталу, відображену у пасиві балансу. Так, за досліджуваний період відбулося зростання вартості власного капіталу, обумовлене збільшенням обсягів нерозподіленого прибутку з 1,12 тис. грн. до 21,67 тис. грн.

Позиковий капітал підприємства представлений як довгостроковими, так і поточними зобов'язаннями. У структурі довгострокових зобов'язань у 2013 – 2016 рр. переважали відстрочені податкові зобов'язання, тоді як у 2017 р. обсяг інших довгострокових зобов'язань склав 14,38 тис. грн. Поточні зобов'язання і забезпечення були представлені поточною заборгованістю за довгостроковими зобов'язаннями за товари, роботи, послуги (її обсяг за останні 5 років зменшився з 52,96 тис. грн. до 44,75 тис. грн.) та поточною заборгованістю за довгостроковими зобов'язаннями з одержаних авансів (обсяг якої, навпаки, збільшився за останні 5 років з 35,18 тис. грн. до 88,4 тис. грн.).

Таблиця 2.2.

Аналіз динаміка пасивів ТОВ «Мілстон» 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	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Зареєстрований капітал	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Капітал у дооцінках	0,00	0,53	0,53	0,53	0,53	0,53	0,00	0,00	0,00	0,53	-	1,00	1,00	1,00	-
Резервний капітал	0,00	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,00	0,00	0,00	0,18	-	1,00	1,00	1,00	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1,12	11,99	18,97	14,85	21,67	10,87	6,98	-4,12	6,82	20,55	10,73	1,58	0,78	1,46	19,38
Усього власний капітал	31,12	42,70	49,67	45,56	52,38	11,58	6,98	-4,12	6,82	21,26	1,37	1,16	0,92	1,15	1,68
Відстрочені податкові зобов'язання	3,47	7,21	5,52	3,07	1,15	3,74	-1,69	-2,45	-1,93	-2,32	2,08	0,77	0,56	0,37	0,33
Інші довгострокові зобов'язання	0,00	0,00	0,00	0,00	14,38	0,00	0,00	0,00	14,38	14,38	-	-	-	-	-
Довгострокові забезпечення	0,35	0,46	0,43	0,55	0,86	0,12	-0,03	0,11	0,31	0,51	1,33	0,93	1,26	1,57	2,47
Усього довгострокові зобов'язання і забезпечення	3,82	7,67	5,95	3,62	16,39	3,86	-1,72	-2,34	12,77	12,57	2,01	0,78	0,61	4,53	4,30
Короткострокові кредити банків	4,50	1,00	0,00	16,83	0,00	-3,50	-1,00	16,83	-16,83	-4,50	0,22	0,00	-	0,00	0,00
Векселі видані	1,58	1,58	1,48	0,03	0,00	0,00	-0,10	-1,45	-0,03	-1,58	1,00	0,94	0,02	0,00	0,00
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	52,96	77,49	75,67	52,56	44,75	24,53	-1,82	-23,11	-7,81	-8,21	-	0,98	0,69	0,85	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1,17	0,68	1,04	0,40	0,61	-0,48	0,35	-0,64	0,20	-0,56	-	-	0,39	1,51	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	-	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	-	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	35,18	15,17	13,00	43,60	88,40	-20,02	-2,16	30,60	44,80	53,21	0,43	0,86	3,35	2,03	2,51
Інші поточні зобов'язання	68,84	33,06	15,56	12,71	14,98	-35,78	-17,50	-2,85	2,27	-53,86	0,48	0,47	0,82	1,18	0,22
Усього поточні зобов'язання і забезпечення	164,23	128,98	106,75	126,14	148,75	-35,25	-22,23	19,40	22,61	-15,48	0,79	0,83	1,18	1,18	0,91
Баланс	199,16	179,35	162,37	175,32	217,51	-19,81	-16,97	12,94	42,20	18,35	0,90	0,91	1,08	1,24	1,09

У 2013 – 2014 рр. значними були також обсяги інших поточних зобов'язань, хоча у 2015 – 2017 рр. їх вартість не перевищувала 15 тис. грн.

Розглядаючи структуру капіталу, необхідно відзначити, що основу джерел фінансування підприємства складають поточна заборгованість (за товари, роботи, послуги та за одержаними авансами). У 2013 – 2014 рр. значною є також частка інших поточних зобов'язань (рис. 2.2).

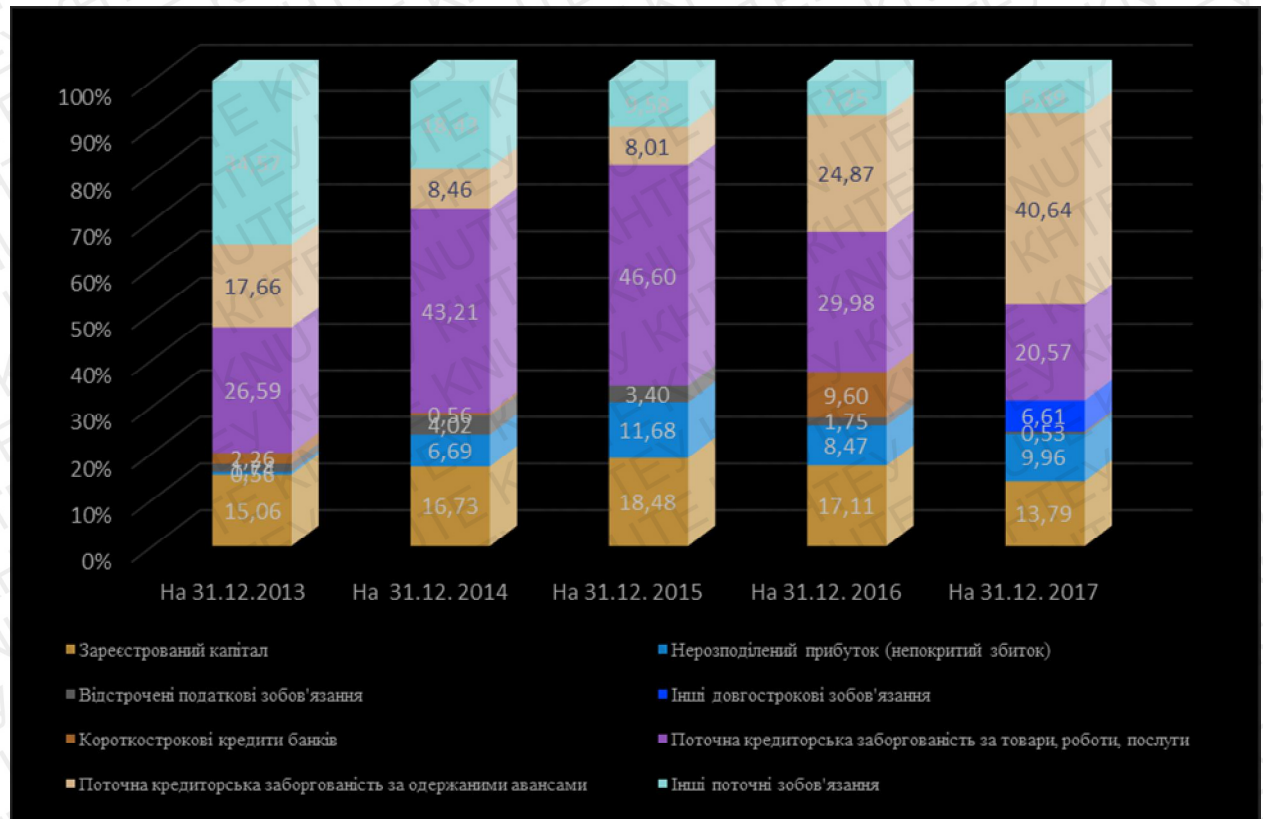


Рис. 2.2. Динаміка структури пасивів ТОВ «Мілстон» у 2013 – 2017 рр., %

Таким чином, аналіз балансу ТОВ «Мілстон» дозволяє зробити висновок, що наразі у структурі майна переважають оборотні активи, фінансування яких здійснюється за рахунок позикових ресурсів. Позитивною є тенденція до зростання частки власного капіталу, хоча його обсяги все-одно є значно меншими порівняно з вартістю позикових коштів.

Аналіз фінансових результатів ТОВ «Мілстон» вказує на те, що протягом останніх років обсяги діяльності підприємства зменшилися (з 361,59 тис. грн. до 244,3 тис. грн.). При цьому у 2014 році було зафіксоване збільшення обсягів діяльності підприємства до 452,54 тис. грн., тоді як у 2015-2016 рр. спостерігалось значне падіння чистого доходу (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

Аналіз динаміки фінансових результатів ТОВ «Мілстон» у 2013 – 2017 рр., тис. грн

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення					Відносне відхилення				
						2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	361,59	452,54	125,18	118,96	244,30	90,95	-327,36	-6,21	125,34	-117,30	1,25	0,28	0,95	2,05	0,68
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	327,59	422,91	111,81	115,23	218,48	95,32	-311,09	3,42	103,25	-109,10	1,29	0,26	1,03	1,90	0,67
Валовий прибуток	34,01	29,63	13,36	3,73	25,81	-4,37	-16,27	-9,64	22,09	-8,19	0,87	0,45	0,28	6,92	0,76
Інші операційні доходи	1,37	0,62	0,36	15,74	0,58	-0,75	-0,27	15,38	-15,16	-0,79	0,46	0,58	43,83	0,04	0,42
Адміністративні витрати	5,30	7,30	5,09	6,45	11,74	2,00	-2,21	1,36	5,29	6,44	1,38	0,70	1,27	1,82	2,21
Витрати на збут	1,72	0,93	0,43	1,32	0,95	-0,79	-0,50	0,89	-0,37	-0,77	0,54	0,46	3,06	0,72	0,55
Інші операційні витрати	2,10	1,84	2,31	15,26	0,93	-0,26	0,47	12,95	-14,33	-1,17	0,88	1,25	6,61	0,06	0,44
Фінансовий результат від операційної діяльності	26,26	20,19	5,89	-3,56	12,77	-6,06	-14,30	-9,46	16,33	-13,48	0,77	0,29	-0,60	-3,58	0,49
Інші фінансові доходи	0,05	0,81	1,43	0,15	0,39	0,76	0,62	-1,28	0,25	0,34	16,16	1,77	0,10	2,69	7,86
Інші доходи	25,65	25,42	0,24	0,01	0,04	-0,23	-25,18	-0,23	0,03	-25,61	0,99	0,01	0,02	7,60	0,00
Фінансові витрати	1,15	0,29	0,14	2,21	2,87	-0,86	-0,15	2,07	0,66	1,72	0,25	0,49	15,79	1,30	2,50
Інші витрати	25,60	25,39	0,18	0,00	1,55	-0,21	-25,21	-0,18	1,55	-24,06	0,99	0,01	0,01	1546,00	0,06
Фінансовий результат до оподаткування	25,20	20,74	7,24	-5,62	8,78	-4,46	-13,51	-12,86	14,41	-16,42	0,82	0,35	-0,78	-1,56	0,35
Чистий фінансовий результат	18,02	16,62	6,97	-4,33	6,82	-1,41	-9,64	-11,30	11,15	-11,20	0,92	0,42	-0,62	-1,58	0,38

Необхідно відзначити, що собівартість реалізованої продукції характеризувалася такими ж тенденціями зміни як і чистий дохід, при цьому обсяг собівартості є близьким до обсягу чистого доходу. З огляду на це, валовий прибуток підприємства за досліджуваний період не перевищував 35 тис. грн.

Інші операційні доходи мали істотний вплив на фінансовий результат підприємства лише у 2016 році, тоді як адміністративні витрати мали місце протягом усього досліджуваного періоду та збільшилися за останні 5 років більш ніж у 2 рази.

Необхідно також відзначити, що інші операційні витрати підприємства за винятком 2016 року також були незначними: лише у 2016 р. їх обсяг склав 15,26 тис. грн., що лише на 480 грн. менше за обсяг інших операційних доходів.

Загалом, за винятком 2016 року досліджуване підприємство було прибутковим, хоча обсяги чистого прибутку зменшилися порівняно з 2013 р. з 18,02 тис. грн. до 6,82 тис. грн. Загалом, необхідно відзначити, що наразі основним завданням підприємства є нарощення обсягів діяльності, оскільки для утримання позицій на ринку необхідними фінансові ресурси, які можуть бути отримані лише за умови збільшення отриманих доходів.

Для оцінки фінансового стану підприємства нами було розраховано показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «Мілстон» (табл. 2.4). Здійснені розрахунки свідчать, що коефіцієнти покриття та швидкої ліквідності були вищими за одиницю протягом 2013 – 2017 рр., тоді як коефіцієнт абсолютної ліквідності був нижчим за 0,2 (що є нормативним значенням для цього показника). Невідповідність коефіцієнта абсолютної ліквідності рекомендованому рівню можна пояснити незначними обсягами грошей та еквівалентів на рахунках підприємства. Чистий оборотний капітал підприємства був додатний протягом усіх 5-ти років, при чому його обсяг мав тенденцію до зростання.

Таблиця 2.4.

Аналіз динаміки показників ліквідності та платоспроможності ТОВ «Мілстон» 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	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Коефіцієнт покриття	1,18	1,35	1,47	1,33	1,41	0,17	0,12	-0,14	0,08	0,23	1,15	1,09	0,91	1,06	1,20
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,06	1,25	1,25	1,25	1,33	0,19	0,00	0,00	0,08	0,28	1,18	1,00	1,00	1,07	1,26
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,19	0,10	0,02	0,01	0,01	-0,10	-0,08	-0,01	0,00	-0,18	0,50	0,21	0,63	1,16	0,08
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	29,81	45,59	50,12	42,11	61,66	15,78	4,53	-8,01	19,55	31,85	1,53	1,10	0,84	1,46	2,07
Коефіцієнт автономії	0,16	0,24	0,31	0,26	0,24	0,08	0,07	-0,05	-0,02	0,08	1,52	1,28	0,85	0,93	1,54
Коефіцієнт фінансування	5,40	3,20	2,27	2,85	3,15	-2,20	-0,93	0,58	0,30	-2,25	0,59	0,71	1,26	1,11	0,58
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,15	0,26	0,32	0,25	0,29	0,11	0,06	-0,07	0,04	0,14	1,70	1,22	0,78	1,17	1,91
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,96	1,07	1,01	0,92	1,18	0,11	-0,06	-0,08	0,25	0,22	1,11	0,95	0,92	1,27	1,23

Коефіцієнт автономії, що характеризує рівень залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, збільшився за останні роки з 0,16 до 0,24, хоча навіть попри це він був значно нижчим за 0,5, і найвищим значенням характеризувався у 2015 р. (0,31).

Коефіцієнт фінансування, що демонструє співвідношення позикового та власного капіталу, вказує на те, що позикові кошти підприємства нині перевищують власний капітал більш ніж у 3 рази, хоча за останні 5 років зазначений коефіцієнт знизився на 42%.

Коефіцієнти забезпечення власними оборотними засобами та маневреності власного капіталу, з огляду на позитивну динаміку чистого оборотного капіталу, за останні 5 років збільшилися, що вказує на незначне покращення фінансового стану.

Попри те, що показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «Мілстон» покращилися, за останні 5 років відбулося погіршення показників ділової активності, пов'язане, в першу чергу, зі зменшенням обсягів діяльності (табл. 2.5). Тенденцію до зменшення мали усі розраховані нами показники, що вказує на те, що зміна обсягів майна та капіталу підприємства не відповідає тенденціям зміни чистого доходу. Аналізуючи показники рентабельності, необхідно відзначити, що за останні роки відбулося зменшення усіх коефіцієнтів рентабельності, хоча у 2017 році відбулося їх зростання порівняно з 2016 р. Негативним є те, що коефіцієнт рентабельності діяльності, який розраховується як співвідношення чистого фінансового результату та чистого доходу, не перевищував 6%, що свідчить про те, що на 1 грн. доходу припадає лише 6% прибутків підприємства.

У цілому, здійснений аналіз вказує на те, що ТОВ «Мілстон» має незначні обсяги діяльності, тобто орієнтується лише на задоволення потреб декількох постійних клієнтів. З огляду на складну економічну ситуацію в країні, попит на товари, які пропонує підприємство, істотно зменшився, що відобразилося на результатах господарської діяльності. Окрім цього, оскільки підприємство імпортує продукцію і не може встановити на внутрішньому ринку ціни, що значно перевищують закупівельні, рентабельність також є низькою.

Таблиця 2.5.

Аналіз динаміки показників ділової активності та рентабельності ТОВ «Мілстон» у 2013 – 2017 рр.

Показник	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
					2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Коефіцієнт оборотності активів	2,39	0,73	0,7	1,24	-1,66	-0,03	0,54	-1,15	0,31	0,96	1,77	0,52
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	4,87	1,35	1,27	2,12	-3,52	-0,08	0,85	-2,75	0,28	0,94	1,67	0,44
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	3,28	0,92	0,87	1,49	-2,36	-0,05	0,62	-1,79	0,28	0,95	1,71	0,45
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	24,93	6,02	6,79	19,72	-18,91	0,77	12,93	-5,21	0,24	1,13	2,90	0,79
Коефіцієнт оборотності основних засобів	87,84	25,4	20,83	35,49	-62,44	-4,57	14,66	-52,35	0,29	0,82	1,70	0,40
Коефіцієнт рентабельності активів	0,09	0,04	-0,02	0,04	-0,05	-0,06	0,06	-0,05	0,42	-0,62	-1,58	0,41
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,45	0,19	-0,12	0,18	-0,26	-0,31	0,30	-0,27	0,42	-0,62	-1,58	0,41
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,05	0,06	-0,05	0,04	0,01	-0,11	0,08	-0,01	1,26	-0,82	-0,76	0,78

До проблем підприємства можна також віднести високий рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування – обсяг позикових коштів більш ніж у 3 рази перевищує власний капітал. На наш погляд, саме над усуненням окреслених проблем має працювати ТОВ «Мілстон».

2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства

ТОВ «Мілстон» здійснює оптову торгівлю упаковкою з картону, кашированого мікрогофрокартону та гофрокартону.

Для більш повної характеристики роботи підприємства в галузі імпорту його обсяги за звітний рік порівнюються з обсягами попереднього року. Метою такого дослідження є вивчення кількісних та якісних змін, яке необхідне, щоб встановити, які зміни відбулися у товарній структурі імпорту.

Представимо результати в табл. 2.6

Таблиця 2.6

Аналіз динаміки імпорту продукції ТОВ «Мілстон» у 2013 – 2017 рр.

Назва показника	За рік					Абсолютне відхилення, тис. грн.		Темп приросту, %	
	2013	2014	2015	2016	2017	2017/2016	2017/2013	2017/2016	2017/2013
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	361,59	452,54	125,18	118,96	244,3	125,3	-117,3	105,4	-48,7
Чистий дохід від імпорту продукції, тис. грн.	245,9	325,8	76,4	69,0	180,8	111,8	-65,1	162,0	-38,2
Частка імпорту у загальному обсязі доходів, %	68	72	61	58	74	16,0	6,0	-	-

Джерело: укладено і розраховано автором на основі даних

Отже, з таблиці бачимо, що частка чистого доходу від імпорту продукції у 2017 році збільшилася на 111,8 тис. грн., або на 62,0%, у порівнянні із 2016 році.

Співвідношення виручки від імпорту продукції та чистого доходу

можна також показати у вигляді діаграми (рис. 2.3)

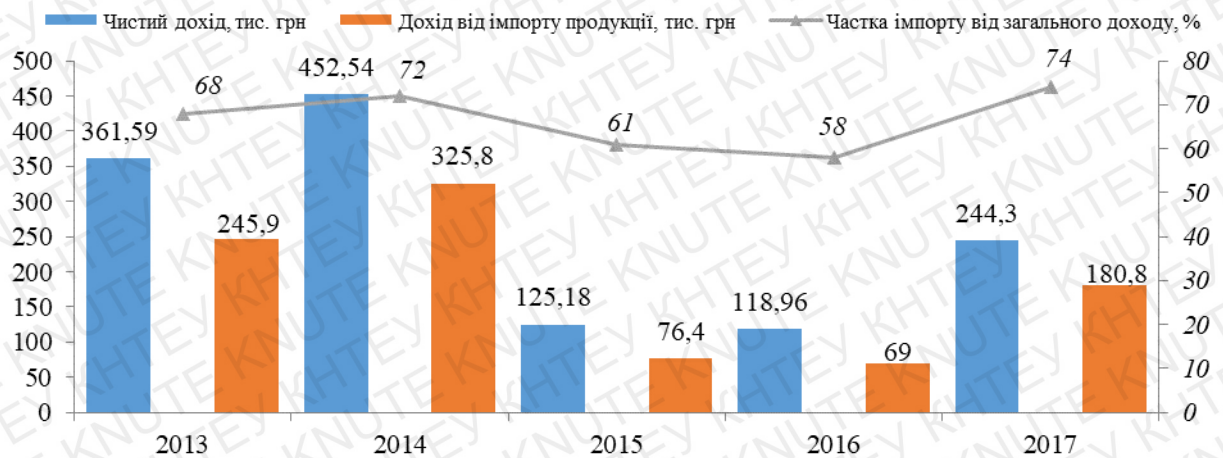


Рис. 2.3. Динаміка співвідношення чистого доходу від реалізації продукції та чистого доходу від імпорту продукції ТОВ «Мілстон»

Джерело: складено за даними підприємства.

Як бачимо, загальна сума імпорту значно зросла у 2017 р. до показника 180,8 тис. грн, що аж на 111,8 тис. грн більше, ніж відповідний показник 2016 р. У відсотковій частці імпорт в загальній сумі реалізованої продукції з 68 % до 74%.

Проведемо аналіз товарної структури імпорту продукції ТОВ «Мілстон» (табл.2.7).

Таблиця 2.7

Аналіз динаміки товарного асортименту, що імпортується ТОВ «Мілстон» за 2013-2017 роки, тис. грн.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	Відношення 2017/2013, %
Упаковка з картону	118,0	136,8	29,8	31,1	88,6	75,1
Упаковка кашированого мікрогофрокартону	51,6	61,9	17,6	11,7	39,8	77,0
Упаковка з гофрокартону	63,9	94,5	23,7	21,4	47,0	73,5
Інша продукція	12,3	32,6	5,3	4,8	5,4	44,1
Всього	245,9	325,8	76,4	69	180,8	73,5

Джерело: укладено і розраховано автором на основі даних

Зазначимо, що динаміка імпорту продукції за період дослідження є більш стабільною, за останній рік спостерігається його зростання, що видно з рис. 2.4.

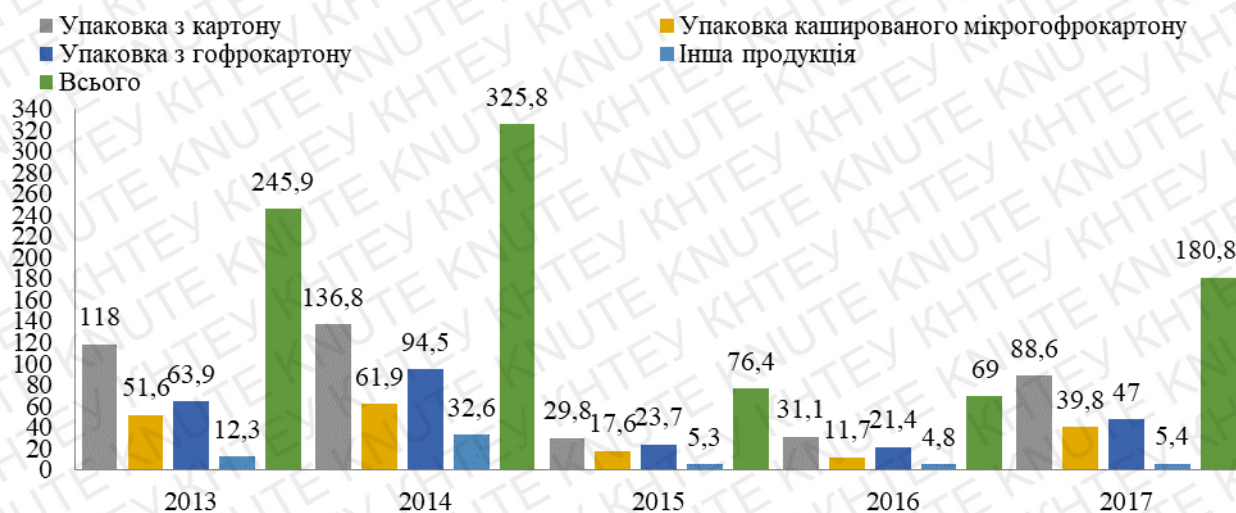


Рис. 2.4. Динаміка обсягу імпорту продукції ТОВ «Мілстон» у 2013-2017 рр., тис. грн.

Джерело: складено за даними підприємства.

Проведемо аналіз географічної структури імпорту продукції (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Динаміка географічних напрямів імпорту виробничого підприємства ТОВ «Мілстон», тис. грн.

Країна	Імпорт з країн-партнерів				
	2013	2014	2015	2016	2017
Білорусія	59,0	84,7	22,9	20,0	34,4
Китай	113,1	123,8	32,1	31,7	88,6
Польща	51,6	74,9	16,0	13,1	39,8
Інші країни	22,1	42,4	5,3	4,1	18,1
Всього	245,9	325,8	76,4	69	180,8

Джерело: укладено і розраховано автором на основі даних

Підприємство найбільше імпортує продукції із Китаю. Станом на 2017 рік питома вага імпорту продукції із Китаю у загальному підсумку становить більше 49%..

Таким чином, провівши аналіз динаміки та структури імпорتنних операцій, можна зазначити, що підприємство є активним учасником зовнішньоекономічних відносин.

Динаміка змін у географічних напрямках імпорту ТОВ «Мілстон» зображено на рис. 2.5.

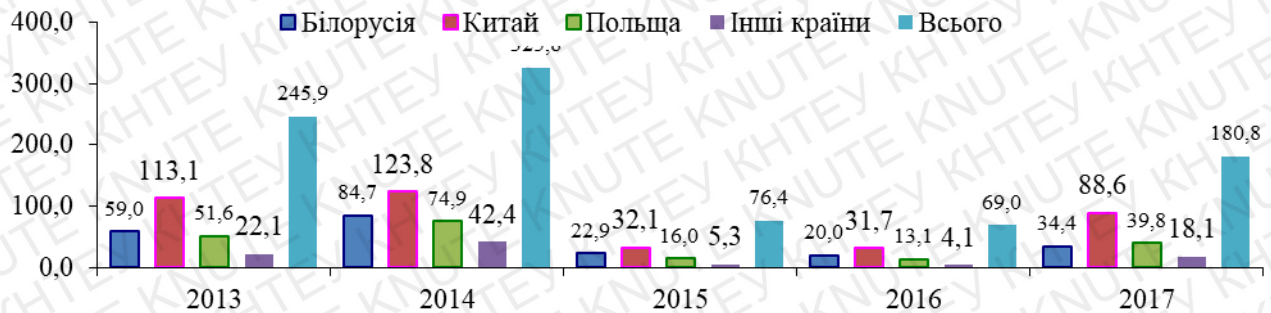


Рис. 2.5 Динаміка географічних напрямів обсягу імпорту продукції ТОВ «Мілстон» у 2013-2017 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі таблиці 2.8

Проаналізуємо ефективність імпорту досліджуваного підприємства у табл.2.9.

Таблиця 2.9

**Динаміка ефективності імпорту ТОВ «Мілстон»
за 2013-2017рр., тис. грн**

Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Виручка від імпорту	245,9	325,8	76,4	69	180,8
Закупівельна вартість товару при імпорті	117,2	177,3	47,1	39,9	86,3
Сума ПДВ	23,4	35,5	9,4	8,0	17,3
Витрати пов'язані з перевезенням	37,5	56,7	15,1	12,8	27,6
Витрати пов'язані з митним оформленням вантажу	9,7	19,1	2,9	2,5	6,7
Повна собівартість імпорту	187,8	288,6	74,5	63,2	137,9
Прибуток від імпорту	58,1	37,2	1,9	5,8	42,9
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,3	1,1	1,0	1,1	1,3
Рентабельність, %	30,9	12,9	2,4	9,2	31,1

Джерело: укладено і розраховано автором на основі даних про імпортну діяльність підприємства

Ефективність імпорту має вкрай високих показників, однак в цілому показник рентабельності імпорту коливається від 30,9 в 2013 році, до 12,9 % в 2014 році, 2,4% в 2015 році проте вже в 2016 році цей показник зріс до 9,2%

а вже в 2017 році показник перебільшив показник 2013 року сягнувши 31,1%, що свідчить про нарощування стабільності зовнішньоекономічної діяльності та орієнтованість на домовленості із покупцями.

У 2017 році коефіцієнт ефективності імпорту становить 1,3, а показник рентабельності імпорту складає 31,1%.

Оскільки імпорт продукції здійснюється під потреби підприємства у певному виді продукції, що в подальшому продається відповідно до замовлень покупців, то показник є також нерівномірним, що візуально зображено в рисунку 2.6.

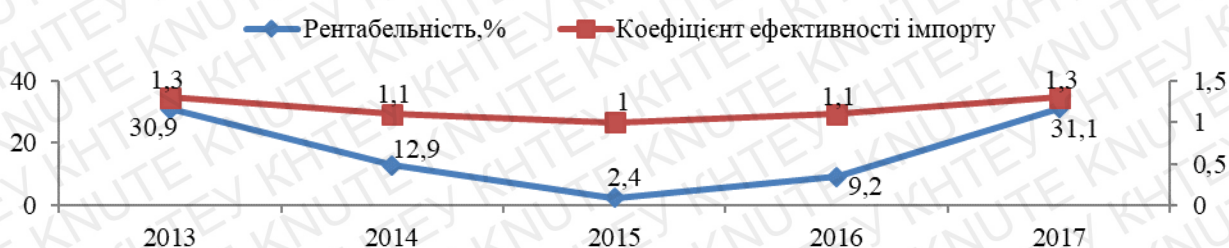


Рис.2.6. Динаміка показників ефективності імпорту ТОВ «Мілстон» за 2013-2017рр

Джерело: укладено на основі даних таблиці 2.9

Проведемо більш детальний аналіз товарної структури імпорту досліджуваного підприємства у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

**Аналіз ефективності товарних груп імпорту
ТОВ «Мілстон» за 2013-2017рр**

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Упаковка з картону					
Чистий дохід, тис.грн.	118,0	136,8	29,8	31,1	88,6
Витрати, тис.грн.	97,4	110,4	29,4	24,8	74,5
Прибуток, тис.грн.	20,7	26,4	0,4	6,3	14,1
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,2	1,2	1,0	1,3	1,2
Рентабельність, %	21,2	23,9	1,4	25,3	18,9
Упаковка кашированого мікрогофрокартону					
Чистий дохід, тис.грн.	51,6	61,9	17,6	11,7	39,8
Витрати, тис.грн.	45,0	52,8	15,0	10,6	33,4
Прибуток, тис.грн.	6,6	9,1	2,6	1,1	6,3
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,1	1,2	1,2	1,1	1,2
Рентабельність, %	14,8	17,3	17,3	10,3	18,9
Упаковка з гофрокартону					
Чистий дохід, тис.грн.	63,9	94,5	23,7	21,4	47,0
Витрати, тис.грн.	58,0	86,3	20,5	17,4	37,7

Прибуток, тис.грн.	5,9	8,1	3,1	4,0	9,3
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2
Рентабельність, %	10,2	9,4	15,3	22,9	24,5
Інша продукція					
Чистий дохід, тис.грн.	12,3	32,6	5,3	4,8	5,4
Витрати, тис.грн.	10,4	31,0	4,7	4,1	4,7
Прибуток, тис.грн.	1,9	1,6	0,6	0,8	0,7
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,2	1,1	1,1	1,2	1,2
Рентабельність, %	18,8	5,0	12,9	18,6	15,4

Джерело: укладено та розраховано на основі даних підприємства

Картонна упаковка імпортована у 2017 році у розмірі 88,6 тис.грн. Коефіцієнт ефективності імпорту за цей рік становить 1,2, а показник рентабельності становить 18,9 %.

Упаковка кашированого мікрогофрокартону імпортована у 2017 році у розмірі 39,8 тис. грн. Коефіцієнт ефективності імпорту за цей рік становить 1,2, а показник рентабельності становить 18,9 %.

Упаковка з гофрокартону імпортоване у 2017 році у розмірі 47,0 тис. грн. Коефіцієнт ефективності імпорту за цей рік становить 1,2, а показник рентабельності становить 24,5 %.

Інша продукція імпортована у 2017 році у розмірі 5,4 тис. грн. Коефіцієнт ефективності імпорту за цей рік становить 1,2, а показник рентабельності становить 15,4%.

Отже, аналізуючи ефективність зовнішньоекономічної діяльності слід зазначити, що вона є стабільною, що свідчить про те, що підприємство налагодило співпрацю з країнами на основі попередніх домовленостей із замовниками. За результатами діяльності протягом 5-ти років виявлені більш рентабельні та менш рентабельні роки, однак в цілому за даними останнього року показники ефективності є високими по всіх товарних групах та по всіх країнах, що свідчить про високий рівень організації зовнішньоекономічної діяльності.

2. 3. Оцінка організації та планування імпорتنних операцій на ТОВ «Мілстон»

Організація і планування діяльності любого підприємства, у тому числі і такого, що займається зовнішньоекономічною діяльністю, є складовою

системи управління, яка включає в себе планування, організацію та контроль, а також ряд інших операцій. В повній мірі це стосується і системи управління ТОВ «Мілстон»

Визначимо сутність кожного етапу управління операцій з імпорту ТОВ «Мілстон» та відповідальних осіб (рис.2.7).

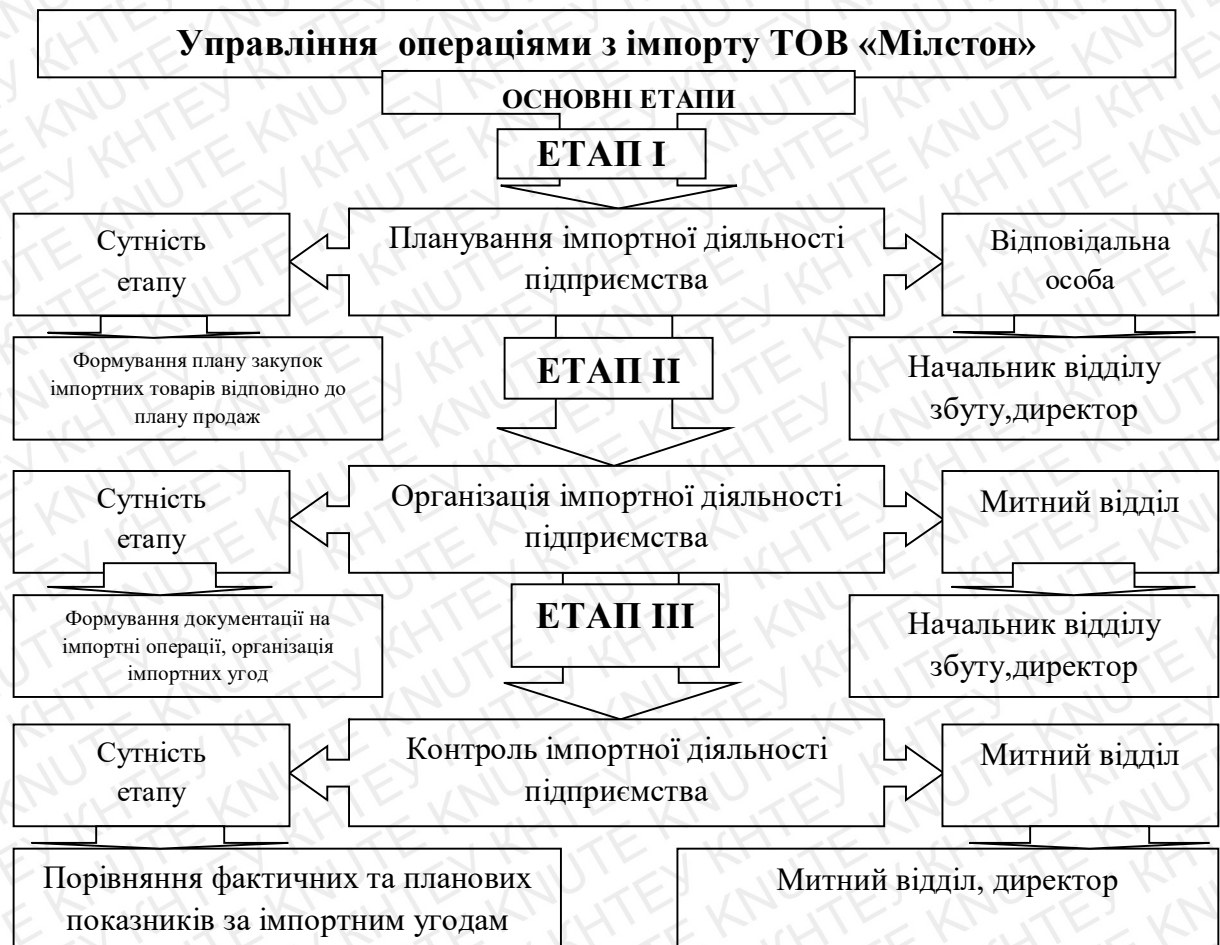


Рис. 2.7. Алгоритм забезпечення управління операціями з імпорту ТОВ «Мілстон»

Джерело: сформовано автором на основі [22]

Організацією зовнішньоекономічних операцій на підприємстві займаються фахівці з різних відділів: маркетингу, збуту та інших, що, на нашу думку, знижує її ефективність. В перспективі доцільно створити відділ зовнішньоекономічної діяльності, до якого залучити фахівців з інших відділів, що не збільшить загальну чисельність працівників на підприємстві.

На сьогоднішній день, щодо організації ЗЕД, на підприємстві лише зарегламентований порядок оформлення імпорتنих угод.

Організація імпортової діяльності підприємства ТОВ «Мілстон» передбачає укладання договорів на імпорт товарів, організацію продажів імпортованого товару. Контроль передбачає ефективне управління кожним етапом здійснення імпортової діяльності.

Імпорт картону, каширного картону та гофрокартону ТОВ «Мілстон» є пріоритетним напрямком діяльності на сучасному етапі розвитку підприємства. Серед факторів, що впливають на імпорт картону, каширного картону та гофрокартону ТОВ «Мілстон» можна виділити наступні:

1. Незалежні фактори:
 - кон'юнктура ринку;
 - форс-мажорні обставини;
2. Фактори, що залежать від виробника:
 - цінова політика (дієвість закону попиту і пропозиції);
 - репутація (рекламації до продукції, антидемпінгові розслідування);
 - пошук і вибір трейдерів;
 - підвищення престижу підприємства (участь у міжнародних торгових організаціях, конференціях, поширення позитивної інформації у бізнес-світі).

Розглянемо на прикладі процес організації імпортової операції на ТОВ «Мілстон». Так, планується реалізувати каширного картону і гофрокартону.

Визначимо найоптимальніші умови поставки. На нашу думку, оптимальнішим є вибір умови поставки DAP, при цьому ТОВ «Мілстон», як покупець, не несе витрати щодо сплатимита, податків та інших офіційних зборів, це є вигідними умовами для підприємства, що дозволяє заощадити кошти.

В табл. 2.11 показано визначення митної вартості товару при імпорті продукції.

Отже, у табл. 2.11 визначено митну вартість товару при імпорті продукції (на прикладі каширного мікрогофрокартону) при умовах DAP Київ. Вона склала 267900,75 грн або 9585USD за одиницю продукції.

Таблиця 2.11

Розрахунок митної вартості товару при імпорті продукції (на прикладі каширного мікрогофрокартону)

Назва показника		Значення
1		2
Базисна умова поставки товару Інкотермс		DAP Київ
А. Підстава для розрахунку	1(а). Ціна угоди в іноземній валюті (кошти, що фактично сплачені або підлягають сплаті продавцеві)	8485
	Валюта платежу	USD
	Курс перерахунку	27,95
	Ціна угоди, гривень	$8485 \cdot 27,95 = 237155,75$
	1(б). Непрямі платежі, гривень	-
	2. УСЬОГО "А", гривень	237155,75
Б. Додаткові нарахування до ціни угоди, що не	3. Витрати покупця на оплату: а) комісійних та інших посередницьких послуг (за винятком комісійних за закупівлю товару)	-
	б) контейнерів, тари та пакування	-
включені до розділу "А"* і підлягають включенню до митної вартості, гривень	4. Вартість товарів і послуг, наданих покупцем безоплатно або за зниженими цінами для використання їх під час виробництва та продажу на експорт товарів, що ввозяться	-
	5. Ліцензійні та подібні платежі за використання об'єктів інтелектуальної власності	-
	6. Частина доходу покупця від будь-якого наступного перепродажу, передачі або використання товарів, що оцінюються, на території України, яка підлягає поверненню продавцеві	-
	7. Витрати на доставку до (місце доставки)	7950
	у тому числі на:	
	а) транспортування	$650 \cdot 27,95 = 18167,5$
	б) навантаження, розвантаження, обробку	$350 \cdot 27,95 = 9782,5$
	8. Витрати на страхування	$100 \cdot 27,95 = 2795$
	9. УСЬОГО "Б"	30745
	10. Витрати на монтаж, складення,	-

В. Списання сум, включених до розділу "А", гривень*	накладження обладнання або подання технічної допомоги після ввезення	
	11. Витрати на доставку з пункту пропуску на кордоні до місця призначення, у тому числі на:	-
	а) транспортування	-
	б) навантаження, розвантаження, обробку	-
	12. Мито, податки та збори, що сплачуються під час ввезення або продажу товарів	-
	13. УСЬОГО "В"	-
14. Заявлена митна вартість:		237155,75 +
а) у гривнях		30745=267900,75
б) в іноземній валюті		267900,75/27,95=9585USD

Основною функцією управління ЗЕД являється планування. Підприємство, яке не вміє планувати чи не вважає потрібним це робити, навряд чи може досягнути серйозних успіхів в своєму розвитку.

Весь процес планування ЗЕД можна умовно поділити на дві стадії:

1. Розробка стратегії ЗЕД;
2. Визначення тактики здійснення виробленої стратегії.

Стратегія виробничого підприємства - це сукупність головної мети і основних способів досягнення накресленої мети. Інакше кажучи, розробка стратегії підприємства означає визначення загальних напрямків його розвитку. Розробка стратегії ЗЕД означає визначення основних напрямків діяльності фірми в міжнародній сфері, на світовому ринку. Вона визначає принципи здійснення експортно-імпортних операцій з урахуванням чинного в країні та за її межами законодавства. Основу імпортової стратегії (стратегії імпорту) становить дослідження цін і якості товарів, що поставляються, строки та якість обслуговування, визначення технологічного рівня імпортованих товарів і ін.

Важливо підкреслити, що стратегічні плани розвитку ЗЕД повинні бути інтегровані в загальну стратегію розвитку підприємства в цілому.

Будь-яка компанія, розробляючи стратегію імпорту, орієнтується на специфіку вирішення конкретних завдань, що стоять перед нею, фактори середовища країни розташування і національної належності капіталу, особливості виробничо-промислової діяльності, обрану тактику ринкової конкуренції, терміни перебування на тому чи іншому ринку і т.п.

Стратегія передбачає розробку довгострокових цілей, установок і орієнтирів, принципово нових напрямів. Вона охоплює такі основні елементи, як корпоративна місія, конкурентна перевага, організація бізнесу, ринки, ресурси, структурні зміни, програми розвитку та компетентність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Окреслимо основні складові стратегічного планування імпортової діяльності підприємства.

1. Визначення географічних границь ринку.

Конкурентні переваги тісно зв'язані з конкретними географічними ринками. Їхнє правильне визначення є необхідною умовою коректності наступних процедур пошуку. При виборі географії імпорту на підприємстві враховується ряд факторів: розташування виробників та роздрібною мережі, транспортування товарів тощо. Географічні границі ринку розширюються зі збільшенням ступеня унікальності товару. З іншого боку, вони звужуються за умов слабких та дорогих комунікацій, невеликого терміну експлуатації й високого ступеня уніфікації товару.

2. Формування списку конкурентів.

Для вивчення конкуренції на виділеному географічному ринку необхідно визначити, які саме підприємства-конкуренти найбільше перешкоджають реалізації мети аналізованого підприємства.

Вибір найближчих конкурентів. У список входять конкуренти, що реалізують аналогічну продукцію, обсяг реалізації яких у натуральному і вартісному вираженні найближчі до відповідного значення розглянутого підприємства.

Вибір більш могутніх конкурентів. Вибираються підприємства більш могутні у фінансовому відношенні, ринкова частка яких вища. Звичайно, це підприємства, що визначають характер конкурентної боротьби і мають явні конкурентні переваги.

Вибір підприємств, що володіють значною сумарною часткою на ринку. Як правило, це частина підприємств (сумарна частка ринку > 50%),

що визначають основні тенденції і традиції даного товарного ринку. Аналіз на основі такої бази більш повний і трудомісткий.

Вибір усіх діючих конкурентів у рамках географічних меж ринку дає можливість провести системний аналіз конкуренції в галузі за рахунок повноти складу розглянутих об'єктів. Результати аналізу можуть використовуватися для визначення стратегічних конкурентних переваг.

Вибір усіх можливих конкурентів. Крім діючих підприємств у цю групу ходять і потенційні конкуренти, що можуть у найближчій перспективі з'явиться на аналізованому ринку.

3. Діагностика цілей і намірів конкурентів.

Знання цілей і намірів конкурентів дозволяє визначити ступінь їхньої задоволеності поточною позицією на ринку, а також передбачати можливі дії щодо зміни існуючого розміщення сил. Це дає можливість окреслити напрямки зміни сформованої конкурентної ситуації, що також сприяє локалізації напрямків пошуку. Найперше необхідно уточнити, у чому полягає основна мета конкурентів.

Чи має намір конкурент бути лідером на ринку (по собівартості продукції, технології, цінах) чи прагне впливати за лідером? Чи є підприємства, що прагнуть імітувати діяльність конкурента?

Чи має він традиції в реалізації яких-небудь цілей щодо якості, дизайну продукції, системи реалізації послуг, цінової політики? Чи є історична прихильність до визначених географічних районів і типів покупців? У чому складається позиція конкурента щодо ризику у фінансовій сфері? Які темпи зростання доходів у чому вони забезпечені? Яка структура управління підприємством і як вона сприяє реалізації таких ключових рішень, як акумулювання ресурсів, ціноутворення, зміна номенклатури продукції, що випускається?

4. Оцінка ємності ринку.

Реальна ємність ринку – це прогнозований обсяг продажу аналізованого товару. Для прогнозування використовують різні методики,

але, в основному, це задача маркетингового відділу, який збирає статистичну інформацію про попит на продукцію, аналізує її та визначає обсяг продукції, що може реалізувати підприємство на даному ринку.

5. Розрахунок ринкових часток та

На цьому етапі визначається, яку ринкову частку має підприємство, а яка частка належить конкурентам.

6. Факторний аналіз ринкових часток.

На цьому етапі необхідно визначити, які фактори впливають на розмір ринкової частки. Так, потрібно аналізувати такі фактори:

- вплив реалізації продукції;
- вплив активності сегментів ринку;
- вплив асортиментно-цінової політики;
- вплив переваг споживачів.

7. Оцінка інтенсивності конкуренції.

Оцінка рівня інтенсивності конкуренції на досліджуваному ринку спрямована на оцінку ступеня протидії конкурентів у боротьбі за ринкові ніші.

8. Порівняльний аналіз прийомів та методів товарної політики.

Початковим етапом аналізу може служити визначення відносин споживачів до існуючої товарної пропозиції. Оскільки найбільший інтерес представляють групи споживачів, що користаються як продукцією конкурентів, так і виробами, що випускаються підприємством, щодо яких ведеться аналіз, основним результатом аналізу повинні бути відповіді на питання:

- Наскільки перетинаються сегменти споживачів, що користаються продукцією конкурентів?
- Які переваги споживачів щодо даної продукції і на чому вони ґрунтуються?
- Яким чином можна збільшити кількість постійних споживачів продукції за рахунок конкурентів?

Отримана попередня інформація допоможе оцінити позицію споживачів щодо товарної пропозиції і більш обґрунтовано перейти до пошуку конкретних причин, що формують цю позицію.

9. Співставлення цінової політики.

Одним із найбільш складних та важко передбачуваних елементів активності конкурентів є їх цінова політика. Прогноз тут майже неможливий, але все-таки необхідно узагальнити практику зміни цін:

- проаналізувати динаміку цін;
- провести оцінку еластичності попиту за ціною;
- методи контролю ціни

Проведений аналіз планової діяльності ТОВ «Мілстон» засвідчив, що на підприємстві в даний час практично не використовуються елементи стратегічного планування. Це в певній мірі можна пояснити невеликим обсягів імпорتنих операцій, а також нетривалим терміном функціонування підприємства.

В перспективі необхідно використовувати основні елементи стратегічного планування, які повинні відповідати ряду обов'язкових вимог для успішного функціонування підприємства на зовнішніх ринках:

- володіння ефективними важелями впливу на процес розвитку ЗЕД підприємства;
- враховування максимальної кількості можливих факторів визначальних процес розвитку ЗЕД підприємства;
- враховування і оцінювання максимальної кількості можливих ризиків у ЗЕД підприємства.

Потребує вдосконалення і система організації імпорتنих операцій, що, насамперед, потребує вдосконалення організації збутової мережі та використовуваних засобів стимулювання попиту.

На цьому етапі необхідно проаналізувати:

- ієрархію побудови збутової мережі, наскільки вона розвинена, чи виробники є і оптовими, і роздрібними продавцями;

- оцінка витрат на збут (упаковка, сортування, зберігання, доставка та ін.);
- стратегія поставки готової продукції до реалізаційної мережі (фіксовані розміри замовлення, фіксований інтервал поставки чи ін.);
- визначення засобів стимулювання реалізації (реклама, імідж, проведення акцій).

Це буде забезпечувати фінансову стабільність підприємства, а також здатність ефективно реагувати на дестабілізаційні дії конкурентів. Все повинно стати необхідною процедурою на підприємстві та має носити постійний характер.

Необхідно постійно мати інформацію про:

- платоспроможність підприємства (показники абсолютної та повної ліквідності, коефіцієнт покриття);
- фінансову стійкість (коефіцієнти фінансової залежності, фінансового ризику, маневреності власного капіталу);
- рентабельність (рентабельність капіталу, рентабельність власного капіталу, рентабельність продажу).

Висновки до розділу 2

Об'єктом дослідження в роботі виступає суб'єкт малого підприємництва ТОВ «Мілстон».

Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Мілстон» показав, що на 31.12.2017 р. вартість майна в розпорядженні підприємства становила 1581,4 тис. грн., тобто за звітний період майно підприємства збільшилось на 534,4 тис. грн. за рахунок збільшення дебіторської заборгованості. Основним джерелом формування активів є поточні зобов'язання, які становили на кінець 2017 року 88,5% пасивів і зросли на 427,9 тис. грн., причому в структурі поточних зобов'язань майже 100% припадає на кредиторську заборгованість.

У 2015 році ТОВ «Мілстон» отримало чистий дохід від реалізації продукції у розмірі 14125,3 тис. грн., що вище за показник 2014 року на 3705,4 тис. грн. Чистий прибуток ТОВ «Мілстон» зростає і на кінець 2016 року становить 112,8 тис. грн. Показники ліквідності менші від нормативних значень, показники ділової активності підприємства у 2016 році погіршилися.

ТОВ «Мілстон» здійснює оптову торгівлю високоякісної упаковки з гофрокартону та картону. Найбільша частка імпорту припадає на Польщу, з інших країн товари імпортуються значно меншими обсягами. Проте у 2016 році обсяги імпорту з Польщі зменшуються, через зростання обсягу імпорту з інших країн: у 2016 році доля закупок з інших країн підвищилась на 1,3% і склала 15%.

Аналіз конкретної імпоротної операції показав, що імпорт є ефективним, оскільки загальна економічна ефективність даної імпоротної поставки склала 1,24 або 24%.

Система управління операціями з імпорту ТОВ «Мілстон» включає наступні етапи: планування імпоротної діяльності підприємства; організація імпоротної діяльності підприємства; контроль імпоротної діяльності підприємства.

Організація імпоротної діяльності підприємства ТОВ «Мілстон» передбачає укладання договорів на імпорт товарів, організацію продаж імпортованого товару. Контроль передбачає ефективне управління кожним етапом здійснення імпоротної діяльності.

Аналіз показав, що організація і планування імпоротної діяльності на підприємстві потребує удосконалення.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЛАНУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «МІЛСТОН»

3.1. Напрями удосконалення організації операцій з імпорту

Враховуючи те, що ТОВ «Мілстон» здійснює не поодинокі зовнішньоторговельні операції з разовою або періодичною поставкою, а підтримує міцні зовнішньоекономічні зв'язки з метою довгострокового систематичної співпраці, доцільно створити відділ ЗЕД. Дана форма організації ЗЕД створюється в структурі управління підприємством при постійному характері експортних та імпорتنих операцій, націленості на їх розширення.

Основною функцією організації ЗЕД є поглиблення торговельних відносин з іноземними партнерами. Відповідно до цього можна визначити завдання відділу ЗЕД:

- 1) планування, організація та безпосереднє здійснення зовнішньоекономічних угод;
- 2) нарощування обсягів імпорту, вдосконалення його товарної та регіональної структури;
- 3) підвищення ефективності імпорتنих закупівель;
- 4) вивчення та аналіз кон'юнктури світового ринку відповідної продукції;
- 5) розробка пропозицій щодо вдосконалення зовнішньоекономічних операцій;
- 6) систематичне вивчення діяльності найважливіших вітчизняних і зарубіжних конкурентів, аналіз їх сильних і слабких сторін; участь у розробці цінової стратегії і політики підприємства;
- 7) контроль виконання зобов'язань за укладеними контрактами: контроль організації відвантаження, страхування, митного очищення та транспортування товарів;
- 8) контроль платіжно-розрахункових операцій, аналіз рекламаций; аналіз ефективності зовнішньоекономічних операцій ТОВ «Мілстон» ;
- 9) організація та участь в переговорах із зарубіжними партнерами;
- 10) підготовка до участі у міжнародних виставках, ярмарках.

Відділ ЗЕД ТОВ «Мілстон» матиме штат співробітників, що раніше працювали на підприємстві (загальна кількість працівників при цьому не збільшиться) і лінійну структуру управління (рис. 3.1):



Рис.3.1. Схема рекомендованої організаційної структури відділу ЗЕД

Джерело: сформовано автором

Зі схеми видно, що всі фахівці взаємопов'язані і можуть безперешкодно здійснювати спільну діяльність, кінцевою метою якої є оптимізація і вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Мілстон».

Таким чином, всі співробітники відділу будуть концентрувати свою діяльність навколо ЗЕД підприємства, і вирішувати питання, що безпосередньо стосуються взаємин з зовнішньоторговельними партнерами. Створення відділу ЗЕД сприятиме формуванню інформаційного банку даних потенційних партнерів, розробляти маркетингові стратегії на зовнішньому ринку, попередньо вивчивши стан попиту і пропозиції на цих ринках, вивчити діяльність найбільш перспективних постачальників продукції, налагодити з ними ділові контакти в короткі терміни.

Переваги створення відділу ЗЕД також полягають в наступному:

- 1) лінійна структура управління забезпечить високу швидкість проходження рішень від керівника до підлеглих;
- 2) співробітники складають єдиний колектив організації та чітко уявляють завдання, які формулюються керівником відділу ЗЕД;
- 3) співробітники працюють для досягнення конкретних цілей, а найголовніше, зацікавлені в перспективах і якості виконання завдання.

Створення відділу ЗЕД сприятиме розвитку зовнішньоекономічної діяльності, та забезпечить конкурентну перевагу Товариства на ринку.

Економічний ефект при реорганізації системи управління ЗЕД виразитися в збільшенні швидкості та якості виконання покладених на відділ функцій у зв'язку зі спрощенням надходження інформації в підрозділи, а також можливістю їх більш тісної взаємодії.

Виявлені можливості ринку ТОВ «Мілстон» використає в своїй майбутній діяльності, що знаходить своє відображення в його маркетинг-плані. Стратегія маркетингу – це система конкретних стратегій щодо вибору і формування:

- цільового ринку підприємства;
- номенклатури й асортименту продукції;
- системи збуту й реалізації продукції;
- політики ціноутворення;
- способів організації рекламної кампанії;
- політики підтримки продукції підприємства.

Переорієнтація на маркетинговий підхід до процесу ціноутворення дає можливість ТОВ «Мілстон» з об'єктивних позицій підійти до формування цін на продукцію, чітко визначитися стосовно ефективного напрямку цінової політики та забезпечити прибуткову діяльність. Такі ціни орієнтують підприємства на всебічне розкриття їхніх можливостей при реалізації продукції на вітчизняному й зарубіжному ринках.

Одним з перспективних напрямків у підвищенні ефективності міжнародного маркетингу на фірмі є створення корпоративного сайту компанії.

В даний час Інтернет є найбільш ефективним способом просування товару. Розширення мережі Інтернет обіцяє кардинально змінити динаміку міжнародної торгівлі і стати її головною руйнівною силою завтра. Багато компаній усвідомлюють величезний потенціал Інтернет-мережі як маркетингового посередника, що представляє собою засіб ділової взаємодії, що дозволяє просувати свою продукцію на внутрішній і світові ринки.

На даний момент в організації немає свого повноцінного сайту.

На сьогоднішній день на сайті ТОВ «Мілстон» представлена лише номенклатура продукції, її характеристика. Покупцві даються лише координати фірми, і, за допомогою різних засобів зв'язку (в т.ч. електронної

пошти), ведуться подальші переговори за цінами, умовами постачання і т.д. При створенні повноцінного Інтернет-сайту власник зможе здійснити наступні операції:

- Створення електронного каталогу пропонованих їм на ринок товарів і послуг, який постійно доступний в мережі Інтернет;
- Оперативне оновлення інформації про пропоновані товари і послуги з використанням дружнього інтерфейсу;
- Автоматизації системи прийому замовлень;
- Отримання ефективної рекламної підтримки свого бізнесу;
- Підключення системи ведення новин на сайті;
- Створення розсилки, що повідомляє покупця про новинки та останні новини компанії.

Слід також зазначити, що наявність англomовної версії сайту та реєстрація сайту в іноземних пошукових системах, є важливим чинником залучення іноземних партнерів.

Результатом запровадження служби маркетингу на ТОВ «ЛМілстон» буде:

1. Збільшення обсягів збуту.
2. Якісна рекламна діяльність.
3. Маркетингові дослідження, за результатами яких можна буде коригувати й удосконалювати товарну політику.
4. Якісний аналіз отриманих даних.
5. Посилення впливу на споживачів за допомогою групи сервісу, електронної комерції та ін.

Крім цього, оскільки на ефективність імпорту впливають обсяг виручки від продажу імпортованих товарів та їх собівартість, для підвищення ефективності імпорту необхідно збільшувати обсяг виручки та (або) зменшувати собівартість. Існують різні шляхи щодо мінімізації витрат на організацію імпортової діяльності. Перш за все ТОВ «Мілстон» може запропонувати здійснення імпортованих операцій на інших умовах, та зазначити це в договорі, але попередньо необхідно досягти згоди між сторонами. Від встановлених умов, за якими будуть здійснюватися імпортовані операції, залежить, які витрати понесе

кожна із сторін угоди. Тому ТОВ «Мілстон» повинно наполягати на умовах, які б задовольняли його інтереси та мінімізували витрати на здійснення імпорتنих операцій.

Слід зазначити, що важливим питанням та необхідною умовою для забезпечення імпоротної діяльності є налагоджений процес управління закупівельною логістикою на підприємстві. Проведемо аналіз відповідності системи управління закупівельною логістикою в ТОВ «Мілстон» та її можливості забезпечення досягнення показників якості її організації (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Оцінка відповідності системи управління закупівельною логістикою в
ТОВ «Мілстон»**

№ з/п	Функція	Чи плануються показники якості	Чи доводяться цілі до працівників	Чи задокументована методика вимірювання, оцінки, контролю	Чи мотивований персонал на досягнення поставлених цілей	Чи проводиться контроль виконання показників
1	Контроль якості товарів	Так	Так	Ні	Ні	Ні
2	Контроль якості обслуговування	Частково (план по клієнтах є, а по показниках якості обслуговування задокументованого плану немає)	Так	Ні	Так	Частково
3	Контроль за постачанням товарів	Частково (план по постачальниках є, а по показниках якості задокументованого плану немає)	Так	Ні	Ні	Частково
4	Контроль ззберігання товарів	Так	Так	Ні	Ні	Частково

Джерело: сформовано автором

Наступним етапом є дослідження стану розробки документації щодо управління закупівельною логістикою в ТОВ «Мілстон». В таблиці 3.2 надано результати цього дослідження

Таблиця 3.2

**Склад документів для здійснення управління закупівельною логістикою
в ТОВ «Мілстон»**

Функції	Документація	Примітки
Загальне управління	Політика підприємства щодо якості. Настанова з якості. Система мотивації . Посадові інструкції.	відсутня відсутня розроблено частково
Управління якістю продукції	Положення про службу якості. Методика контролю якості поставленої продукції.	відсутнє відсутня
Постачання, логістика	Правила оформлення документації на закупівлю продукції. Методики, інструкції контролю своєчасності поставок, забезпечення наявності асортименту. Порядок розв'язання претензій щодо якості продукції, невиконання інших умов договорів поставок .	розроблено відсутня розроблено
Управління якістю торговельного обслуговування	Порядок розгляду і задоволення рекламаций від споживача. Правила обслуговування споживачів. Інструкції щодо проведення переговорів та підготовки документації .	частково відсутня відсутня
Фінанси	Облікова документація . Положення про систему бюджетування.	розроблено розроблено
Управління персоналом Відділ кадрів	Визначення потреби в підготовці кадрів. Програма підготовки кадрів. Програми навчання. Тренінги.	розроблено частково відсутні

Джерело: сформовано автором

Таким чином, можна зробити висновок, що система організації збуту на підприємстві має певні недоліки. Основою розробки стратегії збуту та реалізації продукції є вибір типу каналу її збуту (рис. 3.2).

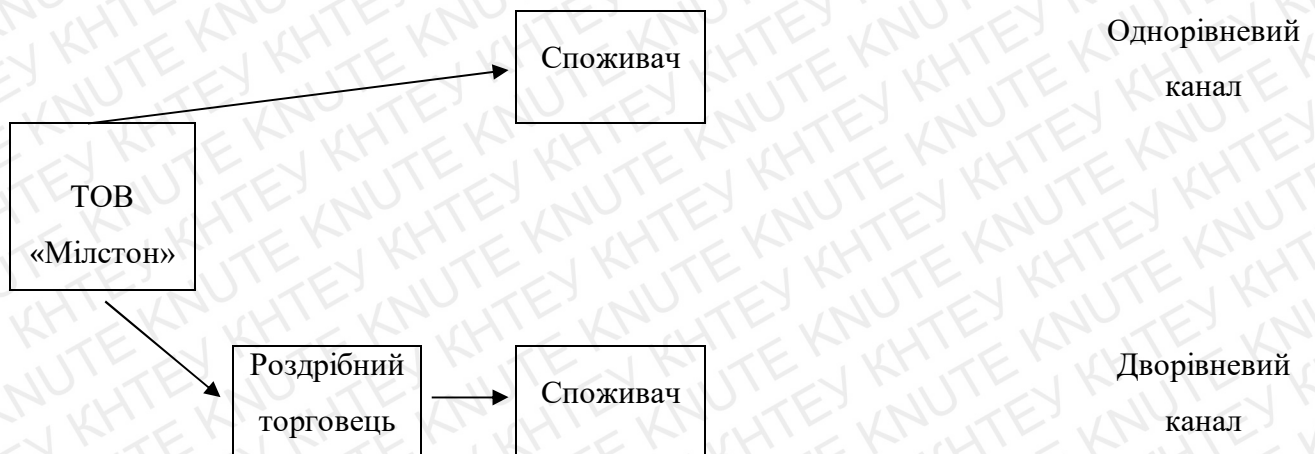


Рис. 3.2. Типи каналів збуту продукції ТОВ «Мілстон»

ТОВ «Мілстон» доцільно обрати два канали збуту продукції – одноківшевий та дворівневий. При виборі першого типу каналу підприємство має такі переваги: встановлює більш високу ціну на пряму споживачу, але витрачає більше часу на пошук окремих покупців. При виборі дворівневого каналу, підприємство реалізує продукції по нижчій ціні (-5%), та економить час на пошук споживачів, чим займається вже безпосередньо роздрібний торговець.

Отже, змодельована система збуту дозволяє ТОВ «Мілстон» економити кошти на власній мережі роздрібної торгівлі, на зберіганні товару, отримувати одразу кошти за значний обсяг продукції. Така система дозволяє охоплювати майже весь регіональний ринок. Отже, при удосконаленні інформаційного забезпечення процесу управління закупівельною логістикою в ТОВ «Мілстон» можливо підвищити рівень управління підприємством в цілому.

3.2. Заходи, щодо удосконалення планування операцій з імпорту на підприємстві ТОВ «Мілстон»

Ефективна діяльність підприємства в умовах ринкової економіки значною мірою залежить від того, наскільки достовірно воно передбачає далеку і ближню перспективу свого розвитку, тобто від планування і прогнозування. Це повною мірою стосується і ТОВ «Мілстон», яке за мету ставить не тільки отримання прибутку, який є обов'язковим результатом діяльності, але й збільшення обсягів продажу, прискорення обігу товарів, освоєння і закріплення на конкретних ринках, формування іміджу фірми та ін.

Забезпечення ефективного управління промисловим підприємством вимагає вміння передбачати майбутній стан підприємства та середовища, в якому існує підприємство, щоб вчасно попередити можливі збої у його

роботі. Це досягається за допомогою планування всіх напрямів діяльності підприємства, у тому числі, в сфері планування збуту продукції (товарів, послуг).

Одним із елементів планування, який недостатньо використовується на підприємстві, яке займається імпоротною діяльністю може бути пошуку більш вигідних постачальників.

Вирішуючи це завдання в процесі планування, потрібно якомога більше здобути інформації про якісні і кількісні показники потенційних постачальників. Дуже важливо отримати позитивні відгуки від інших клієнтів. Позитивні відгуки є передумовою планування довготермінової співпраці з постачальником.

Відбір постачальників доцільно доручити спеціалісту з логістики, що входить до складу відділу ЗЕД.

Ефективний вибір постачальника залежить від оцінювання його спроможності задовольняти такі критерії: якість товарів, обсяги постачань, рівень ціни на товари, рівень обслуговування, надійність та ін. Прийнятими є два напрями вибору постачальника: вибір постачальника з числа підприємств, з якими вже встановлено ділові відносини, що полегшує вибір, оскільки попередньо відома інформація про їхню діяльність. У цьому випадку застосовується алгоритм: аналіз одержаної інформації про роботу з постачальником; аналіз інформації за критеріями вибору; ухвалення рішення про вибір постачальника; вибір нового постачальника на основі результатів пошуку й аналізу нової інформації.

У цьому випадку багато часу витрачається на перевірку потенційного постачальника, але витрати можуть бути окуплені, якщо потенційний постачальник складе конкуренцію наявному. Застосування різних підходів до обґрунтування вибору постачальників дозволяє підприємствам зменшити загальні витрати, що є підґрунтям для забезпечення ефективності їх діяльності. Найбільш розповсюдженим є метод оцінювання з виділенням основних і додаткових критеріїв вибору.

Деякі автори під час пошуку резервів скорочення загальних витрат підприємств, що пов'язані з процесом закупівлі, пропонують одночасне використання методу оцінювання витрат і методу домінуючих характеристик, вказуючи на їх переваги та недоліки.

Існує й третій шлях, що застосовується, в основному, для забезпечення постачання компанії з нового ринку. Подібна ситуація може складатися в результаті виникнення потреби в принципово нових для компанії товарах. Така потреба з'являється у разі диверсифікованості діяльності й розробки принципово нової продукції, а також у разі здійснення закупівель з імпорту у новому регіоні тощо. У цих випадках відділ ЗЕД чи торговельний агент найчастіше звертаються у фірму чи бюро, що виконує посередницькі функції. Як правило, посередницька компанія володіє досить об'ємною інформацією про можливості потенційних постачальників з погляду на програму випуску їхньої продукції, її якість, оперативність реалізації отриманих замовлень.

В одних випадках фірми-посередники за попередньо обговорену винагороду знаходять можливих постачальників продукції, консультують із юридичного та фінансового аспектів передбачуваних угод. В інших – одержуючи повноваження від компанії-клієнта, беруть на себе організаційний і фінансовий бік угоди за обговорений відсоток прибутку, деяку частку від суми контракту. У цьому випадку вони стежать за обсягом і якістю постачань,

Для відбору постачальників і подальшого планування співробітництва з ним для ТОВ «Мілстон» нами рекомендується наступний підхід:

- постачальник продукції повинен мати сертифікати якості на продукцію, систему управління якістю на підприємстві;
- вся продукція повинна мати знаки захисту якості на упаковці;
- робота із постачальниками ведеться напрямку без посередників з метою уникнення придбання підробної продукції. Організація потрібних термінів постачання.

Важливим елементом забезпечення ефективності імпортних операцій є

планування терміну постачання товару. Адже в різних випадках затримка або попередня поставка може призвести до додаткових витрат. Затримка постачання може спричинити, скажімо, збої в системі виробництва. Попередня поставка завдасть додаткових витрат на зберігання товару. Тому необхідна чітка домовленість про дотримання термінів постачання.

В залежності від того, чим займається підприємство-імпортер буде залежати необхідність планування безперервності поставок. Якщо підприємство займається безперебійним виробництвом, то для нього буде суттєво необхідною умова безперервності поставок. Адже від цього буде залежати вся його діяльність. Навіть незначний простій буде коштувати значних витрат. При невчасній поставці, можуть зірватися всі виробничі терміни, які потягнуть за собою ряд проблем. Значимість безперервності поставок полягає в тому, що цей процес на підприємствах повинен здійснюватися постійно в межах життєвих циклів проектів та товарів що виготовляються.

Процес безперервності поставок на підприємстві ТОВ «Мілстон» має бути безперервним унаслідок таких важливих передумов (рис.3.3):

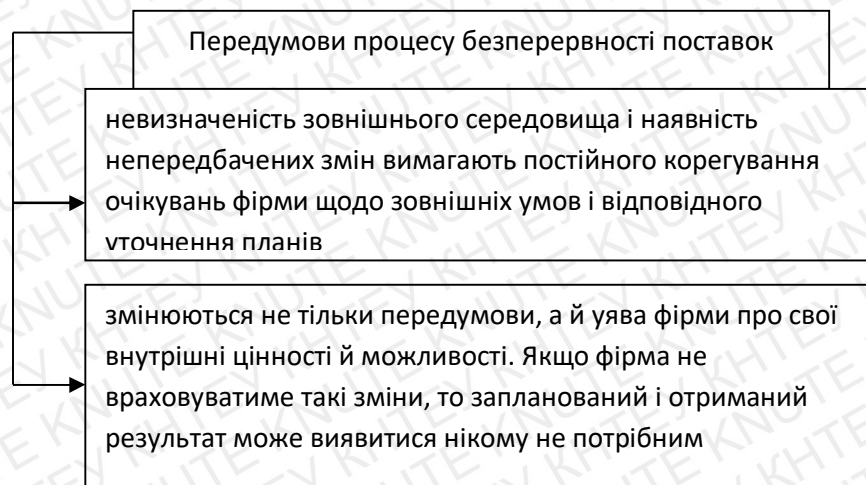


Рис. 3.3. Передумови процесу безперервності поставок на підприємстві ТОВ«Мілстон»

Джерело: сформовано автором

5. Організація правильного транспортного забезпечення.

Будь-яка експортно-імпортна операція не обійдеться без використання транспортного засобу.

Основними причинами, що сприяють правильній організації транспортного забезпечення при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві ТОВ «Мілстон» є:

- невпорядкованість системи державного регулювання щодо контролю на кордоні та справляння зборів;
- висока вартість послуг, що надаються митними брокерами, контрольними службами й транспортними терміналами;
- численні бюрократичні перепони при оформленні міжнародних перевезень;
- низька швидкість доставки пасажирів та вантажів;
- несприятлива криміногенна обстановка;
- брак комплексного, у тому числі інформаційного, обслуговування на шляху здійснення міжнародних перевезень;
- недостатність, а на окремих напрямках і відсутність комплексу законодавчих актів, що регулюють міжнародні перевезення і обслуговування.

Вибір правильного транспортного забезпечення на підприємстві ТОВ «Мілстон» повинен базуватися на основі даних про товар, який перевозиться, дальність перевезення, інформації щодо необхідності використання конкретного транспорту. Потрібно зважати на той факт, що при перевезенні дорогого товару краще перестрахуватися і використати більш надійний транспорт, наприклад повітряний, хоча він і дорожчий. Відомо, що час також відіграє дуже важливу роль в здійсненні імпорتنих операцій, тому дуже важливо, щоб обраний вид транспорту збалансовував витрати часу і грошей на здійснення транспортування. Тільки тоді він буде прийнятним.

Управління імпортною політикою підприємства ТОВ «Мілстон» необхідно здійснювати на засадах застосування поетапної процедури оцінки та аналізу рівня конкурентоспроможності підприємства, його потенціалу та ринкових бар'єрів, які дозволяють визначити: поточний рівень його міжнародної конкурентоспроможності, поточні та стійкі конкурентні переваги, поточні конкурентні недоліки та запропонувати ефективний шлях формування майбутньої стійкої конкурентної позиції для забезпечення зростання галузі в міжнародному бізнес-середовищі.

Для створення стійкої конкурентної переваги ресурси підприємства мають відповідати певним вимогам, а саме: якості, під якою розуміється здатність окремого ресурсу підприємства або їх сукупності відповідати умовам внутрішнього середовища підприємства з метою найбільш ефективного його використання; стійкості до зовнішніх загроз, яка розглядається як здатність окремого ресурсу підприємства або їх сукупності запобігати загрозам, які виникають у зовнішньому середовищі.

На сьогодні далеко не всі вітчизняні підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Навіть маючи конкурентоспроможну продукцію, деякі підприємства не можуть реалізувати цю перевагу через відсутність практики використання всього комплексу засобів конкурентної боротьби: цінової політики, ефективних методів стимулювання, створення позитивного іміджу тощо. За таких умов підприємствам необхідно правильно оцінити ринкове середовище та власні можливості щодо забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності.

Основою ефективної діяльності підприємства в умовах ринкових відносин є розробка економічної стратегії його розвитку. Конкурентна стратегія, як важлива складова загальноекономічної стратегії підприємства, покликана визначити головні аспекти управління конкурентоспроможністю продукції з урахуванням якомога більшої кількості чинників, що впливають з характеру діяльності підприємства.

Сучасні напрямки управління імпортною політикою підприємства базуються на управлінні ціною та якістю. Управління ціною продукції здійснюється з огляду на конкретний ринок збуту. Одним з напрямків стимулювання попиту на продукцію та забезпечення підвищення ефективності збуту є збільшення обсягів продажу продукції у кредит та перерозподіл цінового навантаження між окремими видами продукції.

Як варіант оптимізації зовнішньоекономічної діяльності, нами запропоновано уніфіковану схему послідовності дій, які необхідні на тому чи іншому етапі її проведення. За структурою схема включає чотири головні етапи, кожний з яких регулює прийняття рішень на конкретних ланцюгах здійснення зовнішньоекономічної діяльності (рис. 3.4.).



Рис. 3.4 Новий алгоритм здійснення імпоротної діяльності на підприємстві
ТОВ «Мілстон» в ринкових умовах [19]

Перший етап є підготовчим в межах підприємства і має випереджати надходження товарів на митну територію України.

Другий етап є узгоджувальним між підприємством і тими установами, що видають необхідні дозволи згідно з діючим законодавством.

Третій етап є митним і всі дії здійснюються безпосередньо на митниці та пов'язані з митним оформленням товарів.

До четвертого етапу віднесені інші дії з оформлення розмитнених імпорتنих товарів на підприємстві з подальшою реалізацією.

Подальшими дослідженнями встановлено, що важливим напрямком удосконалення та підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності на рівні вітчизняних підприємств (організацій) є оптимізація дій в межах узгоджувального етапу.

За результатами проведеного дослідження було визначено, що для ефективного управління імпортною діяльністю на підприємстві потрібно відповідна до умов його роботи структура управління.

Тобто, оскільки умови роботи на світових ринках дуже швидко змінюються, то повинна змінюватися і внутрішня структура управління зовнішньоекономічною діяльністю. Вона має бути еластичною і швидко адаптовуватися до нових правил гри. Україна, як молода незалежна держава, повинна брати приклад з європейських країн з розвиненою зовнішньою економікою і застосовувати їхні вдалі моделі для своєї успішної інтеграції в міжнародні спільноти.

Отже, при правильній організації імпорتنих операцій на підприємстві ТОВ «Мілстон» можна досягти непоганих фінансових результатів. Головне – правильно організувати зовнішньоекономічну діяльність. Потрібно пам'ятати, що існують можливі шляхи удосконалення імпорتنих операцій. Для цього необхідно зважати на всі складові даних операцій.

При правильному аналізі та дослідженні окремих факторів можливо розробити такий план дій, який би влаштовував підприємство і сприяв отриманню кращих прибутків від здійснення зовнішньоекономічних операцій.

3.3. Оцінка ефективності імпортованих операцій запропонованих заходів

Відповідно до законодавства України сучасне вітчизняне підприємство самостійно планує свою діяльність і визначає перспективи розвитку.

Організація планово-економічної роботи багато в чому залежить від розміру й типу підприємства. На малих підприємствах не існує глибокого поділу управлінських функцій і вищі керівники самостійно визначають всі деталі планування й організації виробництва.

На великих як досліджуване підприємство розроблення стратегічних, тактичних і календарних планів здійснюється з урахуванням прийнятої організаційної структури, розподілу обов'язків між колективами різних служб, підпорядкованості управлінців, контролю й координації всіх функцій організації як єдиного цілого.

На сьогодні значна кількість досліджень зовнішньоекономічної діяльності підприємств спирається на коефіцієнти виконання зобов'язань за вартістю, фізичним обсягом та ціною, що на наш погляд може використовуватися у щоденній діяльності підприємства з метою моніторингу результатів зовнішньоекономічної діяльності та здійснювати відповідне планування комерційних операцій. Нині існує безліч факторів, що впливають на планування ЗЕД підприємства та постійно вдосконалюються економіко-математичні методи оцінювання і аналізу даних, які не можна не враховувати в умовах глобалізації економіки.

Функція планування в системі управління підприємством є однією з головних, центральних функцій, що визначає кінцеві результати виробничо-збутової, економічної, фінансової й інвестиційної діяльності. У процесі планування визначаються основні напрямки розвитку підприємства. На основі маркетингових досліджень підприємство визначає види й обсяги продукції, що планує випускати, потребу в ресурсах та ефективність їх використання. Планування забезпечує підприємству основу для прийняття оптимальних

управлінських рішень та знижує ризик, сприяє пошуку найбільш придатних напрямів дій.

Отже, планування являється необхідним процесом який забезпечує визначення цілей і завдань підприємства на певну перспективу та вибір оптимального шляху їх досягнення й ресурсного забезпечення.

Планування показників імпорту на підприємстві ТОВ «Мілстон» здійснюється за двома напрямками: за країнами (напрямами) та за видами продукції. Використовуючи в якості планування реалізації продукції метод екстраполяції, проведемо відповідне планування імпортних операцій, взявши за основу 2019- 2021 роки.

Планування обсягу імпорту продукції провадитимемо за таким алгоритмом.

Вхідними даними для планування були обрані обсяги імпортованої продукції за 2017 рр. в якості базових показників. Планування здійснювалось за допомогою комп'ютера, а саме у програмному забезпеченні Excel, провівши відповідні розрахунки середніх показників зростання. Для цього вхідні дані вносилися у вигляді таблиці. Обсяг планових показників загальної зовнішньоекономічної діяльності на 2019-2021 рр. представлені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Плановий показник зовнішньоекономічної діяльності ТОВ

«Мілстон» 2019-2021рр., тис. грн.

Період	2017 (базовий)	2018 (очікування)	2019 прогноз	2020 прогноз	2021 прогноз
Імпорт	180,8	213,1	265,3	317,5	369,7

Джерело: розраховано автором

На основі проведеного планування зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Мілстон» 2019-2021 рр. дозволяє підприємству забезпечити рівень імпортних операцій продукції до 2021 року на рівні 369,7 тис. грн. або на 104,4 тис. грн більше в порівнянні із 2019 роком. Після того як здійснили планування загальних показників зовнішньоекономічної діяльності, проведемо

планування по обсягам імпорту продукції, відповідно до товарних груп, показники яких наведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Планування обсягів імпорту ТОВ «Мілстон» у розрізі основних товарних груп за 2019-2021 рр., тис. грн.

Показник	2017 (базовий)	2018 (очікування)	Прогноз			Відношення 2021/ 2017, %
			2019	2020	2021	
Упаковка з картону	88,6	108,6	138,0	167,4	196,8	53,2
Упаковка кашированого мікрогофрокартону	39,8	45,2	56,3	67,4	78,5	21,2
Упаковка з гофрокартону	47	54,0	65,7	77,3	89,0	24,1
Інша продукція	5,4	5,3	5,3	5,4	5,4	1,5
Всього	180,8	213,1	265,3	317,5	369,7	100

Джерело: укладено і розраховано автором

Найбільшу частку в плановому обсязі закупівлі (імпорті) продукції займатимуть: упаковка з картону, загальним економічним ефектом до 2021 року в сумі 196,8 тис. грн. або з часткою в 53,2% та упаковка з гофрокартону загальним ефектом до відповідного року в сумі 89,0 тис. грн., або з часткою 24,1%, загальний ж плановий обсяг імпорту зазначених видів продукції планується здійснити на суму 369,7 тис. грн із загальною часткою на двох 77,3% від загального обсягу імпортних операцій, які в 2021 році становитимуть 285,8 тис. грн. Порівнюючи із показником 2017 року зростання імпорту відбудеться на суму 188,9 тис. грн.

Географічним партнером в імпорті продукції залишатиметься Китай, із загальним обсягом імпорту 192,1 тис. грн., або часткою в 51,9%, наступною із показником у 82,5 тис. грн. та часткою 22,3% є Польща та замикає трійку країн в питанні імпорту продукції Білорусія із сумою 54,5 тис. грн та часткою 14,7%, загальною сумою на трьох 329,0 тис. грн. або часткою в загальній структурі імпорту продукції 89,0% (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

**Планування географічної структури імпорту продукції ТОВ
«Мілстон», 2019-2021 рр., тис. грн**

Країна	Імпорт з країн-партнерів					Відношення 2021/ 2017, %
	2017 (базовий)	2018 (очікування)	Прогноз			
			2019	2020	2021	
Білорусія	34,4	37,3	43,0	48,8	54,5	14,7
Китай	88,6	107,3	135,6	163,8	192,1	51,9
Польща	39,8	46,8	58,7	70,6	82,5	22,3
Інші країни	18,1	22,0	28,4	34,8	41,2	11,1
Всього	180,8	213,1	265,3	317,5	369,7	100

Джерело: сформовано за даними сайту досліджуваного підприємства

Розглянемо економічне обґрунтування планового оцінювання міжнародних імпорتنих операцій ТОВ «Мілстон».

Можна сказати, що вся продукція досліджуваного підприємства реалізується на достатньо хорошому рівні, тому і товарна структура значно не зміниться. Підприємство вже займає стійкі позиції на ринку, та мають значну базу постійних клієнтів. Отже, можна говорити про добре розроблену стратегію стосовно товарного асортименту підприємства, що допомагає зберігати збалансоване співвідношення попиту та пропозиції на продукцію підприємства. Оскільки структуру асортименту підприємство не змінюватиметься, тому прогноз на 2019-2021 рік здійснимо з урахуванням незмінності тенденцій щодо темпів зростання виручки від реалізації та витрат при імпорті.

Розрахуємо відповідні прогнозні показники по імпорті. Результати розрахунку наведено в таблиці 3.6.

Аналіз наведеного прогнозного розрахунку ефективності від здійснення імпорتنих операцій дозволяє констатувати те що прибуток за цим напрямом зростає від 42,9 тис. грн. в 2017 році до 119,4 тис. грн. в 2021 році, що дозволяє говорити про ефективність діяльності в цьому напрямі.

Таблиця 3.6

**Прогноз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ
«Мілстон» за 2019-2021рр., тис**

Показник	2017 (базовий)	2018 (очікування)	Прогноз		
			2019	2020	2021
Виручка від імпорту	180,8	213,1	265,3	317,5	369,7
Закупівельна вартість товару при імпорті	86,3	97,0	116,6	136,2	155,8
Сума ПДВ	17,3	19,5	23,4	27,4	31,3
Витрати пов'язані з перевезенням	27,6	31,0	37,3	43,5	49,8
Витрати пов'язані з митним оформленням вантажу	6,7	7,8	9,7	11,6	13,5
Повна собівартість імпорту	137,9	155,3	187,0	218,7	250,4
Прибуток від імпорту	42,9	57,9	78,4	98,9	119,4
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,3	0,7	0,7	0,7	0,7
Рентабельність,%	31,1	27,2	29,5	31,1	32,3

Джерело: укладено і розраховано автором на основі даних про експортної та імпоротної діяльності підприємства

Спрогнозувавши загальну ефективність імпоротної діяльності підприємства, проведено прогнозне оцінювання імпоротної діяльності в розрізі товарного асортименту, розрахунки яких наведено в таблиці 3.7.

Упаковка з картону прогнозується імпортувати у 2021 році на суму 196,8 тис.грн., при цьому вартість витрат при імпорті продукції становить 155,7 тис.грн., а прибуток від імпорту складає 41,2 тис.грн., коефіцієнт ефективності імпорту складає 1,26, а рентабельність імпорту даної продукції становить 26,46 %.

Упаковка кашированого мікрогофрокартону прогнозується імпортувати у 2021 році на суму 78,5 тис.грн., при цьому витрати становитимуть 65,7 тис. грн., а прибуток від імпоротної діяльності складає 12,9 тис. грн., коефіцієнт ефективності імпорту складає 1,2, а рентабельність імпорту даної продукції становить 19,6 %.

Упаковка з гофрокартону прогнозується імпортувати у 2021 році на суму 89,0 тис. грн., при цьому витрати становитимуть 68,2 тис. грн., а прибуток від імпорту складає 20,8 тис.грн., коефіцієнт ефективності імпорту складає 1,3, а рентабельність імпорту даної продукції становить 30,4 %.

Таблиця 3.7

**Прогноз ефективності товарної структури імпорту ТОВ «Мілстон»
за 2019-2021рр.**

Показник	2017 (базовий)	2018 (очікування)	Прогноз		
			2019	2020	2021
Упаковка з картону					
Чистий дохід, тис.грн.	88,6	108,6	138,0	167,4	196,8
Витрати, тис.грн.	74,5	88,0	110,6	133,1	155,7
Прибуток, тис.грн.	14,1	20,6	27,5	34,3	41,2
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,2	1,23	1,25	1,26	1,26
Рентабельність,%	18,9	23,45	24,86	25,80	26,46
Упаковка кашированого мікрогофрокартону					
Чистий дохід, тис.грн.	39,8	45,2	56,3	67,4	78,5
Витрати, тис.грн.	33,4	38,1	47,3	56,5	65,7
Прибуток, тис.грн.	6,3	7,2	9,1	11,0	12,9
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Рентабельність,%	18,9	18,8	19,2	19,4	19,6
Упаковка з гофрокартону					
Чистий дохід, тис.грн.	47	54,0	65,7	77,3	89,0
Витрати, тис.грн.	37,7	42,4	51,0	59,6	68,2
Прибуток, тис.грн.	9,3	11,6	14,7	17,7	20,8
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3
Рентабельність,%	24,5	27,4	28,7	29,7	30,4
Інша продукція					
Чистий дохід, тис.грн.	5,4	5,3	5,3	5,4	5,4
Витрати, тис.грн.	4,7	4,8	5,0	5,1	5,3
Прибуток, тис.грн.	0,7	0,4	0,3	0,2	0,1
Коефіцієнт ефективності імпорту	1,2	1,1	1,1	1,0	1,0
Рентабельність,%	15,4	9,0	6,7	4,5	2,5

Джерело: укладено та розраховано автором

Інша продукція прогнозується на рівні 5,4 тис. грн., з витратами у 5,3 тис. грн., з прибутком в 0,1 тис. грн. Коефіцієнт ефективності складає 1,0, а рентабельність імпорту даної продукції становить 2,5 %.

Всього планується імпортувати у 2021 році на суму 369,7 тис. грн., при цьому витрати на імпорт продукції становитимуть 294,8 тис. грн.

Виявлено, що за умови зміни стратегії діяльності вірогідним є істотне збільшення обсягів діяльності та одночасне зростання рівня ефективності імпорту – проведені розрахунки вказують на можливість досягнення до 2021 року рівня ефективності 1,26.

Наступним етапом прогнозової оцінки показників діяльності ТОВ «Мілстон» стало прогнозування показників господарської діяльності. У першу чергу було розраховано фінансові результати підприємства за умови збереження існуючих тенденцій. Співставивши тенденції зміни доходів та витрат, було виявлено, що за умови незмінності стратегії діяльності чистий дохід підприємства до 2021 року збільшиться до 460,6 тис. грн., валовий прибуток, відповідно, до 45,4 тис. грн., а адміністративні витрати зростуть до 24,4 тис. грн., що в результаті обумовить зростання ефективності діяльності досліджуваного підприємства (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

**Прогнозні фінансові результати ТОВ «Мілстон» у 2019 – 2021 рр.,
тис. грн.**

Показник	Фактичні показники	Попередні дані	Прогноз		
	2017	2018	2019	2020	2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	244,3	281,9	341,5	401,1	460,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	218,48	255,2	308,5	361,8	415,2
Валовий прибуток	25,81	26,8	33,0	39,2	45,4
Інші операційні доходи	0,58	5,8	5,9	6,0	6,1
Адміністративні витрати	11,74	14,4	17,7	21,1	24,4
Витрати на збут	0,95	1,4	1,7	1,9	2,2
Інші операційні витрати	0,93	4,8	4,1	3,4	2,7
Фінансовий результат від операційної діяльності	12,77	11,9	15,4	18,8	22,2
Інші фінансові доходи	0,39	0,4	0,9	1,4	1,9
Інші доходи	0,04	0,1	0,2	0,3	0,4
Фінансові витрати	2,87	4,5	5,8	7,2	8,6
Інші витрати	1,55	1,9	2,6	3,3	4,0
Фінансовий результат до оподаткування	8,78	5,0	5,8	6,5	7,3
Чистий фінансовий результат	6,82	3,0	2,9	2,9	2,8

З огляду на результати аналізу, проведеного у другому розділі, можна констатувати, що поступове збільшення обсягів діяльності та істотне погіршення фінансових результатів є логічним наслідком невідповідності стратегії діяльності підприємства вимогам сучасного ринку, таким чином покращення існуючої ситуації може бути досягнуте лише шляхом вжиття коригуючих заходів, націлених на адаптацію підприємства до потреб цільової групи споживачів. Це вказує на необхідність реалізації запропонованих нами заходів системно і комплексно.

Здійснені розрахунки свідчать, що за умови імплементації наданих рекомендацій можна очікувати поступового збільшення обсягів отриманого чистого доходу, оптимізації структури витрат та покращення фінансових результатів. Зокрема, відповідно до результатів прогнозування вірогідним є досягнення до 2021 року обсягів чистого доходу у обсязі 460,6 тис. грн. та отримання підприємством 45,4 тис. грн. прибутків.

Проведені розрахунки вказують на можливість досягнення підприємством таких результатів, втім лише за умови проактивної позиції та реалізації заходів, які дозволять знайти нових клієнтів та якісно і комплексно задовольнити їх потреби. На нинішньому етапі обсяги діяльності підприємства є незначними, що дозволить йому легко збільшити їх. Після 2021 року вірогідним є значне уповільнення темпів зростання чистого доходу, яке буде обумовлене досягненням тих обсягів діяльності, за яких пошук шляхів для розвитку гальмується.

Надані нами рекомендації позитивно відобразяться не лише на фінансових результатах ТОВ «Мілстон», але і на показниках конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

Таким чином, можна зробити висновок, що попри досить важкі умови та складний фінансовий стан ТОВ «Мілстон» має перспективи для розвитку. Впровадження заходів у сфері вдосконалення асортименту та маркетингової активності дозволять підприємству за кілька років істотно збільшити обсяги

діяльності та посилити позиції на локальному ринку навіть в умовах міжнародної конкуренції.

Висновки до розділу 3

Отже, на основі проведеного у третьому розділі дослідження можна зробити висновок, що ТОВ «Мілстон» для підвищення ефективності імпорتنих операцій необхідно провести такі заходи: пошук більш вигідних постачальників; застосування засобів страхування ризиків, у тому числі валютних, фінансових, політичних та економічних; організацію необхідних термінів постачання імпортої продукції; організацію безперервності постачання, якщо це необхідно для ефективної діяльності підприємства; організацію ефективного транспортного забезпечення; розробку цінової політики.

Контроль якості поставленої продукції здійснюється за наступними напрямками: контроль термінів придатності; візуальний контроль фізичних показників якості; лабораторний контроль.

Використовуючи всі пропозиції щодо підвищення ефективності здійснення імпорتنих операцій на підприємстві, в роботі було розраховано прогнозні показники імпорту продукції ТОВ «Мілстон» на 2019-2021 роки з урахуванням запропонованих заходів.

На основі проведеного планування зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Мілстон» 2019-2021 рр. дозволяє підприємству забезпечити рівень імпорتنих операцій продукції до 2021 року на рівні 369,7 тис. грн. або на 104,4 тис. грн більше в порівнянні із 2019 роком.

Прогнозні розрахунки ефективності від здійснення імпорتنих операцій дозволяють наростити прибуток за цим напрямом від 42,9 тис. грн. в 2017 році до 119,4 тис. грн. в 2021 році, що дозволяє говорити про ефективність діяльності в цьому напрямі.

Співставивши тенденції зміни доходів та витрат, було виявлено, що за умови незмінності стратегії діяльності чистий дохід підприємства до 2021 року збільшиться до 460,6 тис. грн., валовий прибуток, відповідно, до 45,4 тис. грн., а адміністративні витрати зростуть до 24,4 тис. грн., що в результаті обумовить зростання ефективності діяльності досліджуваного підприємства

Таким чином, розрахунок прогнозних показників імпорту продукції ТОВ «Мілстон» на 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів вдосконалення імпортової діяльності підприємства показав позитивну динаміку до розширення імпортової діяльності підприємства на прогнозні роки.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного у дипломній роботі дослідження можна зробити наступні висновки.

Узагальнення поглядів багатьох авторів на сутність поняття «імпортна діяльність» підприємства дає змогу нам зазначити, що імпортна діяльність підприємства – це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають купівлю товарів чи послуг суб'єктом підприємницької діяльності певної країни у контрагента з-за кордону з обов'язковим переміщенням продукції через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції суб'єкта країни-імпортера.

Важливим фактором розвитку зовнішньоторговельної діяльності підприємства є ефективний менеджмент цього виду діяльності, який є комплексом управлінських дій, що спрямовані на отримання позитивного ефекту від здійснення зовнішньоторговельних операцій з товаром на міжнародному рівні. Він є складовою частиною менеджменту підприємства.

Сьогодні у міжнародній торгівлі розрізняють чотири основних види зовнішньоторговельних операцій: експорт, імпорт, реекспорт та реімпорт. Термін «імпортна операція» передбачає сукупність взаємопов'язаних дій, що здійснює суб'єкт однієї країни шляхом одноразової купівлі продукції у резидента іншої країни для подальшого використання або реалізації з метою отримання прибутків та є основним складовим елементом імпоротної діяльності. Під імпортними операціями розуміється комерційна діяльність, пов'язана із закупівлею і ввезенням іноземних товарів для подальшої їх реалізації на внутрішньому ринку своєї країни. При цьому ввезений товар може бути як готовою продукцією, призначеною для реалізації, так і сировиною, напівфабрикатами, що підлягають переробці, об'єктами капітального будівництва у вигляді інвестиційного капіталу, ліцензіями, ноу-хау тощо.

Організація процесу формування імпорتنих операцій підприємства полягає у розподілі та закріпленні робіт за етапами, які регламентуються та нормуються відповідно до їхньої послідовності та термінів, встановлення міри дисциплінарних стягнень, введення обов'язкових вимог здійснення процесів формування.

Стратегічне планування імпорتنих операцій спрямоване на оптимальне використання можливостей фірми, у тому числі найкраще використання усіх видів ресурсів і запобігання помилкових дій, що можуть привести до зниження ефективності діяльності фірми.

Ефективність організації імпорتنих операцій залежить від функціонування підприємства в цілому. Так організація імпорتنих операцій залежить від правильності вибору постачальників, від якості сировини, від його ціни, від термінів постачання та їх безперервності, від потреби виробництва у сировині, від виконання обов'язків з постачання сировини (з боку постачальників) й з оплати від ефективності роботи митного відділу, від транспортного забезпечення.

Показники економічної ефективності імпорту поділяються на дві групи: показники ефективності імпорту товарів виробничого призначення; показники ефективності імпорту товарів народного споживання.

Об'єктом дослідження в роботі виступає суб'єкт малого підприємництва ТОВ «Мілстон». Товариство є юридичною особою, має приватну форму власності. Права і обов'язки юридичної особи підприємство набуло з дня його державної реєстрації, яка відбулася в 2012 році.

Проведений аналіз фінансового стану ТОВ «Мілстон» показав, що в цілому динаміка фінансових показників діяльності підприємства ТОВ «Мілстон» в 2017 році, порівняно із 2016 роком, позитивна та свідчить про розширення діяльності підприємства. Підприємство функціонувало прибутково, збільшилась вартість майна, зріс необоротний і оборотний капітал, власний і позичений капітал.

Аналіз імпорту товарів та його економічної ефективності показав, що у 2017 році, у порівнянні з 2016, обсяги імпорتنих закупок зросли. При цьому максимальну частку поставок складають товари з Китаю. Показники ефективності імпорту більші за одиницю, що означає – імпорт товарів є доцільним та ефективним.

Система управління ефективністю операцій з імпорту ТОВ «Мілстон» включає наступні етапи: планування імпоротної діяльності підприємства; організація імпоротної діяльності підприємства; контроль імпоротної діяльності підприємства.

Організація імпоротної діяльності підприємства ТОВ «Мілстон» передбачає укладання договорів на імпорт товарів, організацію продаж імпортованого товару. Контроль передбачає ефективне управління кожним етапом здійснення імпоротної діяльності.

На основі проведеного планування зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Мілстон» 2019-2021 рр. дозволяє підприємству забезпечити рівень імпорتنих операцій продукції до 2021 року на рівні 369,7 тис. грн. або на 104,4 тис. грн більше в порівнянні із 2019 роком.

Прогнозні розрахунки ефективності від здійснення імпорتنих операцій дозволяють наростити прибуток за цим напрямом від 42,9 тис. грн. в 2017 році до 119,4 тис. грн. в 2021 році, що дозволяє говорити про ефективність діяльності в цьому напрямі.

Співставивши тенденції зміни доходів та витрат, було виявлено, що за умови незмінності стратегії діяльності чистий дохід підприємства до 2021 року збільшиться до 460,6 тис. грн., валовий прибуток, відповідно, до 45,4 тис. грн., а адміністративні витрати зростуть до 24,4 тис. грн., що в результаті обумовить зростання ефективності діяльності досліджуваного підприємства

Розрахунок прогнозних показників імпорту продукції ТОВ «Мілстон» на 2019-2021 рр. з урахуванням запропонованих заходів вдосконалення імпоротної діяльності підприємства показав позитивну динаміку до розширення імпоротної

діяльності підприємства на прогностні роки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI (поточна редакція від 15.04.2017, підстава 1988-19, 1989-19) // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13-14, № 15-16, № 17. – ст.112.
2. Митний кодекс України : Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI (поточна редакція від 01.01.2017, підстава 1771-19, 1796-19) // Відомості Верховної Ради України. – 2012. – № 44-45, № 46-47, № 48. – Ст. 552.
3. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-XII (поточна редакція від 15.09.2016, підстава 1455-19) // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 29. – Ст. 377.
4. Про Митний тариф України : Закон України від 19.09.2013 № 584-VII (поточна редакція від 10.11.2016, підстава [1645-19](#)) // Відомості Верховної Ради. – 2014. – № 20-21. – Ст. 740.
5. Про підприємництво : Закон України від 07.02.1991 року № 698-XII (поточна редакція від 05.04.2015, підстава [191-19](#)) // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – № 14. – Ст. 168.
6. Про страхування : Закон України від 07.03.1996 року № 85/96-ВР (поточна редакція від 01.04.2016, підстава [922-19](#)) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 18. – Ст. 78.
7. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р., № 996-XIV (поточна редакція від 25.06.2016, підстава [1405-19](#)) // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 40. – Ст. 365.
8. Аранчій В. І. Фінансова стратегія у системі управління підприємством / В. І. Аранчій, О. П. Зоря // Вісник Полтавської державної аграрної академії. Економіка. – 2010. – № 2. – С. 156–159.
9. Березін О. В. Стратегія підприємства : навч. посіб. / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – К. : Ліра-К, 2010. – 224 с.

10. Внешнеэкономическая деятельность в глобальной экономике / В.К.Бурлачков, Н. А. Соколов, А. Е. Маркова и др. – М. : Изд. дом «АТИСО», 2009. – 639 с.
11. Волкова І. А. Державний контроль зовнішньоекономічної діяльності як головна передумова економічної безпеки країни / І. А. Волкова // Економічний простір : збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2009. – № 22/2. – С. 236–243.
12. Волкова І. А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств / І. А. Волкова, І. В. Гірчук // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 53–55.
13. Волкова А. О. Дослідження і удосконалення експортно-імпортної діяльності підприємства / А. О. Волкова // Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення : тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих учених, 6-7 квітня 2012 р. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – С. 22–24
14. Воловик Л. А. Основы внешнеэкономической деятельности : учеб. пособ. / Л. А. Воловик. – Калининград : КГУ, 2003. – 256 с.
15. Георгіаді Н. Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні основи в прикладні аспекти : навчально-методичний посібник / Н.Г. Георгіаді, С. В. Князь, Х. С. Передало, Р.З.Берлінг. – Л. : Інтелект-Захід, 2006. – 260 с.
16. Дахно І. І. Зовнішньоекономічний менеджмент / І. І. Дахно. – К.:Центр учбової літератури, 2012. – 568 с.
17. Дейнека О. Г. Економіка зарубіжних країн : навч. посібник / О.Г.Дейнека, А. П. Голиков, Л. О. Позднякова, П. О. Черномаз. – К. : ЦУЛ, 2008. – 464 с.
18. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник / Н. В. Горін. – К. : Знання, 2008. – 330 с.

19. Домашенко М. Д. Формування показника комплексної оцінки рівня економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств / М. Д. Домашенко // Вісник Донецького національного університету. – 2011. – Спецвипуск. Т. 1. – С. 312–314.

20. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. посібник / Г. М. Дроздова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 247 с.

21. Зінь Е. А. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник / Е.А. Зінь, Н. С. Дука. – К. : Кондор, 2009. – 432 с.

22. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник / М.І.Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.

23. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : підручник для вузів / І.В. Багрова, Н. І. Редіна, В. С. Власюк, О. О. Гетьман ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. В. Багрової. – К. : Центр навч. літ-ри, 2004. – 580 с.

24. Ковтун Е. О. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Е. О. Ковтун, В. М. Швець. – 2010. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67915.doc.htm.

25. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка : навч. посібник / Ю. Г. Козак, Д.Г. Лук'яненко, Ю. В. Макогон та інші. – К. : Центр учб. літ., 2008. – 1240 с.

26. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / за ред. Ю.Г. Козака, Н. С. Логвінової, І. Ю. Сіваченка. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 792 с.

27. Козик В.В. Зовнішньоекономічні операції і контракти : [навч. посіб.] / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як, О. Ю. Григор'єв, А.О. Босак. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.

28. Корнева С. В. Основы внешнеэкономической деятельности / С.В.Корнева, Д. А. Ларин. – М. : Изд. «Инфра-М», 2002. – 286 с.

29. Котиш О. М. Теоретичні аспекти визначення сутності поняття «зовнішньоекономічна операція» / О. М. Котиш // Економіка розвитку. – 2014. – № 2 (70). – С. 99–103.
30. Лук'яненко Д. Г. Міжнародні стратегії економічного розвитку : навчально-методичний електронний підручник / Д. Г. Лук'яненко та ін. – Донецьк : Кафедра міжнародної економіки, ДОННУ, 2009. – 262 с.
31. Макогон Ю. В. Организация и техника внешнеэкономических операций : учеб. пособие для студентов специальности «Международная экономика» / Ю.В. Макогон, Н. В. Фомичева. – Донецк : ДонНУ, 2001. – 160 с.
32. Мельник Т. М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції : монографія / Т. М. Мельник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 396 с.
33. Международный бизнес. Теория и практика : учебник для бакалавров / под ред. А. И. Погорлецкого, С. Ф. Сутырина. – М.:ИздательствоЮрайт, 2014. – 733 с.
34. Міжнародний бізнес : підручник. / за ред. проф. В. А. Вергуна. – К.:ВАДЕКС, 2014. – 810 с.
35. Міжнародна торгівля : навч. посібник / за ред. Ю. Г. Козака, Н.С.Логвінової. – К. : ЦУЛ, 2009. – 668 с.
36. Міжнародна економіка : підручник / Ю. Г. Козак, Д. Г. Лук'яненко, Ю. В. Макогон та ін. ; за ред. Ю. Г. Козака, Д. Г. Лук'яненка, Ю.В.Макогона. – 3-е вид. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 560 с.
37. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України : підручник / В. Є. Новицький. – К. : КНЕУ, 2003. – 948 с.
38. Пашко П. В. Митна безпека (теорія, методологія та практичні рекомендації) : монографія / П. В. Пашко. – К., 2009. – 628 с.
39. Піддубна Л. І. Експортний потенціал машино-будівного комплексу Харківської області України в контексті викликів глобальної конкуренції / Л.І.Піддубна // Економіка розвитку. – 2012. – № 3 (63). – С. 79–85.

40. Потієнко Л. І. Основы внешнеэкономической деятельности : учеб. пособие / Л. І. Потієнко. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2003. – 102 с.
41. Рева Т. М. Вплив митно-тарифного регулювання імпорту на регіональні товарні ринки / Т. М. Рева, М. С. Кузьміна // Вісник Академії митної служби України. – 2009. – № 2. – С. 96–103.
42. Решетняк К. Е. Экспортно-импортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства / К. Е. Решетняк // Управління розвитком. – 2012. – № 3(124). – С. 30–32.
43. Савченко А. Г. Макроекономіка : [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / А. Г. Савченко. – К. : КНЕУ, 1999. – 120 с.
44. Солошенко Л. Зовнішньоекономічна діяльність: організація та документальне оформлення / Л. Солошенко. – Харків : Фактор, 2001. – 176 с.
45. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник / Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 408 с.
46. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посібник / за заг. ред. А. І. Кредісова. – К. : ТОВ ВІРА, 2012. – 325 с.
47. Управление изменениями / В. М. Распопов. – М. : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 336 с.
48. Чугаєнко Ю. Економічна дипломатія в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю держави / Ю. Чугаєнко // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 3 (141). – С. 59–70.
49. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг : навч.-метод. посіб. / Т.М.Циганкова. – К. : КНЕУ, 2005. – 32 с.
50. Філіпенко А. С. Міжнародні економічні відносини / А.С.Філіпенко. – К. : Либідь, 2013. – 434 с.
51. Фатенок-Ткачук А. О. Аналізування факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств / А.О.Фатенок-Ткачук // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – №17. – С. 93–100.

52. Шкурупій О. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник / О. В. Шкурупій. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248с.

53. Щербак В. Г. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / В. Г. Щербак, А. П. Лозенко // Фінанси України. – 2009. – №5. – С. 14.

ДОДАТКИ

Додаток А

КОДИ		
		01
		39622368

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

Підприємство ТОВ «Мілстон»
Територія м. Київ
Організаційно-правова форма господарювання приватна
Вид економічної діяльності Неспеціалізована оптова торгівля
Середня кількість працівників¹ 37
Адреса, телефон 02166, м. Київ, Деснянський район,
вул. Курчатова академіка, будинок 23-А
Одиниця виміру: тис. грн.

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
На 31 грудня 2013 р.**

Форма № 1 Код за
ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		0,04
первісна вартість	1001		0,05
накопичена амортизація	1002		0,01
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	4,32	3,26
первісна вартість	1011	6,65	4,37
знос	1012	2,33	1,11
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	1,14	0,95
інші фінансові інвестиції	1035	0,43	0,48
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		0,39
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	5,89	5,12
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	18,34	20,43
Виробничі запаси	1101	15,03	18,25
Товари	1103	3,31	2,17
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	45,04	53,57
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	47,54	76,54
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160	54,34	31,53
Гроші та їх еквіваленти	1165		0,22
Витрати майбутніх періодів	1170		

Інші оборотні активи	1190	10,87	11,75
Усього за розділом II	1195	276,13	194,04
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	182,02	199,16
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30,00	30,00
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	2,31	1,12
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	32,31	31,12
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		3,47
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		0,35
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595		3,82
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	7,25	4,50
Векселі видані	1605	3,46	1,58
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	69,87	52,96
розрахунками з бюджетом	1620	3,21	1,17
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635	50,12	35,18
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	15,8	68,84
Усього за розділом III	1695	149,71	164,23
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	182,02	199,16

Керівник

Головний бухгалтер

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Мілстон»
 Територія м. Київ
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Неспеціалізована оптова торгівля
 Середня кількість працівників¹ 37
 Адреса, телефон 02166, м. Київ, Деснянський район,
 вул. Курчатова академіка, будинок 23-А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ		
		01
39622368		

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2014 р.**

Форма № 1 Код за
 ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0,04	0,03
первісна вартість	1001	0,05	0,04
накопичена амортизація	1002	0,01	0,01
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	3,26	2,93
первісна вартість	1011	4,37	3,93
знос	1012	1,11	1,00
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0,95	0,95
інші фінансові інвестиції	1035	0,48	0,47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0,39	0,39
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	5,12	4,77
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	20,43	13,51
Виробничі запаси	1101	18,25	4,97
Товари	1103	2,17	8,44
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	53,57	93,65
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	76,54	49,04
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		3,14
Поточні фінансові інвестиції	1160	31,53	1,64
Гроші та їх еквіваленти	1165	0,22	10,94
Витрати майбутніх періодів	1170		0,01

Інші оборотні активи	1190	11,75	2,65
Усього за розділом II	1195	194,04	174,57
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	199,16	179,35
Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30,00	30,00
Капітал у дооцінках	1405		0,53
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		0,18
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1,12	11,99
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	31,12	42,70
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	3,47	7,21
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520	0,35	0,46
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	3,82	7,67
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	4,50	1,00
Векселі видані	1605	1,58	1,58
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	52,96	77,49
розрахунками з бюджетом	1620	1,17	0,68
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635	35,18	15,17
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	68,84	33,06
Усього за розділом III	1695	164,23	128,98
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	199,16	179,35

Керівник

Головний бухгалтер

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Мілстон»
 Територія м. Київ
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Неспеціалізована оптова торгівля
 Середня кількість працівників¹ 37
 Адреса, телефон 02166, м. Київ, Деснянський район,
 вул. Курчатова академіка, будинок 23-А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ		
		01
		39622368

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2015 р.**

Форма № 1 Код за
 ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0,03	0,02
первісна вартість	1001	0,04	0,03
накопичена амортизація	1002	0,01	0,01
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	2,93	2,57
первісна вартість	1011	3,93	3,44
знос	1012	1,00	0,87
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0,95	0,95
інші фінансові інвестиції	1035	0,47	0,47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0,39	1,48
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	4,77	5,5
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13,51	23,65
Виробничі запаси	1101	4,97	4,52
Товари	1103	8,44	18,28
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	93,65	86,09
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	49,04	38,41
з бюджетом	1135		0,09
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3,14	0,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	1,64	1,16
Гроші та їх еквіваленти	1165	10,94	1,00
Витрати майбутніх періодів	1170	0,01	0,01
Інші оборотні активи	1190	2,65	6,07

Усього за розділом II	1195	174,57	156,87
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	179,35	162,37
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30,00	30,00
Капітал у дооцінках	1405	0,53	0,53
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	0,18	0,18
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11,99	18,97
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	42,70	49,67
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	7,21	5,52
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520	0,46	0,43
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	7,67	5,95
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	1,00	
Векселі видані	1605	1,58	1,48
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	77,49	75,67
розрахунками з бюджетом	1620	0,68	1,04
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635	15,17	13,00
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	33,06	15,56
Усього за розділом III	1695	128,98	106,75
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	179,35	162,37

Керівник

Головний бухгалтер

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Мілстон»
 Територія м. Київ
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Неспеціалізована оптова торгівля
 Середня кількість працівників¹ _____ 37
 Адреса, телефон 02166, м. Київ, Деснянський район,
 вул. Курчатова академіка, будинок 23-А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ		
		01
39622368		

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2016 р.**

Форма № 1 Код за
 ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0,02	0,01
первісна вартість	1001	0,03	0,01
накопичена амортизація	1002	0,01	0,00
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	2,57	4,1
первісна вартість	1011	3,44	5,49
знос	1012	0,87	1,39
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0,95	0,95
інші фінансові інвестиції	1035	0,47	0,47
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	1,48	1,48
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	5,5	7,07
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	23,65	10,28
Виробничі запаси	1101	4,52	8,88
Товари	1103	18,28	0,77
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	86,09	82,6
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	38,41	57,44
з бюджетом	1135	0,09	0,66
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0,4	7,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	1,16	0,65
Гроші та їх еквіваленти	1165	1,00	0,96
Витрати майбутніх періодів	1170	0,01	0,01
Інші оборотні активи	1190	6,07	8,25

Усього за розділом II	1195	156,87	168,25
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	162,37	175,32
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30,00	30,00
Капітал у дооцінках	1405	0,53	0,53
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	0,18	0,18
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	18,97	14,85
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	49,67	45,56
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	5,52	3,07
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520	0,43	0,55
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	5,95	3,62
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		16,83
Векселі видані	1605	1,48	0,03
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	75,67	52,56
розрахунками з бюджетом	1620	1,04	0,40
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
з одержаних авансів	1635	13,00	43,60
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	15,56	12,71
Усього за розділом III	1695	106,75	126,14
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	162,37	175,32

Керівник

Головний бухгалтер

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Мілстон»
 Територія м. Київ
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності Неспеціалізована оптова торгівля
 Середня кількість працівників¹ 37
 Адреса, телефон 02166, м. Київ, Деснянський район,
 вул. Курчатова академіка, будинок 23-А
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ		
		01
		39622368

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2017 р.**

Форма № 1 Код за
 ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0,01	0,13
первісна вартість	1001	0,01	0,17
накопичена амортизація	1002	0,00	0,04
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	4,1	4,00
первісна вартість	1011	5,49	5,36
знос	1012	1,39	1,36
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0,95	0,95
інші фінансові інвестиції	1035	0,47	0,77
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	1,48	1,24
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	7,07	7,1
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	10,28	11,88
Виробничі запаси	1101	8,88	10,88
Товари	1103	0,77	0,34
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	82,6	81,61
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	57,44	88,58
з бюджетом	1135	0,66	0,4
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	7,4	10,17
Поточні фінансові інвестиції	1160	0,65	0,65
Гроші та їх еквіваленти	1165	0,96	1,54
Витрати майбутніх періодів	1170	0,01	0,11

Інші оборотні активи	1190	8,25	15,48
Усього за розділом II	1195	168,25	210,41
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	175,32	217,51
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30,00	30,00
Капітал у дооцінках	1405	0,53	0,53
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	0,18	0,18
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14,85	21,67
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	45,56	52,38
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	3,07	1,15
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		14,38
Довгострокові забезпечення	1520	0,55	0,86
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	3,62	16,39
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	16,83	
Векселі видані	1605	0,03	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	52,56	44,75
розрахунками з бюджетом	1620	0,40	0,61
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		0,01
розрахунками з оплати праці	1630		0,01
з одержаних авансів	1635	43,60	88,40
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	12,71	14,98
Усього за розділом III	1695	126,14	148,75
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	175,32	217,51

Керівник

Головний бухгалтер

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ «Мілстон»

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

Додаток Б

39622368		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2013 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	361,59	355,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	327,59	285,0
Валовий:			
прибуток	2090	34,01	70,4
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	1,37	1,66
Адміністративні витрати	2130	5,30	6,41
Витрати на збут	2150	1,72	2,08
Інші операційні витрати	2180	2,10	2,54
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	26,26	61,06
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	0,05	
Інші доходи	2240	25,65	14,34
Фінансові витрати	2250	1,15	0,98
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	25,60	20,41
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	25,20	54,01
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	7,18	9,72
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	18,02	44,29
збиток	2355		

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство ТОВ «Мілстон»

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

39622368

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2014 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	452,54	361,59
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	422,91	327,59
Валовий:			
прибуток	2090	29,63	34,01
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	0,62	1,37
Адміністративні витрати	2130	7,30	5,30
Витрати на збут	2150	0,93	1,72
Інші операційні витрати	2180	1,84	2,10
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	20,19	26,26
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	0,81	0,05
Інші доходи	2240	25,42	25,65
Фінансові витрати	2250	0,29	1,15
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	25,39	25,60
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	20,74	25,20
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	4,12	7,18
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	16,62	18,02
збиток	2355		

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство ТОВ «Мілстон»

(найменування)

за ЄДРПОУ

39622368

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2015 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	125,18	452,54
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	111,81	422,91
Валовий: прибуток	2090	13,36	29,63
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	0,36	0,62
Адміністративні витрати	2130	5,09	7,30
Витрати на збут	2150	0,43	0,93
Інші операційні витрати	2180	2,31	1,84
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	5,89	20,19
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	1,43	0,81
Інші доходи	2240	0,24	25,42
Фінансові витрати	2250	0,14	0,29
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	0,18	25,39
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	7,24	20,74
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0,27	4,12
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	6,97	16,62
збиток	2355		

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство ТОВ «Мілстон»

(найменування)

за ЄДРПОУ

39622368

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2016 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	118,96	125,18
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	115,23	111,81
Валовий: прибуток	2090	3,73	13,36
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	15,74	0,36
Адміністративні витрати	2130	6,45	5,09
Витрати на збут	2150	1,32	0,43
Інші операційні витрати	2180	15,26	2,31
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190		5,89
збиток	2195	3,56	
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	0,15	1,43
Інші доходи	2240	0,01	0,24
Фінансові витрати	2250	2,21	0,14
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		0,18
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290		7,24
збиток	2295	5,62	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(1,29)	0,27
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		6,97
збиток	2355	4,33	

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство ТОВ «Мілстон»

(найменування)

за ЄДРПОУ

39622368

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2017 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	244,30	118,96
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	218,48	115,23
Валовий:			
прибуток	2090	25,81	3,73
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	0,58	15,74
Адміністративні витрати	2130	11,74	6,45
Витрати на збут	2150	0,95	1,32
Інші операційні витрати	2180	0,93	15,26
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	12,77	
збиток	2195		3,56
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	0,39	0,15
Інші доходи	2240	0,04	0,01
Фінансові витрати	2250	2,87	2,21
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	1,55	
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	8,78	
збиток	2295		5,62
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1,96	(1,29)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	6,82	
збиток	2355		4,33

Керівник
Головний бухгалтер