

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Управління імпортними операціями підприємства»

(на матеріалах підприємства ТОВ ОЛ-ПРИНТ м. Київ)

Студента 2 курсу,
4м групи,
спеціалізації
«Менеджмент ЗЕД»

підпис студента

Шевченка Вадима

Науковий керівник
док. екон. наук
професор

підпис наукового керівника

Федун Ігор Леонідович

Гарант освітньої програми
док. екон. наук
професор

підпис гаранта

**Студинська Галина
Яківна**

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Шевченко В. **«Управління імпорними операціями підприємства».**

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

Випускна кваліфікаційна робота містить теоретико-методологічні засади управління збутом імпортової продукції на підприємстві та пропозиції щодо підвищення ефективності реалізації імпортованих товарів. В перебігу дослідження проведено ґрунтовний аналіз фінансового стану ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» та виявлено напрямки і масштаби реалізації його потенціалу як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Проведений аналіз дозволив сформулювати пропозиції щодо механізмів удосконалення системи управління збутом імпортової продукції підприємства та здійснити розрахунки прогнозу щодо діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» з урахуванням запропонованих заходів та рекомендацій.

Ключові слова: імпортні операції, збут товарів, імпортована продукція, управління збутом, канали збуту.

SUMMARY

V.Shevchenko "**Management of import operations of the enterprise**".

Graduation qualifying work for obtaining an educational master's degree in specialty 073 "Management of foreign economic activity". Kyiv national university of trade and economics, 2018.

The final qualification paper contains theoretical and methodological principles of management of sales of imported products at the enterprise and proposals for improving the efficiency of the implementation of imported goods. In the course of the study, a thorough analysis of the financial state of Llc Ol-print 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 the mechanisms of improvement of the management system of sales of the imported products of the enterprise and to make forecasts for the activity of LLC "Ol-print" taking into account the proposed measures and recommendations.

Key words: import operations, goods sales, import products, sales management, sales channels.

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ

**«Управління імпортними операціями підприємства»
(на матеріалах підприємства ТОВ ОЛ-ПРИНТ м. Київ)**

**Кваліфікаційна випускна робота: 117 с., 22 рис.,
32 табл., 4 додатки, 44 джерела.**

Об'єктом дослідження - є процес управління імпортними операціями в функціонуванні підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Предметом дослідження - є теоретичні та методичні аспекти сутності імпортних операцій як основи зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Мета роботи – вивчення існуючих теоретичних підходів до економічних категорій «зовнішньоекономічна діяльність підприємства» та «імпортні операції» та їх систематизація, та положення в системі світових економічних зв'язків.

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 управління збутом імпоротної продукції» визначено підходи до управління збутом імпоротної продукції, розкрито теоретичні засади формування системи збуту імпоротної продукції на вітчизняному ринку, систематизовано методичний інструментарій оцінки ефективності та ефекту від імпортних операцій, оцінки чистого доходу від реалізації імпоротної продукції.

У **другому розділі** «Дослідження управління збутом імпоротної продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» » проаналізовано фінансово-господарський стан ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», здійснено оцінку системи збуту імпоротної продукції підприємства, а також здійснений аналіз динаміки чистого доходу підприємства від реалізації імпортованої продукції за різними товарними групами та надана оцінка географічної структури імпортних операцій підприємства.

У **третьому розділі** «Напрямки удосконалення системи управління збутом імпоротної продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» наведено пропозиції щодо вдосконалення системи управління ЗЕД Товариства, визначені резерви для

удосконалення системи управління імпор্তними операціями на підприємстві, у тому числі перспективи покращення підвищення ефективності збуту імпор্তної продукції на вітчизняному ринку проведено розрахунок прогностичних показників ЗЕД та очікуваних фінансових результатів від перепродажу імпор্তної продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» на 2018-2020 рр.

Висновки окреслюють теоретичне узагальнення і вирішення наукової проблеми, сутність якої полягає у комплексному дослідженні, оцінці та розробці пропозицій по удосконаленню управління збутом імпор্তної продукції. Практична реалізація наданих пропозицій у діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» полягає в ефективному використанні виявлених резервів підприємства для підвищення ефективності імпор্তних операцій та, як наслідок, підвищенні чистого доходу підприємства

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА	11
1.1. Сутність та види імпортних операцій	11
1.2. Механізм управління імпортними операціями підприємства	24
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності імпортних операцій підприємства	29
Висновки до розділу 1	36
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ НА ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»	38
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства	38
2.2. Практика управління імпортними операціями на ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»	51
2.3. Оцінка ефективності імпортних операцій ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»	65
Висновки до розділу 2	71
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»	75
3.1. Обґрунтування напрямів удосконалення системи управління імпортними операціями.	76
3.2. Розробка комплексу заходів щодо удосконалення системи управління імпортними операціями на ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»	85
3.3. Прогнозні показники діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» з урахуванням запропонованих заходів	90
Висновки до розділу 3	97
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	105
ДОДАТКИ	110

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних економічних умовах підприємства основна діяльність яких зорієнтована на зовнішні ринки, на протидію підприємствам які виключно свою діяльність будують на внутрішній ринок, забезпечують на сьогодні основну частку валютних надходжень, прискорюючи темпи зростання економіки, забезпечуючи населення робочими місцями, знижуючи соціальну напруженість. Більшість підприємств займаються зовнішньоекономічною діяльністю, успішність якої залежить від зовнішніх чинників, які можуть сприяти поліпшенню стану ЗЕД підприємства або навпаки посилювати його. До таких чинників відносять політичні, макроекономічні, конкурентні і інші елементи зовнішнього середовища підприємства. Одним з основних чинників, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність підприємства, є імпорتنі операції.

Імпорتنі операції в Україні відіграють беззаперечно важливу роль, забезпечуючи повноцінність функціонування національної економіки. Особливість імпорتنих операцій полягає в тому що вони покривають потребу в тих видах продукції, які є необхідними для різних галузей економіки, але через низку причин не можуть бути вироблені у нашій країні. Саме ця винятковість та важливість імпорتنих операцій, а також вагомої складової зовнішньоекономічної діяльності підприємства в питанні забезпечення його ефективності та прибутковості, породжує постійну необхідність пошуку ефективних та оптимальних методів управління ними. Управління збутом продукції підприємства відіграє важливу роль не тільки в системі ведення фінансового менеджменту підприємства, це також є елементом основної маркетингової стратегії організації. Професійне ведення маркетингу є основною гарантією ефективності збуту імпортової продукції.

Саме питання удосконалення теоретичних основ імпорتنих операцій в системі зовнішньоекономічної діяльності підприємства постійно залишатиметься актуальним, а тому не втрачає свого наукового інтересу.

Ступінь розробки наукової проблеми. Вивчення проблем розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, проблем розширення зовнішніх взаємозв'язків, питання особливостей організації та ефективності імпорتنих операцій в зовнішньоекономічній діяльності підприємств надало змогу ознайомитися з предметом діяльності окремих науковців, які приділили значну увагу розгляданню цього питання. Значний науковий вклад в розглядання питань здійснення імпорتنих операцій внесли такі вчені, як Батченко Л. В., Касьянюк С.В., Константинова Ю.І. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Макогон Ю. В., Мазаракі А. А., Мельник Т. М., Мойсеєнко К.Є., Новицький В. Є., Рижиков В. С., Стровский Л.Е., Янковский Н.А. та ін..

Констатуємо значне напрацювання в дослідженні обраної проблеми, недостатньо розкритими залишаються проблеми імпортової діяльності підприємств в умовах зміни політичного вектора розвитку та прагнення до європейської інтеграції економіки.

Метою даної випускної кваліфікаційної роботи є вивчення існуючих теоретичних підходів до економічних категорій «зовнішньоекономічна діяльність підприємства» та «імпортні операції» та їх систематизація, та положення в системі світових економічних зв'язків.

Завдання даної роботи впливають із поставленої мети та передбачають:

- розкриття теоретичних засад сутності та видів імпорتنих операцій;
- визначення підходів до управління імпортними операціями підприємства;
- узагальнення методичних підходів оцінки ефективності імпорتنих операцій підприємства;
- аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»;
- дослідження практики управління імпортними операціями на ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»;
- оцінка ефективності імпорتنих операцій ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»;
- обґрунтування напрямів удосконалення системи управління імпортними операціями;
- розробка комплексу заходів щодо удосконалення системи управління

імпортними операціями на ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»;

- розрахунок прогнозних показників діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» з урахуванням запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес управління імпортними операціями в функціонуванні підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти сутності імпортних операцій як основи зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Дослідження проведено на базі ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» м. Київ, що є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності та здійснює операції з імпорту.

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

Інформаційну базу дослідження складають монографії, фахові статті зарубіжних і вітчизняних вчених, нормативно-правові акти, що регулюють діяльність підприємства на державному та міжнародному рівнях, статистичні матеріали за проблематикою дослідження, фінансова та статистична звітність підприємства ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», інформаційних агенцій та ресурсів Інтернет.

Обробка інформаційного матеріалу здійснювалася з використанням сучасних інформаційних технологій. Для виконання економіко-математичних розрахунків, статистичної обробки інформації, побудови порівняльних таблиць, діаграм і графіків було застосовано MS EXCEL.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

Апробація дослідження представлена в науковій статті Шевченко В.: «Імпортні операції в зовнішньоекономічній діяльності підприємств: теоретико-аналітичний аспект».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та види імпорتنих операцій

Головною умовою розвитку та становлення ринкової економіки на основі інтенсифікації економічних відносин між країнами протягом останнього століття є посилення імпоротної діяльності як для окремого суб'єкта господарювання, так і для всієї країни в цілому.

В сучасних економічних умовах підприємства основна діяльність яких зорієнтована на зовнішні ринки, на протигагу підприємствам які виключно свою діяльність будують на внутрішній ринок, забезпечують на сьогодні основну частку валютних надходжень, прискорюючи темпи зростання економіки, забезпечуючи населення робочими місцями, знижуючи соціальну напруженість. Більшість підприємств займаються зовнішньоекономічною діяльністю, успішність якої залежить від зовнішніх чинників, які можуть сприяти поліпшенню стану ЗЕД підприємства або навпаки посилювати його. До таких чинників відносять політичні, макроекономічні, конкурентні і інші елементи зовнішнього середовища підприємства. Одним з основних чинників, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність підприємства, є імпорتنі операції.

Імпорتنі операції в Україні відіграють беззаперечно важливу роль, забезпечуючи повноцінність функціонування національної економіки. Особливість імпорتنих операцій полягає в тому що вони покривають потребу в тих видах продукції, які є необхідними для різних галузей економіки, але через низку причин не можуть бути вироблені у нашій країні. Саме ця винятковість та важливість імпорتنих операцій, а також вагомої складової зовнішньоекономічної діяльності підприємства в питанні забезпечення його ефективності та

прибутковості, породжує постійну необхідність пошуку ефективних та оптимальних методів управління ними.

Вивчення проблем розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, проблем розширення зовнішніх взаємозв'язків, питання особливостей організації та ефективності імпорتنих операцій в зовнішньоекономічній діяльності підприємств надало змогу ознайомитися з предметом діяльності окремих науковців, які приділили значну увагу розгляданню цього питання. Значний науковий вклад в розглядання питань здійснення імпорتنих операцій внесли такі вчені, як Батченко Л. В., Касьянюк С.В., Константинова Ю.І. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Макогон Ю. В., Мазаракі А. А., Мельник Т. М., Мойсеєнко К.Є., Новицький В. Є., Рижиков В. С., Стровский Л.Е., Янковский Н.А. та ін..

Проте констатує значне напрацювання в дослідженні обраної проблеми, недостатньо розкритими залишаються проблеми імпортової діяльності підприємств в умовах зміни політичного вектора розвитку та прагнення до європейської інтеграції економіки.

Імпортні операції в зовнішньоекономічній діяльності підприємств виступають важливими аспектами його ефективності та результативності, а в питанні розвитку та функціонування національної економіки чи не однією із головних умов її стабільності.

Як відомо саме за рахунок імпорту забезпечується потреба в устаткуванні, комплектуючих, сировині, матеріалами та іншими товарами які або не виробляються або не можливо забезпечити їх виробництво в нашій країні, без яких неможливе повноцінне функціонування більшості галузей національної економіки.

Беззаперечним є той факт що на сьогодні більшість підприємств значну увагу приділяють імпорту окремих видів продукції та сировини, аніж на власному їх виробництві. Дана ситуація продиктована здебільшого за рахунок того що імпортовані товари часто бувають дешевшими та переважають за якістю, порівняно з аналогічними товарами, виготовленими в Україні.

Актуальність даного дослідження і обумовлюється зазначеною особливістю

та постійним зростанням підприємств, що здійснюють імпорتنі операції. Саме останнє і вимагає постійного пошуку шляхів вдосконалення управління імпортною діяльністю.

Обумовлена проблематика, зокрема в питанні ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств в цілому та імпортних операцій зокрема, сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, оскільки на сьогодні незважаючи на важливість імпорту для української економіки, та те що імпорт загалом є традиційним явищем, існує негативна тенденція пов'язана з від'ємним значенням зовнішньоторговельного сальдо. Іншими словами наша країна більше імпортує аніж експортує.

Слід погодитися з більшістю науковців, узагальнюючою думкою яких є позиція стосовно якої розглядати імпорт, коли він перевищує обсяги експорту, як негативне явище для економіки не завжди вірно, оскільки, таку ситуацію слід використовувати як джерело нарощування обсягів експорту, змінюючи зовнішню політику таким чином щоб нарощувати механізм імпортозаміщення [2, 3, 4, 5, 6].

Щодо останнього погодимося із Мазаракі А.А., Мельник Т. М. та Дячек В.В. які притримуються бачення стосовно першочергово використання політики імпортозаміщення та зниження енергозалежності [3, с.7, 7, с. 18]. Зокрема щодо останнього, а саме зниження енергозалежності, чи не одне з основних завдань щодо імпортозаміщення, оскільки в товарній структурі імпорту продукти нафти та продуктів її переробки а також газу займають близько 50%.

Правильна організація та управління імпортною діяльністю підприємств може забезпечити підвищення власної ефективності, налагодження зовнішньоекономічних зв'язків та подальше просування на міжнародному ринку. Проте, не слід забувати, що в даному питанні важливості набуває і постійне удосконалення теоретичних підходів досліджуваної категорії із врахуванням сучасних інтеграційних процесів та міжнародних викликів.

Через те, слід зазначити, що саме тематика вищеназваних проблем досить тісно переплітається з актуальністю вивчення ключових аспектів формування імпоротної діяльності на рівні підприємства, як основного суб'єкта

господарювання, який не тільки дотичний до усіх питань, які пов'язані з дослідженням зовнішньоторговельних відносин, а і безпосередньо є організацією, що продукує та визначає їх предмет.

Вдалою по відношенню до цього є думка Шкурупій О.В. яка полягає в тому, що на сьогодні, розвиток імпортої діяльності підприємства можна ототожнювати з досить різноманітними сферами взаємодії з зовнішнім ринком, які стосуються як високих кваліфікаційних якостей правників, так і наявності сучасних технологій, що тільки підсилює тенденцію до інтернаціоналізації господарського життя, сприяє розвитку міжнародної спеціалізації і кооперації виробництва [8].

Як висновок, значимість таких зв'язків постійно зростає. Ми вважаємо, що для того, щоб обґрунтувати поняття «імпортої операції підприємства», необхідно звернути увагу на те, чи слід його ототожнювати з поняттям «зовнішньоекономічної діяльності», розуміти як похідне, частинку, чи навпаки.

І в цьому питанні, наведемо думку згадуваного раніше вченого Шкурупій О.В. яка полягає в тому, що, зовнішньоекономічна діяльність сприяє розвитку перспективних напрямів імпортої потенціалу, і Україна саме за рахунок зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання вирішує проблему нестачі енергоносіїв, новітніх машин та устаткування, технологій, товарів, інвестицій та інновацій [8].

Імпортої операції істотно відрізняються від внутрішніх за своїми специфічними властивостями, а саме: наявність іноземного елемента, при цьому розуміють нерезидентність однієї з сторін; застосування іноземного та міжнародного права, міжнародних торгових законів та звичаїв регулювання зовнішньоекономічних відносин; використання валют іноземних держав при здійсненні імпортої операцій.

Таким чином, імпортої операції підприємства мають ряд специфічних напрямів міжнародної торгівлі, які відрізняють її від внутрішніх торгових операцій, та передбачають зовсім інших механізмів управління та методів оцінювання.

Саме тому, актуальними залишаються дослідження, спрямовані на пошук ефективних та оптимальних методів управління імпортої операціями

підприємства.

Дана ситуація безпосередньо вимагає зокрема і удосконалення теоретичних підходів до сутності складових зовнішньоекономічної діяльності підприємства. В даному ракурсі за доцільне рахуємо розпочати з аналізу наукових тлумачень категорії зовнішньоекономічна діяльність оскільки імпорتنі операції безпосередньо виплавають із зазначеної категорії. Для зручності та лаконічності систематизації та висвітлення наукових поглядів щодо визначення сутності категорії зовнішньоекономічна діяльність структуруємо їх в табл. 1.1.

Короткий аналіз наукових поглядів щодо сутності категорії «зовнішньоекономічна діяльність» дозволяє навести власне її бачення, а саме зовнішньоекономічна діяльність підприємства це така діяльність яка визначається сукупністю відповідних зовнішньоекономічних торгівельних операцій, їх типів, форм та видів, забезпечуючих виробничо-господарську, організаційно-економічну і оперативно-комерційну функції підприємства відповідно до зовнішньоекономічних зв'язків, пов'язаних з виходом підприємства на зовнішній/внутрішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях.

Під сукупністю відповідних зовнішньоекономічних торгівельних операцій нами розглядаються операції з експорту та імпорту товарів, послуг тощо.

Отже, відносно цього цілком виправдано говорити про експортні та імпорتنі операції в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Враховуючи напрям дослідження, подальшу увагу приділимо виключно імпортним операціям.

Дослідивши літературні джерела [3-17] констатуємо той факт що більшістю авторами вживається поняття як імпорتنі операції так і імпортна діяльність, частина з яких ототожнює їх, інша ж розмежовує.

Нами ж притримується думка щодо неможливості ототожнювання даних категорій, ґрунтуючись на те що в економічних науках операція являється складовою частиною цілісності чи то процесу чи то діяльності. Врахувавши попередньо проведений аналіз наукових постулатів сутності категорії зовнішньоекономічної діяльності, робимо висновок стосовно якого будь-яка зовнішньоекономічна торгівельна операція є безпосередньою складовою цілісності

діяльності і в нашому випадку такою є зовнішньоекономічна. Іншими словами імпортна операція є складовою імпортною зовнішньоекономічної діяльності.

Таблиця 1.1

**Систематизації наукових поглядів щодо визначення сутності категорії
«зовнішньоекономічна діяльність»**

АВТОР (ДЖЕРЕЛО)	ХАРАКТЕРИСТИКА КАТЕГОРІЇ
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [9]	це «діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними...»
Господарський кодекс України [10]	господарська діяльність, яка в процесі її здійснення потребує перетинання митного кордону України майном та (або) робочою силою
Бабицький А. [11]	діяльність суб'єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб'єктів господарської діяльності (іноземних підприємств), яка заснована на взаємовідносинах і здійснюється або на території України, або за її межами
Гребельник О. [12]	це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудований на взаємовідносинах між ними, що має місце на митній території України та за її межами
Дідівська Л.[13]	це розвиток економічних відносин між країнами, що здійснюють зовнішню торгівлю, міграцію капіталів і робочої сили; формують міжнародні науково-технічні та виробничі зв'язки
Швайка Л. [14]	це сукупність відносин суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарювання, побудованих на принципах взаємної вигоди, еквівалентного обміну і дотримання положень міжнародного права
Письмаченко Л. [15]	є складовою агрегованою економічною категорією, яка складається з окремих елементів і класифікується за типами, формами та видами
Багірова В. та ін. [16]	діяльність суб'єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб'єктів господарської діяльності (іноземних підприємств), яка базується на взаємовідносинах і здійснюється або на території України, або за її межами ЗЕД підприємств ототожнюються передусім зі здійсненням експортних та імпорتنих торговельних операцій
Економічний словник [17]	одна зі сфер економічної діяльності підприємства, яка тісно взаємозв'язана із зовнішньою торгівлею, експортом, імпортом, іноземними кредитами та інвестиціями, здійсненням з іншими країнами спільних проектів
Ковалевська А. [18]	особлива галузь теоретичних та практичних знань, пов'язаних з організацією та технікою проведення міжнародних комерційних операцій у процесі міжнародного обміну матеріальними цінностями та послугами, яка виникає лише за умов включення іннаціонального контрагента до багатоетапного циклу процесу виробництва
Дроздова Г. [19]	сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і

	оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях
--	--

Джерело: сформовано автором на основі літературних джерел [9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19]

Доказом є зокрема наведене бачення імпорту в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» в якому, імпорт слід розглядати як купівлю товарів з метою отримання матеріальної винагороди українськими учасниками ЗЕД (зовнішньоекономічної діяльності) у зарубіжних суб'єктів ЗЕД без обов'язкового переміщення товарами митного кордону країн [9].

Для здійснення ж імпортової діяльності обов'язковою умовою є перетин митного кордону України, котрий засвідчує відповідно оформлена вантажно-митна декларація, що є причиною виникнення податкових зобов'язань, саме це і передбачено Податковим кодексом України [20].

Отже, зазначене дозволяє говорити про те що імпорт товарів (продукції) це діяльність чи операція направлена на купівлю суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних партнерів товарів із вивезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установам та організаціям України, розташованим за її межами.

В свою, чергу під імпортними операціями слід розглядати комерційну діяльність яка пов'язана саме із купівлею імпортованих товарів чи послуг (продукції), що включає у себе угоду між покупцем та продавцем, з метою ввезення їх на територію здійснення безпосередньої діяльності, з подальшою реалізацією на внутрішньому ринку чи власного використання у виробничій діяльності.

Логічним продовженням на нашу думку поряд із значенням поняття «імпортна діяльність», що тотожне змістовому наповненню категорії «імпорт», розглянути сутність поняття «імпортна операція» як основного складового елемента імпортової зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Дотримуючись обраного формату систематизації та висвітлення наукових поглядів щодо визначення сутності досліджуваних категорій, відобразимо їх у вигляді таблиці (табл. 1.2).

Короткий аналіз літературних джерел ще раз підтверджує нашу позицію

відносно якої поняття «імпортна операція» є основним складовим елементом поняття «імпортна діяльність», та їх ототожнення, не є зовсім вірним.

Таблиця 1.2

**Систематизації наукових поглядів щодо визначення сутності категорій
«імпорт» та «імпортна операція»**

АВТОР (ДЖЕРЕЛО)	КАТЕГОРІЯ	ХАРАКТЕРИСТИКА КАТЕГОРІЇ
ШкурूपійО. [21]	«ІМПОРТ»	процес, що передбачає купівлю продукції товарного та нетоварного характеру, виготовлену на території держави іноземного партнера для вжитку або подальшого продажу у територіальних межах країни-імпортера
Решетняк К. [22]		ввезення на територію імпортувальної країни продукції, що виготовлена або підлягає реалізації на території країни-контрагента з метою її використання чи перепродажу
Новицький В. [6]		Передбачає завезення на територію країни товарної маси за відповідно оформленою купівельною операцією із іншої країни для продажу і споживання продукції на теренах країни-імпортера
Тюріна Н. [23]	«ІМПОРТНА ОПЕРАЦІЯ»	є процесом купівлі та перевезення через митний кордон країни товарів іноземного походження з метою реалізації такої продукції на національному ринку або власного споживання імпортером. За переконаннями автора, обов'язковою умовою будь-якої імпоротної операції є її правове підтвердження за допомогою угоди зовнішньоторговельного характеру
Зін'є. [24]		тип операцій, що характеризуються залученням суб'єктом з України із виплатою відповідної грошової компенсації продукції шляхом необов'язкового ввезення цієї продукції на територіальні землі країни-імпортера, а передбачаючи можливість споживання такого товару суб'єктами різного роду діяльності, що розміщені за кордоном
Козик В., Панкова Л. та ін. [25]		це процес залучення продукції із-за кордону із виплатою відповідної матеріальної винагороди та перетином цією продукцією кордону України з метою її внутрішнього використання суб'єктом зовнішньоекономічних відносин на території країни-імпортера або подальшого перепродажу

Джерело: сформовано автором на основі літературних джерел [6, 21, 22, 23, 24, 25]

Проведені дослідження дозволяють говорити нам про імпортні операції як про сукупність взаємопов'язаних операцій (дій) в зовнішньоекономічній діяльності підприємства з купівлі продукції без перетину нею кордону країни для реалізації її з метою підвищення власної ефективності та прибутковості, формуючи цим відповідну складову зовнішньоекономічної діяльності, а саме імпортну складову діяльності.

В свою чергу імпортна діяльність це загальна сукупність взаємопов'язаних операцій що передбачають купівлю товарів чи послуг з обов'язковим переміщенням її через митний кордон.

Для підтвердження звернемося до ст. 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» яким передбачено, що в нашій країні

підприємствами здійснюються такі види діяльності: експорт та імпорт товарів, капіталу та робочої сили; надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності; наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання і підготовка спеціалістів на комерційній основі; міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України; кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних і страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України у випадках, передбачених її законом; спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій і спільне володіння майном як на території України, так і за її межами; підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торгових марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку суб'єктів господарської діяльності; аналогічна діяльність за межами України; організація і здійснення діяльності у сфері проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, здійснюваних на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; організація і здійснення оптової, консигнаційної та роздрібної торгівлі на території України за іноземну валюту у випадках, передбачених законодавством України; товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах 24 зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; орендні, у тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; операції із придбання, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах і на міжбанківському

валютному ринку; роботи на контрактній основі фізичних осіб з України з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами; робота іноземних фізичних осіб на контрактній платній основі із суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності як на території України, так і за її межами та інші не заборонені законодавством України види зовнішньоекономічної діяльності [10].

Як висновок, всі операції з імпортними товарами можна умовно розділити на кілька видів. Для зручності систематизуємо та відобразимо на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Основні види імпорту операцій та критерії їх характерних ознак

Джерело: сформовано автором на основі джерел [13, 29]

Підводячи підсумки вищенаведеного можна сформулювати, що під імпорту операціями слід вбачати комплекс процедур, який забезпечує виконання сторонами різної державної приналежності зобов'язань, пов'язаних із купівлею (імпортом) товарів на комерційній основі при обов'язковій умові перетину даними товарами державного кордону і укладанням зовнішньоторговельного контракту. Схематично зазначену процедуру відобразимо на рис. 1.2.

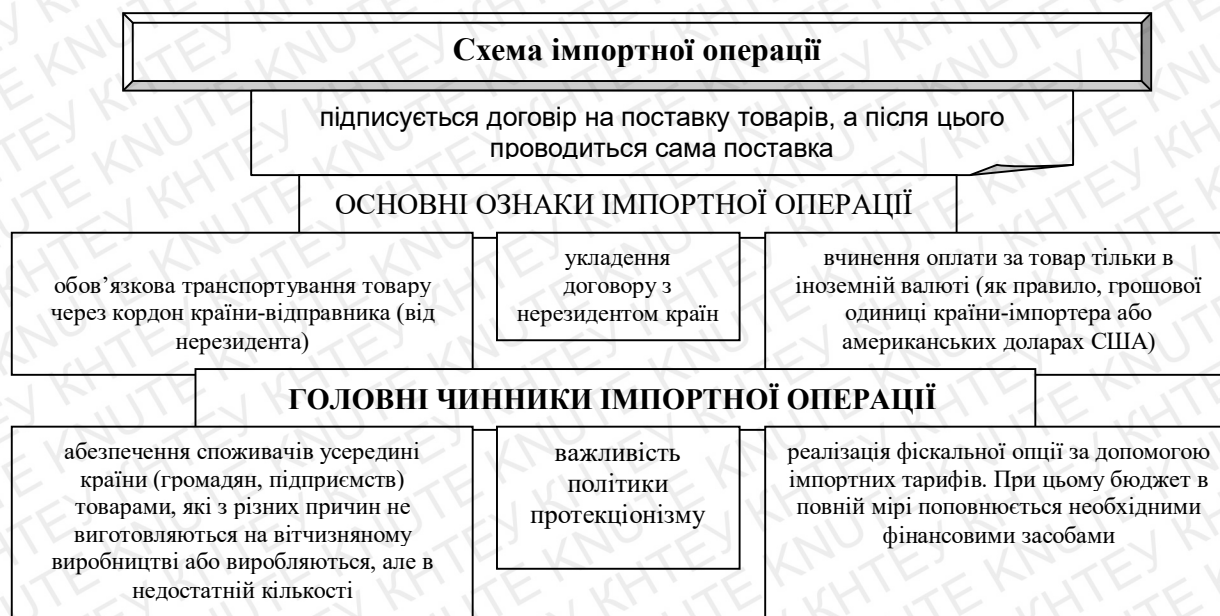


Рис. 1.2. Схема імпортової операції суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності *

*Джерело: сформовано автором на основі джерел [29, 31]

Аналіз наукових підходів у формуванні імпортової діяльності дозволив визначити взаємозв'язки та взаємообумовленість таких понять як «імпорт» та «імпортні операції», остання з яких виступає у формі виробничо-комерційних операцій, які здійснюються при виході на зовнішні ринки, і через те її слід розглядати як на кон'юнктурному, так і на стратегічному рівні. Також, можна ствердно сказати про те що імпортні операції виступають складовою частиною широкої ланки маркетингової системи підприємства. Безпосередньо на ефективність імпортних операцій впливає увесь процес імпорту, від закупівлі товару закордоном, до його реалізації на національному ринку.

1.2. Механізм управління імпортними операціями підприємства

Участь вітчизняних підприємств в міжнародній торгівлі є джерелом їх економічних переваг, що безпосередньо залежить від ефективності імпортних операцій та їх управління.

Погоджуємося із авторами які говорять про те, що управління імпортними операціями підприємства здійснюється з огляду на результати аналізу ринкової

ситуації та тенденції її зміни, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на рішення, що приймаються керівництвом компанії [27, 28].

Відносно цього, управління імпортними операціями передбачає розробку відповідних програми і планів діяльності підприємства для контролю за їх виконанням, аналізу, обліку та оцінки ефективності самої стратегії підприємства та розробкою відповідного механізму управління. Він покликаний забезпечити реалізацію всієї стратегії та координувати діяльність таким чином, щоб виправити ситуацію, яка не відповідає стратегічним орієнтирам підприємства. Таким чином, обов'язковою умовою ефективності діяльності підприємства є механізм управління імпортними операціями.

Для того, щоб забезпечити ефективну реалізацію імпортних операцій підприємства, спеціалісти зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві повинні забезпечити ефективне функціонування усього процесу операцій імпорту.

Ще раз хочеться зазначити, що на сьогодні імпорту є основною частиною зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств.

Як вже нами зазначалося, під імпортними операціями слід розглядати комерційну діяльність яка пов'язана саме із купівлею імпортних товарів чи послуг (продукції), що включає у себе угоду між покупцем та продавцем, з метою ввезення їх на територію здійснення безпосередньої діяльності, з подальшою реалізацією на внутрішньому ринку чи власного використання у виробничій діяльності.

Забезпечення ефективності та надійності імпортних операцій, менеджери підприємства повинні ретельно підходити до вибору компанії-партнера (імпортера), керуючись основними критеріями, які в більшій мірі здатні забезпечити зазначене (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Основні критерії для ретельного підходу вибору компанії-партнера (імпортера) іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: сформовано автором на основі джерел [13, 29]

Зупинимося на одному із критеріїв, а саме країні походження підприємства – іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, оскільки цей критерій передбачає найбільш клопіткий аналіз, яким безпосередньо передбачено аналіз загального політичного та економічного становища держави, вивчення кон'юнктури ринку, інвестиційного клімату, стабільності валютного курсу, інфляційних процесів, тощо.

Даного напрямку реалізації підтримує і Науменко В.П., стверджуючи що перед тим, як приступити до здійснення зовнішньоекономічної діяльності, потенційному менеджерів ЗЕД варто не тільки ознайомитися з географічним розташуванням тієї закордонної держави, з якою він планує налагодити партнерський контракт, але й скрупульозно вивчити законодавство в сфері зовнішньоекономічних відносин такої держави[30].

Не слід також, забувати і про необхідність аналізу на внутрішньому ринку, провівши аналіз безпосередніх учасників-конкурентів та кон'юнктури ринку товарів чи послуг, на який робиться основний акцент діяльності підприємства.

На нашу думку, саме дослідження зазначених критеріїв являється певним гарантом необхідним для прогнозування успіху реалізації імпортних операцій (угод), та подальшого зниження пов'язаних із ними ризиків.

Продовжуючи, слід акцентувати увагу на тому, що планування імпортних

операцій – це безпосередні організаційно-комерційні дії, направлені на розробку механізму управління ними, якими передбачається розробка технічних та цінових політик, організації торгів, розгляд отриманих ofert та комерційних пропозицій від іноземних компаній.

Безпосередньо механізм планування, а в подальшому управління імпортними операціями передбачає першочергові етапи попереднього вибору компанії-партнера(імпортера) – іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, з подальшою можливістю заключення та виконання імпоротної (комерційної) угоди (рис. 1.4).

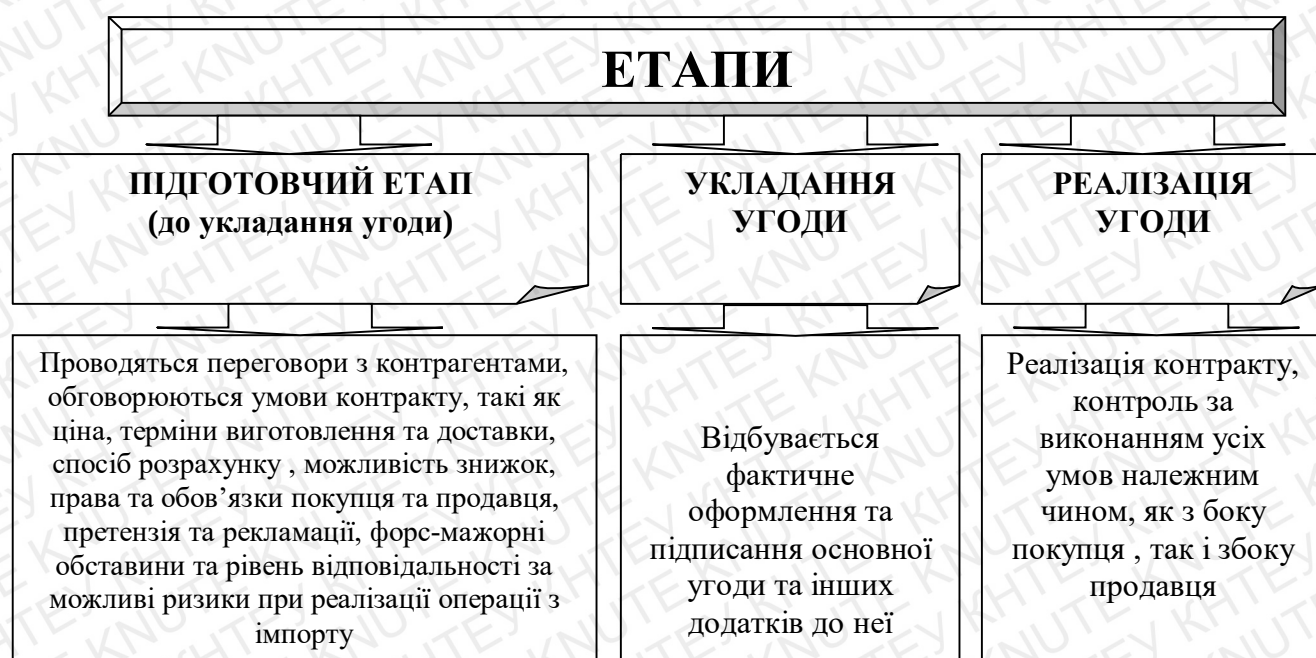


Рис. 1.4. Першочергові етапи попереднього вибору компанії-партнера (імпортера) – іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності *

*Джерело: сформовано автором на основі джерел [28, 29]

Важливим завданням підприємства для забезпечення ефективності імпортних операцій є механізм планування, організування, управління і регулювання руху товарів у часі та просторі від компанії-партнера (імпортера) – іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності до українського споживача.

Іншими словами формування ефективної підсистеми імпортних операцій якою є логістика, тобто, підсистеми постачання і збуту як системи, яка складається із сукупності взаємопов'язаних підсистем, а саме: опрацювання

замовлення, обслуговування клієнтів, транспортування, сортування, зберігання, формування запасів, пакування та маркування імпортової продукції. Схематично цей механізм можна зобразити таким чином (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Механізм управління логістичного просування товарів при здійсненні імпортових операцій*

*Джерело: сформовано автором на основі джерел [28, 29, 31]

Як бачимо, загальна схема логістичного ланцюга під час здійснення імпортових операцій сформована з кількох підсистем: постачання, транспортування, зберігання, збуту та споживання. При цьому, в логістичному ланцюгові доцільно формувати дві підсистеми транспортування – одна з яких буде забезпечувати імпортові операції, а інша – внутрішньо-організаційні операції. Залежно від умов, логістичний ланцюг може працювати як за загальною схемою, коли продукція послідовно проходить через всі підсистеми, так і за спрощеною – коли обминаються певні підсистеми чи їхні елементи, формуючи цим самим конкурентоспроможність цілісної організаційної структури підприємства як елементу системи управління імпортовою діяльністю.

Саме остання в умовах переходу підприємства до нових умов ведення бізнесу потребує постійного корегування, що дозволяє забезпечувати більшу ефективність імпортових операцій як показника діяльності системи менеджменту.

Загалом при побудові організаційних форм зовнішньоекономічної діяльності підприємства починають із максимальної централізації, поступово

переходячи до однієї з форм децентралізації. При цьому будь-яке підприємство з плином часу змушене шукати нові організаційні форми ЗЕД, оскільки «закостенілі» організаційні структури через певний період часу негативно впливають на результати здійснення зовнішньоекономічних операцій. Слід зазначити, що в основі вибору конкретної організаційної форми ЗЕД лежить переважно експертний метод. Так, керівний склад підприємства та директор з розвитку повинні систематично проводити аналіз ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності для оперативного прийняття заходів щодо впровадження змін.

Проаналізувавши праці вітчизняних науковців, ми зробили висновки, що є два підходи до організації імпортової діяльності підприємства – прямий та непрямий.

Непрямий метод застосовується більш широко, оскільки спрощує для імпортера процедуру закупівлі товарів та не потребує зайвих витрат на пошук прямих постачальників товарів. Такий метод застосовується підприємствами, які не мають власної збутової мережі, здійснюють імпортні операції в незначних обсягах або на періодичній основі. Однак, якщо підприємство прагне встановити тісні довгострокові зовнішньоекономічні зв'язки, воно повинно надавати перевагу прямому методу. При застосуванні прямого методу імпорту, підприємство має можливість знизити вартість куплених товарів через відсутність комісії посереднику, зменшує можливі ризики, може більш ретельно контролювати торгові операції. Прямий метод застосовується українськими підприємствами переважно в тих випадках, коли вони є підрозділами ТНК та міжнародних компаній, мають довгострокові контракти з іноземними фірмами, є великими компаніями, відомими на світовому ринку або компаніями, що здійснюють закупівлю сировини, матеріалів та обладнання [9, 12].

Використовуючи оптимальний та правильно підібраний метод організації імпортової діяльності підприємство може забезпечити підвищення ефективності своєї роботи, налагодження зовнішньоекономічних зв'язків та подальше просування на міжнародному ринку. Ретельно розроблена політика менеджменту

має оптимізувати роботу усього підприємства для зниження витратної частини на організацію зовнішньоекономічної діяльності підприємства та підвищення ефекту від проведених операцій.

1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності імпорتنих операцій підприємства

Однією із головних умов проведення ЗЕД є ефективність імпорتنих операцій підприємства, яка з однієї сторони проявляється через наявність на ринку великої кількості іноземної продукції та рівня ефективності діяльності самого підприємства.

Імпортні операції стимулюють обіг іноземної валюти, викликають здорову конкуренцію на внутрішньому ринку, допомагають розвитку внутрішнього бізнесу за рахунок використання імпоротної продукції для власного виробництва та задовольняє потреби споживачів у товарах та послугах краще, ніж вітчизняний виробник, або за рахунок високої якості або вигідної цінової політики.

Без перебільшення є те що великий бізнес в сьогоднішніх ринкових умовах господарювання, не може функціонувати без використання імпорتنих операцій у своїй діяльності. Саме вони в певній мірі забезпечують розширення та зростання господарської діяльності забезпечуючи одночасно і вихід на зовнішні ринки власно вироблених товарів та послуг, реалізуючи імпортні товарів на внутрішньому ринку та використовуючи імпортну сировину або готову продукцію для господарської діяльності.

Підприємство яке основну увагу приділяє імпортним операціям постійно перебуває в пошуку максимально вигідно закупити продукцію за кордоном для подальшої реалізації її на внутрішньому ринку або для власного використання. Означене дозволяє говорити про цільове призначення імпорتنих операцій, для яких характерні особливості їх оцінювання.

Так, наприклад якщо для товарів які завозять для безпосередньої реалізації його на внутрішньому ринку ситуація щодо оцінювання ефективності від таких

операцій, то більш складною є ситуація, коли підприємство імпортує продукцію для власного використання.

Враховуючи це, зупинимося більшістю на ефективності імпортних операцій для реалізації на внутрішньому ринку. В цьому випадку витратами підприємства – імпортера є контрактна ціна товару, транспортно-логістичні витрати, оплата праці, розміщення товарів в точках збуту та інші витрати.

Іншими словами, розрахунок економічної ефективності від імпортних операцій проводиться шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту

Під результатами розуміють грошову, вартісну оцінку отриманого прибутку для підприємства: грошові надходження за відправлену продукцію, виконані роботи та послуги, вартість отриманого товару, робіт, послуг та ін. Під витратами розуміють грошову, вартісну оцінку виробничих ресурсів, які залучилися до господарського обігу: вартість сировини. Матеріалів, енергії, трудових ресурсів. Послуг сторонніх організацій, обов'язкові відрахування в різні державні фонди та інші витрати, без яких торгова угода не може бути здійснена. Економічні результати та витрати ресурсів мають кількісний вимір. В тому й економічна ефективність може вимірюватися кількісно, тобто мати певний критерій ефективності.

Перш ніж перейти до методології оцінювання ефективності імпортних операцій безпосередньо через реалізацію на внутрішньому ринку, зупинимося та наведемо систему аналітичних показників які застосовуються для оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства пов'язаною із імпортними операціями (рис.1.6).

Не менш важливого значення в оцінюванні ефективності імпортної операції являється порівняти наведених показників (коефіцієнтів) з певною базою, оскільки самі по собі вони про це не свідчать.

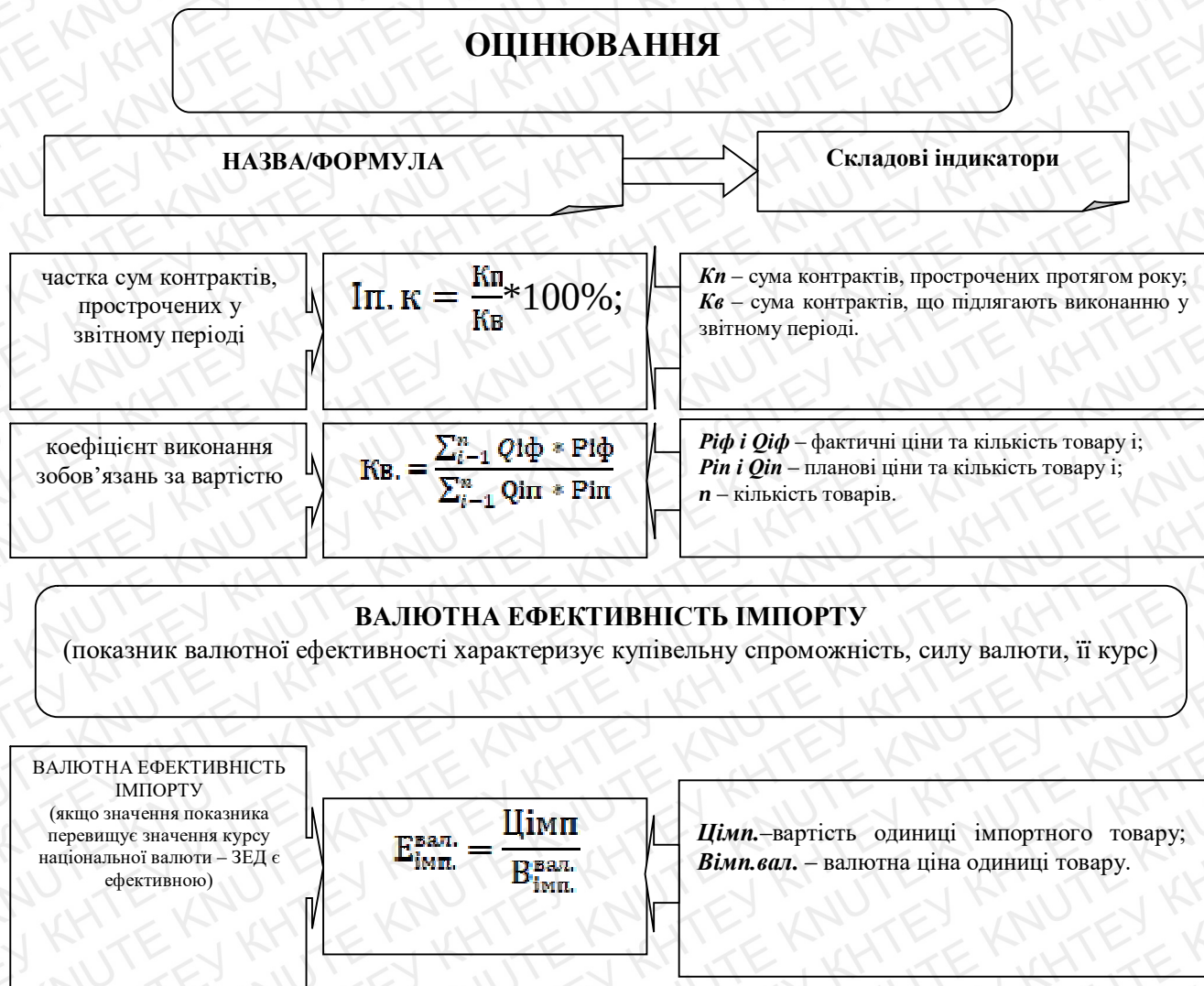


Рис. 1.6. Показники оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Джерело: сформовано автором на основі джерел [28; 29; 31; 32]

Такою базою як правило є валютні курси (базою порівняння для валютної ефективності імпорту – звичайний обмінний курс (пряме котирування)), і якщо коефіцієнт валютної ефективності перевищує значення курсу валют, то ефективність імпортичних операцій підприємства вважається ефективною.

Розрахунок зазначених показників доцільно проводити до першочергового етапу попереднього вибору компанії-партнера (імпортера) – іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, а саме перед укладанням комерційної угоди. Також дієвими показниками є для розрахунку оцінювання ефективності імпортичних операцій за попередній період.

Підводячи певний підсумок, для загальної характеристики імпоротної діяльності підприємства використовують такі показники (рис. 1.7).

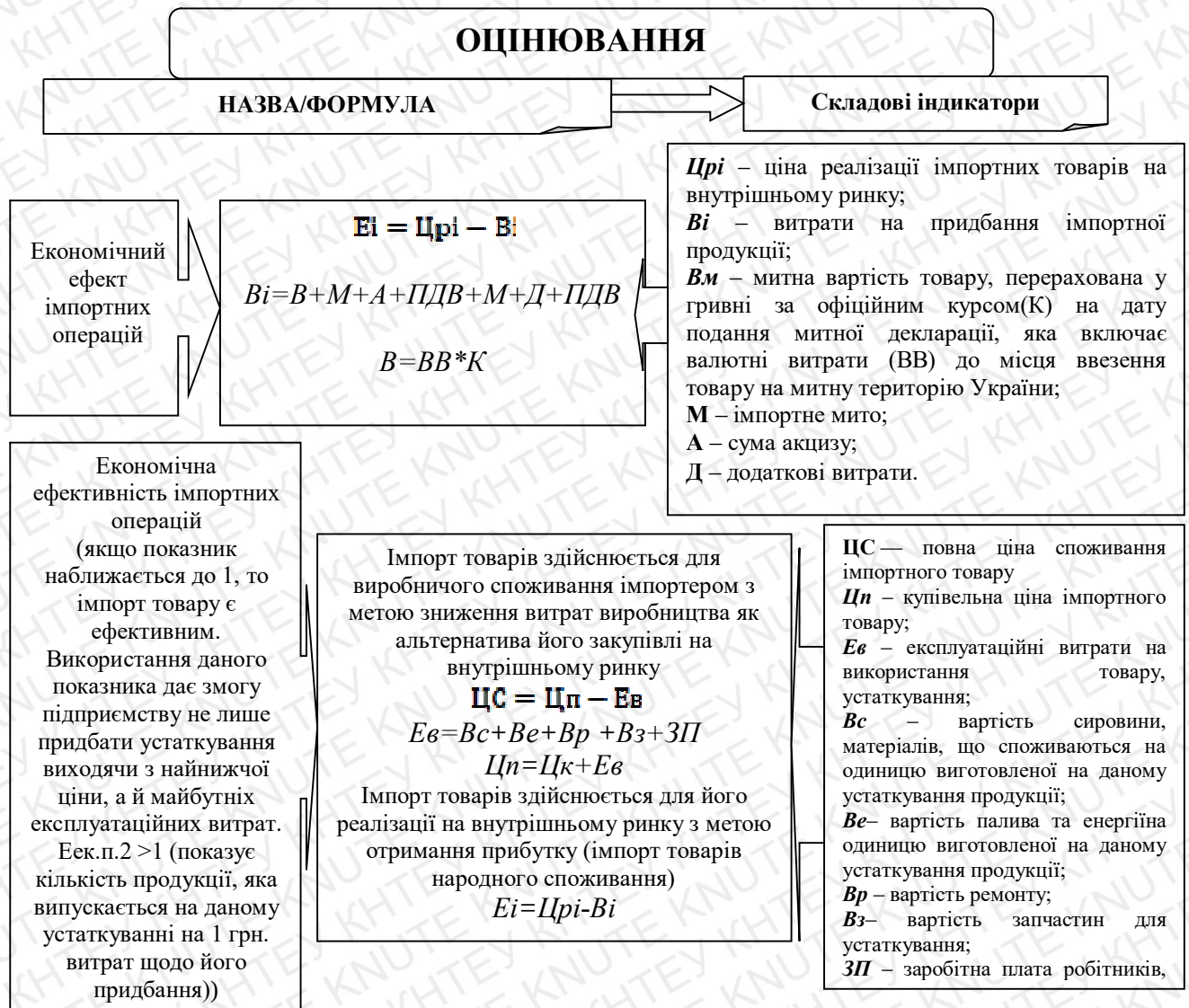


Рис. 1.7. Ефективність імпорتنних операцій (імпорту) підприємства

Джерело: сформовано автором на основі джерел [33; 42 ; 44]

Навівши загальні показники оцінювання ефективності, сконцентруємося на оцінюванні ефективності імпорتنних операцій безпосередньо пов'язаних з реалізацією на внутрішньому ринку. Економічний аналіз цього передбачає декілька підходів оцінювання таких імпорتنних операцій (рис. 1.8).



Рис. 1.8. Підходи щодо оцінювання ефективності імпортованих операцій безпосередньо призначених для реалізації продукції на внутрішньому ринку

Джерело: сформовано автором на основі джерел [31; 32; 43]

Ще раз зазначимо, що імпортовані операції є одним із видів зовнішньоекономічної діяльності, що дозволяє через використання низки показників також оцінити ефективність від імпорту завдяки використанню загальних показників ефективності операційної діяльності підприємства, що займається зовнішньоекономічною діяльністю.

Розкриємо деякі із них:

Абсолютні показники:

Основним критерієм який здатний охарактеризувати ефективність зокрема мі імпортованих операцій є рентабельність підприємства. Саме рентабельність є тим показником ефективності діяльності організації, яка і характеризує відношення прибутку до авансованого капіталу або його елементів; джерелами коштів або їх елементів; загальній величині поточних витрат або їх елементів.

1. Рентабельність підприємства в абсолютному виразі ($R_{ав}$), розраховується за формулою 1.1:

$$R_{ав} = M_{п.з.р.} - M_{п.м.р.}; \quad (1.1)$$

де $Mn.z.p.$, $Mn.m.p.$ – прибуток підприємства, відповідно, у звітному та минулому роках.

2. Зростання обсягу продажів підприємства (Op) розраховується за формулою 1.2:

$$Op = Op.z.p. - Op.m.p.; \quad (1.2)$$

де $Op.z.p.$, $Op.m.p.$ – обсяг продажів підприємства відповідно, у звітному та минулому роках.

Відносні показники ефективності підприємства:

1. Рентабельність продукції підприємства у звітному році визначають за двома критеріями, відповідні до формул 1.3; 1.4:

$$PPn.z.p. = Pn.z.p./Pn.m.p.; \quad (1.3)$$

$$PPz.p. = Pn.z.p./OPn.z.p.; \quad (1.4)$$

2. Рентабельність підприємства у звітному році розраховується за формулою 1.5:

$$Pn.z.p. = Pn.z.p./A; \quad (1.5)$$

де A – активи підприємства в звітному році (основний + оборотний капітал).

Система показників рентабельності дає оцінку діяльності організації. У рамках аналізу зовнішньоекономічних операцій, в даному випадку – імпортного договору, проводиться розрахунок коефіцієнтів дохідності та рентабельності продажів імпортованих товарів.

До коефіцієнтів дохідності можна віднести показник виручки від реалізації. Його розрахунок здійснюється за формулою 1.6:

$$Kd = (N - OK) / OK = VD / OK; \quad (1.6)$$

де Kd – коефіцієнт дохідності,

VD – сукупний чистий дохід;

N – чистий дохід від реалізації імпортованого товару по договору без ПДВ

OK – оборотний капітал, авансований у виконання угод.

Як інструмент для контролю, аналізу і моніторингу розвитку зовнішньоторговельних операцій організації можна використовувати такі показники ефективності як темп зростання, додана вартість, прибуток на використовуваний капітал, рентабельність власного капіталу.

При розрахунку планового показника збуту на основі середнього темпу

зростання (Тзр.) використаємо наступну формулу 1.7 та 1.8:

$$П_{n+1} \text{ т.зр.} = П_n \times Тзр, \quad (1.7)$$

де, $П_{n+1}$ – плановий показник на майбутній період;

$П_n$ – фактичний показник останнього періоду

$$Тзр. = \sqrt[n-1]{\frac{П_n}{П_1}} \quad (1.8)$$

де, $П_1$ – фактичний показник першого періоду;

n – кількість числових рядів;

При розрахунку планового показника збуту на основі середнього абсолютного приросту (АП) використаємо наступну формулу 1.9; 1.10:

$$П_{n+1} \text{ а.п.} = П_n + АП \quad (1.9)$$

$$АП = (П_n - П_1) / (n - 1) \quad (1.10)$$

При розрахунку планового показника методом ковзної середньої спочатку визначаються показники згладженого ряду за формулою 1.11:

$$Пз. = (П_t - П_{t-1}) / 2, \quad (1.11)$$

де, $Пз.$ – показник згладженого ряду;

$П_t$ – фактичний поточний показник числового ряду;

$П_{t-1}$ – фактичний показник попереднього до поточного числового ряду;

Потім визначається середній абсолютний приріст за згладженим рядом за формулою 1.12:

$$АП = (Пз.n - Пз.1) / (n - 1), \quad (1.12)$$

де, $Пз.n$ – показник згладженого ряду у останньому періоді;

$Пз.1$ – показник згладженого ряду у першому періоді;

n – кількість періодів.

Розрахунок планового показника ($П_{n+1} \text{ з.р.}$) за згладженим рядом визначається за формулою 1.13:

$$П_{n+1} \text{ з.р.} = Пз.n + АП \quad (1.13)$$

Варто зауважити, що в ринкових умовах підприємство не повинно обмежуватись лише класичними способами оцінки та аналізу ефективності імпорتنих операцій, оскільки вони не завжди дозволяють визначити реальний вплив ефективності управління такою діяльністю на фінансове становище підприємства, загальну ефективність його діяльності, а також на його платоспроможність.

Висновки до розділу I

Імпортні операції є частиною широкої ланки маркетингової системи підприємства. На ефективність імпорتنих операцій впливає увесь процес імпорту, від закупівлі товару закордоном, до його реалізації на національному ринку.

Аналіз наукових підходів у формуванні імпоротної діяльності дозволив визначити взаємозв'язки та взаємообумовленість таких понять як «імпорт» та «імпортні операції», остання з яких виступає у формі виробничо-комерційних операцій, які здійснюються при виході на зовнішні ринки, і через те її слід розглядати як на кон'юнктурному, так і на стратегічному рівні. Також, можна ствердно сказати про те що імпортні операції виступають складовою частиною широкої ланки маркетингової системи підприємства. Безпосередньо на ефективність імпорتنих операцій впливає увесь процес імпорту, від закупівлі товару закордоном, до його реалізації на національному ринку.

Відносно цього, управління імпортними операціями передбачає розробку відповідних програми і планів діяльності підприємства для контролю за їх виконанням, аналізу, обліку та оцінки ефективності самої стратегії підприємства та розробкою відповідного механізму управління. Він покликаний забезпечити реалізацію всієї стратегії та координувати діяльність таким чином, щоб виправити ситуацію, яка не відповідає стратегічним орієнтирам підприємства. Таким чином, обов'язковою умовою ефективності діяльності підприємства є механізм управління імпортними операціями.

Безпосередньо механізм планування, а в подальшому управління імпортними операціями передбачає першочергові етапи попереднього вибору компанії-партнера (імпортера) – іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, з подальшою можливістю заключення та виконання імпоротної (комерційної) угоди, що передбачає для цього відповідні фактори, зокрема: вибір країни закупівлі товару; вибір надійного імпортера; розроблення ефективної цінової політики; розробка програми управління ризиками; побудова ефективного логістичного ланцюга реалізації імпоротної продукції, тощо.

Ефективність здійснення імпорتنих операцій оцінюється абсолютними та відносними показниками. Основними в системі оцінки виділяють такі: показник

економічного ефекту; показник валютного ефекту; показник економічної ефективності зовнішньоекономічних операцій; рентабельність підприємства; рентабельність продукції; рівень зростання продажів та ін.

РОЗДІЛ II. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ НА ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства

Виробничо-рекламна компанія «ОЛ ПРИНТ» (All Print Ltd.) - велике багатoproфільне підприємство, що представляє собою єдину команду, що добре працює на ринку з 1995 року.

Пріоритетним напрямком діяльності підприємства є імпорт паперу офсетного, напівглянцевого, глянцевого, матового та крейдованого та іншої продукції. На підприємстві працює колектив спеціалістів.

Підприємство ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» вже більше 15 років здійснює зовнішньоекономічну діяльність, зокрема, операції з імпорту. Головний офіс, розташований у місті Києві, звідки відбувається продаж відправлення товарів до споживачів в усі регіони країни. Доставка товару організовується з міста Києва.

Діяльність підприємства, що пов'язана з реалізацією продукції, а також фінансовою та інвестиційною діяльністю дістають остаточну грошову оцінку в сукупності показників фінансових результатів. Ці показники подаються в розділі I «Фінансові результати» «Звіту про сукупний дохід» (див. додатки).

Основним узагальнюючим показником Звіту є чистий прибуток, який підприємство отримало за звітний період (або збитки, яких воно зазнало). У період з 2013р. по 2017 р. чистий прибуток підприємства зріс. Упродовж двох років, починаючи з 2013р. спостерігалася спадаюча динаміка чистого прибутку підприємства. Це пояснюється тим, що товариство мало більші витрати на реалізацію продукції, а також витрати, пов'язані з іншими операціями.

Починаючи з 2015 року спостерігається тенденція зросту чистого прибутку товариства. У 2016 році чистий прибуток становив 76,2 тис. грн., що на 60,1 % більше у порівнянні з попереднім 2015 роком. У 2017 році зафіксований чистий прибуток у розмірі 107,8 тис. грн., що на 41,5% більше від показника

попереднього року. Збільшення показників чистого прибутку обумовлено тим, що за останні роки зменшилась кількість конкурентів через неспроможність вистояти кризові умови українського ринку. Досліджуване підприємство за рахунок оптимізації витрат та закупівлі товарів закордоном на вигідних умовах зуміло зберегти конкурентні позиції на ринки, та зайняти одну з лідируючих позицій. Таким чином, попит на продукцію ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» стабільний, з поступовим зростаючим темпом.

Аналіз динаміки показників діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Аналіз абсолютних показників діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» станом на 2013-2017 рр., тис. грн.

Показник	Роки								
	31.12.2013	31.12.2014		31.12.2015		31.12.2016		31.12.2017	
	Фактично, тис.грн	Фактично, тис.грн	Темп росту (+)/ зниження (-) (до рівня 2013 року), %	Фактично, тис.грн	Темп росту (+)/ зниження (-) (до рівня 2014 року), %	Фактично, тис.грн	Темп росту (+)/ зниження (-) (до рівня 2015 року), %	Фактично, тис.грн	Темп росту (+)/ зниження (-) (до рівня 2016 року), %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3969,5	4406,4	11,0	17971,5	307,8	32175,1	79,0	41527,3	29,1
Інші операційні доходи	69,0	0,0	-100,0	357,9	-	1390,7	288,6	2078,3	49,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2563,3	3767,3	47,0	16388,9	335,0	23044,4	40,6	26148,2	13,5
Інші операційні витрати	143,5	367,0	155,7	1882,4	412,9	10448,4	455,1	6473,6	-38,0
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток, збиток)	201,2	272,1	35,3	58,1	-78,6	76,2	31,2	157,3	106,4
Чистий прибуток, сума, тис.грн	165,3	220,4	33,4	47,6	-78,4	76,2	60,1	107,8	41,5

складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Провівши аналіз абсолютних показників діяльності підприємства, було

виявлено тенденцію зросту показників.

Починаючи з 2015 року підприємство різкими темпами збільшило всі абсолютні показники своєї діяльності. Це обумовлено тим, що компанія почала реалізувати більше продукції на ринку. З 2015 року підприємство уклало низку договорів на поставку імпорتنих товарів, а саме: збільшення обсягів тканин, торговельного обладнання та ін.

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зріс з 3969,5 тис. грн. до 41527,3 тис. грн. упродовж 3-х років. Найгірші показники чистого доходу спостерігались у 2014 році. Такими самими темпами зростали показники інших операційних доходів та інших доходів.

Витрати, які понесло підприємство у вигляді собівартості реалізованої продукції, інших операційних витрат та інших витрат безумовно впливають на кінцевий результат, а саме на чистий прибуток. Впродовж розглянутого періоду витрати росли прямо пропорційно доходам. Причиною збільшення витрат є те, що зросли витрати пов'язані з управлінням, обслуговуванням підприємства та митним оформленням товарів. Наприклад, витрати на оплату праці зросли через підвищення рівня середньої заробітної плати в країні, відбувається постійне зростання платежів за комунальне обслуговування приміщень, також систематично підвищуються ціни на енергоносії, що також впливає на транспортно-експедиційне обслуговування імпорتنих та збутових операцій підприємства.

Прибуток до оподаткування зменшився з 201,2 тис. грн. у 2013 році до 106,4 тис. грн. у 2017 році. Чистий прибуток підприємства суттєво зріс у 2017 році у порівнянні з 2016 роком, проте зменшився порівняно з 2013 роком. У 2013 році чистий прибуток складав 165,3 тис. грн., у 2016 році даний показник зменшився до 76,2 тис. грн., а у 2017 році збільшився на 41,5% і склав 107,8 тис. грн.

Наступним кроком проаналізуємо зміни у активі балансу загалом (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Показники динаміки активів ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» станом на 31.12.2013-31.12.2017 рр., тис. грн.

Актив балансу	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015		На 31.12.2016		На 31.12.2017		Абсолютне відхилення, 2015/2016 тис. грн.	Темп приросту, 2015/2016 %	Абсолютне відхилення, 2016/2017 тис. грн.	Темп приросту, 2016/2017 %	Абсолютне відхилення 2013/2017, п.п.	Темп приросту 2013/2017, п.п.
	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	% до підсумку	тис. грн.	% до підсумку	тис. грн.	% до підсумку						
I. Необоротні активи	1073,1	1205,6	5740,2	61,4	5228,2	42,9	6003,7	39,1	-512,0	-8,9	775,5	14,8	4667,1	434,9
II. Оборотні активи	1355,8	1523,4	3616,1	38,6	6950,4	57,1	9363,9	60,9	3334,3	92,2	2413,5	34,7	2260,3	166,7
Всього активів	2428,9	2729,0	9356,3	100,0	12178,6	100,0	15367,6	100,0	2822,3	30,2	3189,0	26,2	6927,4	285,2

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Структура балансу є досить нерівномірною і значно відрізняється по роках. Скажімо, у 2015 році в структурі активів переважають необоротні активи, їх частка складає 61,4%, а оборотних відповідно 38,6%, у 2016 році дане співвідношення змінюється і більша частка припадає на оборотні активи – 57,1%, дана тенденція збереглася і в 2017 році, частка оборотних активів склала 60,9%.

Як видно частка необоротних активів в загальній сумі балансу зменшується, а оборотних активів – збільшується, це свідчить про значні капіталовкладення у оборотні активи підприємства.

Аналіз джерел фінансування починається з оцінки динаміки, складу та структури пасиву балансу підприємства, у зв'язку з чим складається і досліджується наступна аналітична табл. 2.3.

Складена за даними підприємства таблиця показує, що фінансові ресурси підприємства у 2013 – 2017 роках зростають з 2428,9 тис. грн. у 2013 році до 15367,6 тис. грн. у 2017 році.

За 2013-2017 роки джерела формування капіталу зросли на 12938,7 тис. грн. або на 532,7%. Величина власного капіталу в абсолютному вираженні збільшилась на 296,6 тис. грн., або на 200,9% у 2016 році та на 154,3 тис. грн., або на 34,7% у 2017 році. Зареєстрований капітал залишається без змін протягом аналізованого періоду і складає 100 тис. грн.

Резервний капітал відсутній на підприємстві. Нерозподілений прибуток має додатне значення та збільшується протягом аналізованого періоду з 178,8 тис. грн. у 2013 році до 498,5 тис. грн. у 2017 році. Додатковий капітал на досліджуваному підприємстві відсутній.

Позиковий капітал зростає протягом 2013 – 2017 років з 2150,1 тис. грн. у 2013 році до 14769,1 тис. грн. у 2017 році, що свідчить про збільшення залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, крім того запозичення короткострокові, що у майбутньому буде погіршувати ділову активність підприємства.

Таблиця 2.3

Аналіз динаміки пасиву балансу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» 31.12.2013-31.12.2017 рр., тис. грн.

Назва показника	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абсолютне відхилення, +/-		Темп приросту, %		Абсолютне відхилення 2017/2013	Темп приросту 2017/2013, %
						2016/2015	2017/2016	2016/2015	2017/2016		
Власний капітал, в т. числі	278,8	320,4	147,6	444,2	598,5	296,6	154,3	200,9	34,7	319,7	114,7
Зареєстрований капітал	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток	178,8	220,4	47,6	344,2	498,5	296,6	154,3	623,1	44,8	319,7	178,8
Позиковий капітал, з нього:	2150,1	2408,6	9208,7	11734,4	14769,1	2525,7	3034,7	27,4	25,9	12619,0	586,9
Довгострокові зобов'язання	0,0	0,0	458,0	-572,8	-189,5	-1030,8	383,3	-225,1	-66,9	-189,5	-
Поточні зобов'язання	2150,1	2408,6	8750,7	12307,2	14958,6	3556,5	2651,4	40,6	21,5	12808,5	595,7
Джерела формування майна - всього	2428,9	2729,0	9356,3	12178,6	15367,6	2822,3	3189,0	30,2	26,2	12938,7	532,7

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Таким чином, можна зробити висновок, що зростання позикового капіталу погіршує фінансовий стан підприємства, збільшує його залежність від зовнішніх джерел фінансування, відсутність резервного капіталу погіршує ліквідність та платоспроможність досліджуваного підприємства, що є негативною тенденцією.

Для більш повного уявлення відносно прибутковості ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» доцільно дослідити відносні показники ліквідності балансу, фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. Перш за все розрахуємо показники платоспроможності підприємства (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Показника платоспроможності та ліквідності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» станом на 31.12.2013-31.12.2017 рр., тис. грн.

Показники	Нормативне значення	Періоди								
		31.12.2013	31.12.2014		31.12.2015		31.12.2016		31.12.2017	
		фактично	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2013 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2014 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2015 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2016 року), +/-
Коефіцієнт негайної (абсолютної) ліквідності (Кал)	0,2 до 0,35.	0,014	0,014	0,000	0,084	0,070	0,010	-0,074	0,033	0,023
Загальний коефіцієнт покриття (коефіцієнт поточної ліквідності) (Кпл)	більш е 0,6	0,631	0,632	0,002	0,413	-0,219	0,565	0,152	0,626	0,061
Проміжний коефіцієнт покриття (Кпп)	0,5–0,7	0,262	0,263	0,001	0,359	0,096	0,491	0,132	0,559	0,068

*розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Коефіцієнт негайної (абсолютної) ліквідності демонструє частку поточної заборгованості, яку підприємство в змозі погасити найближчим часом та оцінює ефективність використання вільних грошових коштів. На протязі усього

досліджуваного періоду у ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» спостерігається дефіцит найбільш ліквідних коштів для покриття власних поточних зобов'язань, оскільки фактичне значення показника ліквідності є нижчим нижньої межі критеріальних значень. Для вирішення проблеми дефіциту необхідно виконати ряд завдань:

1. Підвищити ефективність управління грошовими потоками за рахунок їх ефективного планування на підприємстві
2. Пошук резервів збільшення обсягів капіталізованого прибутку за рахунок виявлення резервів зростання доходів підприємства та оптимізації витрат.
3. Реструктуризація необоротних активів: продаж тих, що не використовуються або більш ефективні їх використання.

Загальний коефіцієнт покриття дає загальну оцінку платоспроможності підприємства, його можливостей покриття короткострокових зобов'язань за рахунок усіх оборотних активів протягом року, оцінку кредитоспроможності підприємства. В 2013 та 2017 роках перевищення оборотних активів над поточними зобов'язаннями, коефіцієнт покриття знаходився в межах норми. Це свідчить про те, що підприємство володіло достатнім обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам. З позиції кредиторів підприємства такий варіант формування оборотних коштів є найбільш прийнятним. Одночасно, з погляду менеджера, нагромадження запасів на підприємстві, відволікання коштів у дебіторську заборгованість може бути пов'язане з неефективним управлінням активами. У той же час підприємство, можливо, не повністю використовує свої можливості з одержання кредитів. Протягом 2013 – 2015 років, коефіцієнт покриття був нижче нижньої критеріальної межі, що означає, що оборотних активів підприємства було недостатньо для погашення короткострокових зобов'язань.

Проміжний коефіцієнт покриття показує наскільки короткострокові зобов'язання можуть бути погашені за рахунок грошових коштів, а також дебіторською заборгованістю. На досліджуваному товаристві протягом розглянутого періоду даний показник не знаходився в межах норми жодного разу. Лише у 2015 році показник має наближені до норми показники.

Наступною групою показників є показники стану та структури капіталу, табл.2.5.

Таблиця 2.5

**Показники стану та структури капіталу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» станом на
31.12.2013-31.12.2017 рр.**

Показники	РОКИ								
	На 31.12.2013	На 31.12.2014		На 31.12.2015		На 31.12.2016		На 31.12.2017	
	фактично	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2013 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2014 року), +/-	Фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2015 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2016 року), +/-
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами (Квк)	-0,586	-0,581	0,005	-1,420	-0,839	-0,771	0,649	-0,597	0,173
Коефіцієнт фінансової автономії (стабільності) (Кфа)	0,115	0,117	0,003	0,016	-0,102	0,036	0,021	0,039	0,002
Коефіцієнт заборгованості (Зб)	0,885	0,883	-0,003	0,984	0,102	0,964	-0,021	0,961	-0,002
Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів (левереджу) (Кфл)	7,712	7,517	-0,195	62,390	54,872	26,417	-35,973	24,677	-1,740
Коефіцієнт маневреності власного капіталу (Кмвк)	-6,712	-6,517	0,195	-62,390	-55,872	-26,706	35,683	-23,993	2,713

**сформовано та розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами оцінює структуру оборотних коштів за джерелами формування – за рахунок власного капіталу чи заборгованості. На протязі всього досліджуваного періоду коефіцієнт є нижчим критеріального, що означає, що підприємство можна характеризувати неплатоспроможним.

Коефіцієнт фінансової автономії характеризує рівень фінансування

діяльності за рахунок власних коштів, і як наслідок співвідношення інтересів власників та кредиторів. На всьому проміжку ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» характеризується недостатньою фінансовою стійкістю. Обсяг власного капіталу набагато перевищує обсяг власного капіталу.

Оцінка рівня заборгованості підприємства також характеризується відносною нестабільністю, підприємство вчасно не виконує свої боргові зобов'язання. Про це свідчить те, що показник заборгованості на протязі усього періоду перевищував рівень норми.

Коефіцієнт фінансового важелю (левериджу) показує, що власний капітал підприємства незначно перевищує позиковий капітал, а це означає, що «ОЛ-ПРИНТ» має недостатньо можливостей для повернення коштів кредиторам за необхідності.

Коефіцієнт поточної заборгованості показує, що підприємство знижує свої поточні зобов'язання в загальному обсязі позикового капіталу. Про це свідчить те, що показник протягом усього розглянутого періоду знаходиться в межах норми.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу характеризує частку власного капіталу, що знаходиться в обороті, тобто в тій формі, яка дозволяє вільно маневрувати цими засобами. Зменшення показника вказує на можливе уповільнення погашення дебіторської заборгованості або посилення умов надання товарного кредиту з боку постачальників та підрядників. Коефіцієнт маневреності власного капіталу є досить високим, щоб забезпечити гнучкість у використанні власних коштів підприємства. Проте, можна стверджувати, що підприємство має досить низькі можливості для фінансової маневреності.

Коефіцієнт співвідношення поточної кредиторської та поточної дебіторської заборгованості дає оцінку ступеню перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською. Кредиторська заборгованість протягом всього аналізованого періоду перевищувала рівень дебіторської заборгованості.

Ділова активність підприємства у фінансовому аспекті проявляється у швидкості обороту його коштів. Аналіз ділової активності полягає в дослідженні рівнів і динаміки різноманітних коефіцієнтів оборотності, табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз ділової активності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» протягом 2013-2017 років

Показники	Період								
	31.12.2013	31.12.2014		31.12.2015		31.12.2016		31.12.2017	
	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2013 року), +/-	фактично	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2014 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2015 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2016 року), +/-
Оборотність оборотних активів (Коок)	2,93	-0,04	2,89	4,97	2,08	4,63	-0,34	4,43	-0,19
Оборотність запасів (Коз)	5,01	-0,06	4,95	37,82	32,87	35,23	-2,59	41,17	5,94
Оборотність дебіторської заборгованості (Кодз)	-	-	-	23,33	-	16,04	-7,29	14,35	-1,68
Оборотність кредиторської заборгованості (Кокз)	4,11	-0,05	4,06	3,75	-0,31	5,88	2,13	6,11	0,23
Продуктивність (оборотність) активів (Кпа)	1,63	-0,02	1,61	1,92	0,31	2,64	0,72	2,70	0,06
Тривалість (період) обороту всіх активів (Поа)	220,28	-18358,77	222,96	187,42	1175,96	136,26	499,21	133,22	5967,61

*сформовано та розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Оборотність оборотних активів характеризує продуктивність використання оборотних активів підприємства. Зростання в динаміці коефіцієнта оборотності оборотних активів «ОЛ-ПРИНТ» є свідченням підвищення ефективності їх використання, оскільки вони швидше перетворюються в грошову форму. Показники мали характер спаду лише у 2017 році. Оборотно́сть дебіторської заборгованості на товариств є досить неоптимальним. Протягом аналізованого періоду показник має різні значення. Оптимальним напрямком є прискорення, котре відсутнє на протязі 2013-2017 років на ТОВ «ОЛ-ПРИНТ».

Оборотність кредиторської заборгованості на ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» оцінює середній період погашення кредиторської заборгованості, тобто часу, на який

кредитується підприємство з боку своїх господарських партнерів. За даними Таблиці можна зробити висновок, що на підприємстві ситуація не є стабільною. Ділова активність порушена. Важливою групою показників ефективності є показники рентабельності, розрахунки наведені в табл.2.17.

Таблиця 2.17

Показники рентабельності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» протягом 2013-2017 років

Показники	Нормативне значення	Період								
		31.12. 2013	31.12. 2014		31.12. 2015		31.12. 2016		31.12. 2017	
		фактично	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2013 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2014 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2015 року), +/-	фактично	абсолютне відхилення (від рівня 2016 року), +/-
Рентабельність активів (РА)	більше 0,14	0,068	0,081	0,013	0,005	-0,076	0,006	0,001	0,007	0,001
Рентабельність необоротних активів (РНА)	більше 0	0,205	0,183	-0,023	0,008	-0,175	0,015	0,006	0,018	0,003
Рентабельність оборотних активів (РОА)	більше 0	0,122	0,145	0,023	0,013	-0,132	0,011	-0,002	0,012	0,001
Чиста рентабельність (збитковість) власного капіталу (Рвк)	більше 0,2	0,593	0,688	0,095	0,322	-0,365	0,172	-0,151	0,180	0,009
Рентабельність позикового капіталу (Рпк)	менше 0,5	0,077	0,092	0,015	0,005	-0,086	0,006	0,001	0,007	0,001

*сформовано та розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Рентабельність відображає ступінь прибутковості його діяльності і вимірюється співвідношенням прибутку до величини продукції, відповідних ресурсів, чи власного капіталу. Показники рентабельності є відносними показниками фінансових результатів діяльності підприємства.

Рентабельність активів – оцінка ефективності управління активами підприємства, засобом виміру грошової одиниці, що інвестована в майно та

характеризує генерування доходів підприємством. Протягом проаналізованого періоду значення показника носить негативний характер з тенденцією позитиву, що означає, що ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» ефективно управляє власними активами. Зниження показника спостерігалось лише у 2013 та 2014 році. Рентабельність необоротних та оборотних активів мала ту ж саму тенденцію змін, що і загальна рентабельність активів. Підприємство ефективно використовує як оборотні так і необоротні активи.

Рентабельність власного капіталу, рентабельність позикового капіталу також носять позитивний характер. Починаючи з 2017 року спостерігається максимізація позитивного значення. Збільшення значень досліджуваних показників указує на те, що обсяги імпорту і реалізації продукції ростуть, також зростає прибуток підприємства.

Отже, можна зробити висновок, що основні показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» зазнали позитивних змін у 2017 році порівняно з 2013 роком. В зв'язку з цим діяльність підприємства в подальшому повинна бути також направлена на пошук найбільш ефективних форм і методів співпраці з діловими партнерами по забезпеченню її рентабельності. Певну проблему становить управління капіталом підприємства, воно є залежним від зовнішніх джерел фінансування та збільшує позиковий капітал, що є небезпечною тенденцією.

2.2. Особливості управління збутом імпортової продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Підприємство ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» здійснює зовнішньоекономічну діяльність. ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» здійснює операції з імпорту:

- придбання товарно-матеріальних цінностей від іноземних постачальників на умовах 100% оплати протягом 90 днів;
- ввезення товарів в рахунок централізованих імпортних закупок;
- придбання товарно-матеріальних цінностей та послуг з безготівкової

форми розрахунку.

Підприємство здійснює зовнішньоекономічну діяльність за напрямками та у вигляді:

- встановлення прямих виробничих та науково-технічних зв'язків з підприємствами та організаціями інших країн;
- проведення імпорتنих операцій закордонними фірмами та громадянами;
- отримання кредитів у іноземній валюті;
- безпосереднього укладання господарчих договорів та контрактів з зарубіжними партнерами; будівництва, придбання, отримання та здачі у найми за кордоном необхідного для виконання своєї діяльності всякого роду рухомого і нерухомого майна;
- організації та участі в зарубіжних торгах, виставках-продажах, конкурсах, ярмарках, аукціонах;
- здійснення операцій по імпорту товарів та послуг, виконання заявок підприємств та організацій по закупці продукції, що їх цікавить.

Вихід на зовнішній ринок самостійних суб'єктів господарської діяльності повинен сприяти пристосуванню економіки до системи світогосподарських відносин, формуванню економіки відкритого типу. Прагнення отримати прибуток більший, ніж усередині країни, спонукає підприємства виходити на міжнародний ринок. Згідно з чинним законодавством, підприємство має право самостійно визначати форми, методи та обсяги праці на зовнішньому ринку. Досліджуване підприємство торговельне, тому здійснює виключно імпортні операції.

Зазначивши фактори впровадження організаційних змін, необхідно розглянути SWOT-аналіз, де ми дослідили внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства. (табл. 2.8).

З проведеного SWOT-аналізу видно, що підприємство має достатньо впливові сильні сторони для стабільного розвитку на національному ринку, головним є стабільність доходів, постійна динаміка зростання продажів та надійні постачальники з якими підприємство успішно має ділові стосунки вже декілька років.

Таблиця 2.8

Матриця SWOT TOB «ОЛ-ПРИНТ»

Зовнішнє середовище Внутрішнє середовище	МОЖЛИВОСТІ 1. Вихід на нові ринки 2. Зайняття лідируючої позиції на національному ринку 3. Завоювання високої частки на європейському ринку 4. Розширення сфер діяльності 5. Можливість розширення до національної оптової мережі торговельного обладнання	ЗАГРОЗИ 1. Висока конкуренція національних та зарубіжних компаній 2. Нестабільне законодавство 3. Інфляція 4. Нестабільне соціально-економічне становище держави 5. Низька інвестиційна привабливість для потенційних зарубіжних клієнтів 6. Ризики здійснення зовнішньоекономічних операцій
СИЛЬНІ СТОРОНИ 1. Висока конкурентоспроможність на національному ринку 2. Стабільні доходи 3. Стабільна база клієнтів, яка постійно розширюється 4. Розширені та стабільні зовнішньоекономічних зв'язки 5. Надійні ділові відносини з постачальниками 6. Стабільна регулярні реалізації зовнішньоекономічних угод	Поле «СiМ» Перелік стратегій 1. Введення нової системи продажу на національному ринку. 2. Використовуючи набутий досвід, проаналізувати можливість розширення сфер діяльності.	Поле «СiМ» Перелік стратегій 1. Укладення угод тільки з відомими та надійними міжнародними постачальниками для уникнення ризиків 2. Страхування зовнішньоекономічних операцій 3. Введення системи знижок для постійних клієнтів та заохочення - для нових
СЛАБКІ СТОРОНИ 1. Плильність кадрів 2. Неможливість контролювати зміни ціноутворення на ринку 3. Недостатній рівень оборотності дебіторської заборгованості	Поле «СлМ» Перелік стратегій 1. Зміна менеджера з фінансового управління підприємством 2. Введення більш дієвої системи мотивації працівників та створення програми по процентним надбавкам за перевиконані плани продажу.	Поле «СлЗ» Перелік стратегій 1. Створення програми для підняття рівня позитивного іміджу компанії як серед вітчизняних потенційних партнерів та клієнтів, так і серед закордонних

Сформовано автором на основі аналізу діяльності підприємства

Можливостей у підприємства багато, якщо застосувати стратегію диверсифікації діяльності, є також перспективи перекваліфікуватися у велику національну оптову мережу, що буде обслуговувати переважну більшість підприємств торговельного бізнесу.

Загрози підприємства пов'язані із макроекономічної нестабільності нашої держави, такі загрози мають всі підприємства, що здійснюють свою господарську діяльність на території України.

Слабкі сторони пов'язані із плинністю кадрів. Більшість працівників набувають досвіду і шукають більш високо оплачувану роботу за кордоном. Також, кризове становище загальної економіки країни не дає гарантії по платоспроможності клієнтів, отже відбуваються затримки із оплатами за поставлений товар та надані послуги.

Для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства необхідна адекватна умовам його роботи структура управління.

Організаційна структура управління ЗЕД визначається тією метою і завданням, які вона покликана вирішувати. Мета - максимізація прибутку на довгостроковий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємстві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутрішньо-фірмового управління, має постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі та сфері управління.

На практиці організаційна структура управління ЗЕД підприємства може бути побудована так: директор, начальники відділів та менеджери, рис. 2.3.



Рис. 2.3. Схема організаційної структури відділу ЗЕЗ ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

Директор підприємства:

- визначає, формулює, планує, здійснює і координує всі види діяльності підприємства;
- визначає напрями розвитку підприємства у формуванні цінової, кредитно-банківської, податкової та страхової політики, соціальної та зовнішньоекономічної діяльності;
- організує роботу і ефективну взаємодію структурних підрозділів підприємства;
- забезпечує відповідність продукції кращим світовим зразкам з метою задоволення потреб замовників і споживачів у відповідних видах продукції, підвищення продуктивності праці;
- направляє діяльність персоналу на досягнення високих економічних та фінансових результатів;
- організує виробничо-господарську діяльність підприємства на основі застосування методів обґрунтованого планування, нормативних матеріалів, фінансових і трудових витрат;
- вирішує всі питання в межах наданих йому прав, доручає виконання окремих організаційно-господарських функцій іншим посадовим особам: керівникам підрозділів підприємства.

Головними обов'язками головного бухгалтера на підприємстві є:

- ведення бухгалтерського обліку, дотримуючись єдиних методологічних засад, встановлених Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні", з урахуванням особливостей діяльності підприємства і технології оброблення облікових даних;
- вимагає від підрозділів, служб та працівників забезпечення неухильного дотримання порядку оформлення та подання до обліку первинних документів;
- вживає всіх необхідних заходів для запобігання несанкціонованому та непомітному виправленню записів у первинних документах і регістрах бухгалтерського обліку та збереження оброблених документів, регістрів і звітності протягом встановленого терміну;
- забезпечує складання на основі даних бухгалтерського обліку фінансової звітності підприємства, підписання її та подання в установлені строки користувачам;

- за погодженням з власником (керівником) підприємства забезпечує перерахування податків та зборів, передбачених законодавством, проводить розрахунки з іншими кредиторами відповідно до договірних зобов'язань;
- здійснює контроль за веденням касових операцій, раціональним та ефективним використанням матеріальних, трудових та фінансових ресурсів та ін.

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) не являється самостійним структурним підрозділом підприємства. Він являє собою частину апарату управління. Його головне завдання полягає в управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутрішньо-фірмового управління. Цей відділ займається також транспортуванням вантажів, митними процедурами і т. д. Відділ створювався, як правило, для планування, організації і координації ЗЕД.

Головними завданнями ВЗЕЗ підприємства є:

1. Участь в розробці стратегії ЗЕД підприємства.
2. Сприяння розвитку ЗЕД підприємства з метою прискорення його соціально-економічного розвитку.
3. Управління експортним потенціалом підприємства, постійне його зміцнення й розвиток.
4. Забезпечення виконання зобов'язань, що випливають з договорів та угод із зарубіжними партнерами.
5. Вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збір і накопичення відповідної інформації.
6. Організація експортно-імпортних операцій, забезпечення їх ефективності.
7. Здійснення рекламної діяльності.
8. Організація протокольних заходів та ін. Відповідно до завдань визначаються функції ВЗЕЗ і формується оргструктура управління.

ВЗЕЗ очолює начальник відділу. Відділ складається із ланок, менеджерів.

Кожен із менеджерів має свої конкретні завдання і виконує відповідні функції.

Наприклад, виконання зобов'язань по міжнародних контрактах і угодах, участь у підготовці і проведенні комерційних переговорів; організацію поставок згідно контракту і контроль за їх виконанням; перегляд-рекламацій по експорту й імпорту

та ін.

Тендер - конкурентна форма розміщення замовлення на закупівлю товарів, надання послуг чи виконання робіт відповідно до наперед визначених у документації умов в узгоджені терміни на принципах змагальності, справедливості й ефективності. Контракт укладається з переможцем тендеру - учасником, який подав пропозицію, що відповідає документації і в якій надані найкращі умови.

Співробітники тендерного відділу здійснюють наступні операції:

- підбирають електронні аукціони, керуючись результатами регулярного моніторингу всіх тендерів, відповідають специфіці діяльності фірми;
- підготовляють необхідну документацію для участі в тендерах, що проводяться на електронних майданчиках, керуючись вимогами потенційного замовника;
- подають заявки на участь компанії в тендері;
- представляють інтереси підприємства на період проведення тендера в тому випадку, якщо заявка буде прийнята замовником;
- відслідковують результати проведення аукціонів;
- вибудовують взаємодію з кредитними організаціями, страховими структурами і поручителями щодо забезпечення тендерних кредитів і виконання всіх зобов'язань за наявними контрактами;
- підписують контракти з муніципальними та державними замовниками, а також готують документацію з виконання держконтракту згідно існуючим вимогам;
- проводять аналітичну роботу, моніторинг вже минулих тендерів щодо участі в них даного підприємства.

Такі обов'язки має тендерний відділ. Він не просто контролює участь свого підприємства в тих чи інших аукціонах, але й веде себе максимально коректно по відношенню до інших учасників конкурсу. По суті, даний підрозділ організації є його особою, за якою замовник може зробити висновок про роботу всієї компанії.

Міжнародні розрахунки ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» проводяться перш за все у зовнішній торгівлі за надані послуги і продані товари та некомерційні операції при кредитуванні й русі капіталів між країнами, в тому числі пов'язаному з будівництвом

об'єктів за кордоном при наданні різноманітних підтримок.

Серед міжнародних розрахунків досліджуваного підприємства переважають платежі з зовнішньої торгівлі, кредитів та інвестицій. Міжнародні розрахунки в основному проводяться через банки за допомогою кореспондентських відносин, що обумовлюють ведення кредитними установами кореспондентських рахунків. Ці рахунки проводяться переважно у безготівковому порядку. ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» є клієнтом ПАТ «ПроКредитБанк», саме через нього проводяться всі міжнародні розрахунки підприємства.

Компанія здійснює свою зовнішньоекономічну діяльність у відповідності з Інкотермс 2010.

Обраний термін Інкотермс повинен відповідати товару, способу його транспортування і, крім того, відображати, наскільки сторони мають намір внести додаткові зобов'язання, наприклад, зобов'язання продавця або покупця щодо організації перевезення або страхування. Пояснення до кожного терміна містять інформацію, корисну для здійснення такого вибору. Який би термін не був обраний, сторонам слід враховувати, що на тлумачення їх договору можуть вплинути звичаї портів чи інших пунктів.

Правила Інкотермс тільки вказують, яка зі сторін договору купівлі - продажу повинна здійснити необхідні для перевезення і страхування дії, коли продавець передає товар покупцю, і які витрати несе кожна із сторін.

Правила Інкотермс не вказують на ціну, що підлягає сплаті або спосіб оплати. Вони також не регламентують перехід права власності на товар або наслідки порушення договору. Ці питання зазвичай визначаються в ясно виражених умовах у договорі купівлі-продажу або у праві, застосованому у такому договорі. Сторони, однак, повинні враховувати, що строго обов'язковий національний закон (mandatory local law) може мати перевагу щодо будь-яких аспектів договору купівлі-продажу, включаючи обраний термін Інкотермс .

Всі договори купівлі-продажу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» супроводжуються страхуванням. У залежності від умов контракту цей обов'язок лежить або на продавцеві, або на покупцеві. Якщо ж формою угоди цей обов'язок не обговорений,

тоді сторона, на якій лежить ризик випадкової загибелі товару в період транспортування, сама зацікавлена в його страхуванні.

У статті, присвяченій питанням страхування, сторони контракту повинні передбачити: який вантаж підлягає страхуванню, від якого ризику, яка зі сторін контракту здійснює страхування й у чию користь воно проводиться.

В зовнішньоторговельних операціях ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» страхування передбачається головним чином при транспортуванні товару. Обов'язки сторін у відношенні страхування визначаються базисними умовами контракту. Для здійснення страхування між страховою компанією і господарською організацією укладається генеральна декларація (генеральний поліс), що відбиває загальні умови страхування.

Страхування вантажів у страховій компанії може бути зроблене на різних умовах. Ці умови повинні бути докладно описані в контракті.

Умови контрактів повинні включати також зобов'язання експортерів надавати покупцям страхові поліси або сертифікати (у тому випадку, коли продавець зобов'язаний страхувати товар), що включаються в список документів для представлення до сплати.

Покажемо динаміку імпорту продукції на підприємстві в цілому та по відношенню до виручки від реалізації продукції (табл. 2.9).

Отже, з таблиці бачимо, що частка чистого доходу від реалізації імпортової продукції у загальній сумі чистого доходу спадає з 13,07% у 2013 році до 30,1% у 2017 році. При цьому обсяг чистого доходу від реалізації імпортової продукції у 2014 році збільшився на 173 тис. грн., або на 33,3%, у 2015 році було збільшення даного показника на 69,2 тис. грн., або на 10%, у 2016 році чистий дохід від реалізації імпортової продукції збільшився на 207,6 тис. грн., або на 27,27%, у 2017 році відбулося зростання чистого доходу від реалізації імпортової продукції на 416,96 тис. грн. або на 43,04%. Зростання чистого доходу від реалізації імпортової продукції зумовлене збільшенням виручки від реалізації підприємства.

Співвідношення виручки від реалізації продукції та чистого доходу від реалізації імпортової продукції можна також показати у вигляді діаграми (рис. 2.4).

**Показники динаміки імпорту продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» та його частка у виручці від реалізації
у 2013 – 2017 рр.**

Назва показника	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	Абсолютне відхилення 2014/2013	Абсолютне відхилення 2015/2014	Абсолютне відхилення 2016/2015	Абсолютне відхилення 2017/2016	Темп приросту 2014/2013, %	Темп приросту 2015/2014, %	Темп приросту 2016/2015, %	Темп приросту 2017/2016, %
Чистий дохід(виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	3969,5	4406,4	17971,5	32175,1	41527,3	436,9	13565,1	14203,6	9352,2	11,0	307,8	79,0	29,1
Чистий дохід від реал.імпортової продукції, тис. грн.	519,00	692,00	761,20	968,80	1385,76	173	69,2	207,6	416,96	33,33	10,00	27,27	43,04
Частка чистого доходу від реалізації імпортової продукції в загальній виручці від реалізації продукції, %	13,07	15,70	4,24	3,01	3,34	2,63	-11,47	-1,22	0,33	12,5	2,8	5,4	2,6

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

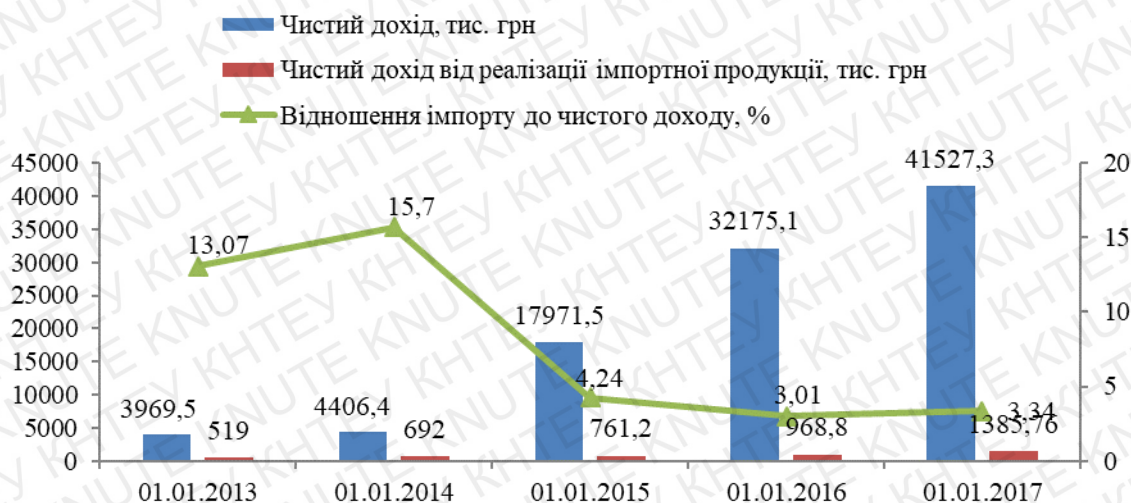


Рис. 2.4. Співвідношення чистого доходу від реалізації продукції та чистого доходу від реалізації імпортової продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» у 2013-2017 рр.

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

Наступним кроком варто розглянути динаміку та структуру імпорту продукції на підприємстві. У даному контексті варто зауважити, що під імпортом продукції ми розуміємо чистий дохід від реалізації імпортової продукції на підприємстві, оскільки вся продукція, що імпортується реалізується впродовж періоду, а залишки її на складі незначні, тому ними можемо знехтувати (табл. 2.10).

Отже, структура імпорту продукції досліджуваного підприємства є досить рівномірною. Найбільшу частку в структурі імпорту продукції які динамічно зростають займає папір офсетний, напівглянцевий та матовий, частка першого якого в 2013 році складала 25,82 % у загальній сумі імпорту, у наступних роках незначно проте демонструвала незначний спад, сягнувши в 2017 році 15,22%. Частка імпорту паперу напівглянцевого у 2013 році становила 21,20%, у наступних роках 21,50%, 24,74%, 26,84% та 26,60%. І частка паперу матового демонструвала хоч і змінну проте позитивну динаміку знизившись з 27,8% в 2013 до 26,35% у 2017 році.

Таким чином, спостерігається зростання чистого доходу від реалізації імпортової продукції у значному розмірі. Динаміку чистого доходу від реалізації імпортової продукції можна показати наступною табл. 2.11.

Таблиця 2.10

**Структура чистого доходу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» від реалізації імпорту за
товарними групами в 2013– 2017 рр., тис. грн.**

Імпортний асортимент	31.12.2013		31.12.2014		31.12.2015		31.12.2016		31.12.2017	
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %
Чистий дохід від реалізації імпортової продукції, у т.ч.:	519,00	100,0	692,00	100,0	761,2	100,0	968,80	100,0	1385,7	100,0
Паперу офсетного	134,0	25,82	157,9	22,83	167,2	21,96	193,5	19,97	210,8	15,22
Паперу напівглянцевого	110,0	21,20	148,8	21,50	188,3	24,74	260,0	26,84	368,5	26,60
Паперу глянцевого	82,9	15,98	135,9	19,65	129,5	17,02	176,3	18,20	270,0	19,49
Паперу матового	144,3	27,80	170,3	24,61	201,9	26,53	246,3	25,43	365,2	26,35
Паперу крейдованого	47,7	9,19	79,0	11,42	74,2	9,75	92,6	9,56	171,0	12,34

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Таблиця 2.11

**Показники динаміки чистого доходу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»
від реалізації імпортової продукції за товарними групами в 2013 – 2017 рр.,
тис. грн.**

Імпортний асортимент	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	Абсолютне відхилення 2014/2013	Абсолютне відхилення 2015/2014	Абсолютне відхилення 2016/2015	Абсолютне відхилення 2017/2016	Темп приросту 2014/2013, %	Темп приросту 2015/2014, %	Темп приросту 2016/2015, %	Темп приросту 2017/2016, %
Чистий дохід від реал. імпортової продукції, у т.ч.:	519	692	761	968	1386	173,0	69,2	207,6	417,2	33,3	10,0	27,2	43,0
Паперу офсетного	134	157	167	193,5	210,8	23,9	9,2	26,3	17,3	17,8	5,8	15,7	8,9
Паперу напівглянцевого	110	148	188	260,0	368,5	38,7	39,5	71,7	108,5	35,1	26,6	38,0	41,7
Паперу глянцевого	82	135	129	176,3	270,0	53,0	-6,4	46,7	93,7	63,9	-4,7	36,1	53,1
Паперу матового	144	170	201	246,3	365,2	26,0	31,6	44,4	118,8	18,0	18,5	21,9	48,2
Паперу крейдованого	47	79	74	92,6	171,0	31,3	-4,8	18,4	78,4	65,7	-6,0	24,7	84,7

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Отже, з таблиці бачимо, що чистий дохід від імпорту продукції у 2014 році збільшився на 173 тис. грн., або на 33,3%, у 2015 році відбулося збільшення даного показника на 69,2 тис. грн., або на 10,0%, у 2016 році чистий дохід від імпорту обладнання зріс на 207,6 тис. грн., або на 27,3 %, у 2017 році спостерігається зростання даного показника на 43,06%.

Важливе значення має географічна структура імпорту продукції, тому наступним кроком проаналізуємо її (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Структура імпорту ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за групами країн в 2013-2017 рр., тис. грн.

Країна	31.12.2013		31.12.2014		31.12.2015		31.12.2016		31.12.2017	
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %
Німеччина	320	61,7	423	61,1	501	65,8	578	59,7	698	50,4
Франція	79	15,1	89	12,9	78	10,2	98	10,1	155	11,2
Російська Федерація	15	2,9	46	6,6	51	6,7	90	9,2	115	8,3
Литва	7	1,3	11	1,6	2	0,3	16	1,6	75	5,4
Китай	89	17,1	120	17,3	125	16,4	157	16,2	298	21,5
Білорусь	2,9	0,6	2	0,3	2	0,3	28	2,9	36	2,6
Канада	7	1,3	1	0,1	2	0,3	3	0,3	9	0,6
Разом	519,0	100,0	692,0	100,0	761,2	100,0	968,8	100,0	1386,0	100,0

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

В основному підприємство імпортує продукцію з Німеччини та Китаю. Проте, частка імпорту продукції з Німеччини знизилася з 61,7% у 2013 році до 50,4% у 2017 році, проте частка імпорту продукції з Китаю зросла сягнувши в 2017 році 21,5% в порівняння із 17,1% у 2013 році. Також майже стабільною характеризується частка імпорту з РФ яка коливається в середньому протягом досліджуваного періоду в межах 6%. Наступним кроком проаналізуємо динаміку імпорту продукції за групами країн, зображено на рис. 2.5.

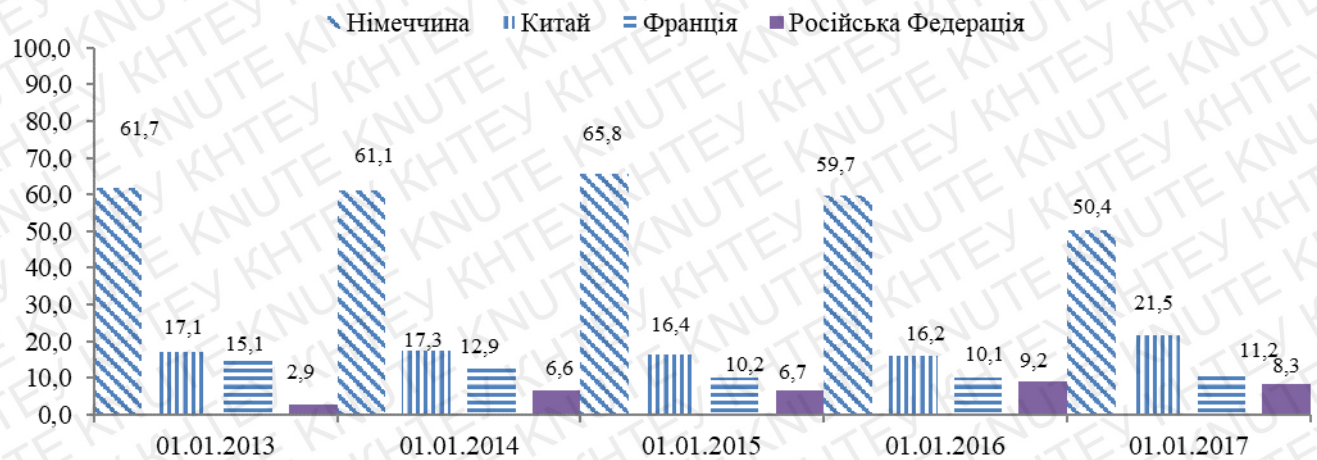


Рис. 2.5. Динаміка імпорту продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за основними країнами експортерами за 2013-2017 рр., %

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

Отже, найбільшим торговим партнером ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» залишається Німеччина. Її вага займає 50,4% у 2017 році. Також досить значні обсяги підприємство закуповує у Франції – 11,2% та Китаї 21,5%, що в сумарності сягає у 2017 році 73,1%.

Отже, підприємство проводить активну зовнішньоекономічну діяльність, яка має свою особливість, адже підприємство є торговельно-посередницькою фірмою. ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» здійснює закупку імпортного паперу за кордоном та реалізує його в Україні. Основними партнерами в торговельному посередництві для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» є фірми Франції та Німеччини.

2.3. Аналіз ефективності управління імпортом продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

При визначенні ефективності імпорту, в першу чергу, необхідно визначити повну собівартість імпорту, яка складається з закупівельної вартості імпортової продукції (контрактна вартість), податку на додану вартість з імпортованої продукції, витрат, що пов'язані з перевезенням імпортової продукції, а також витрат, що пов'язані з митним оформленням вантажу.

Результати розрахунку економічного ефекту та ефективності імпорту

паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» у 2013-2017 роках наведено в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

**Ефективність проведення операцій з імпорту паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»
у 2013-2017 рр., тис. грн.**

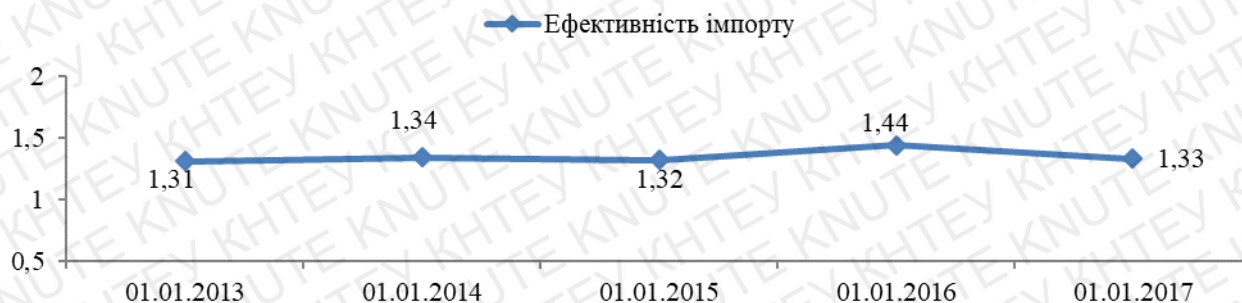
Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Закупівельна вартість товару при імпорті	335,400	404,600	435,400	501,200	547,000
ПДВ	5,031	6,069	6,531	7,518	8,205
Витрати пов'язані з перевезенням	50,850	95,500	121,500	143,440	465,900
Витрати пов'язані з митним оформленням вантажу	2,038	11,384	13,522	17,338	21,528
Повна собівартість імпорту	393,319	517,553	576,953	669,496	1042,633
Виручка від реалізації	519,000	692,000	761,200	968,800	1384,00
Економічний ефект від імпорту	125,681	174,447	184,247	299,304	341,367
Ефективність імпорту %	131,95	133,71	131,93	144,71	132,74

Джерело : Розрахована за даними комерційних документів підприємства.

Як свідчать дані табл. 2.13, підприємство від здійснення імпортних операцій постійно отримувало економічний ефект від проведення операцій з імпорту паперу протягом всього періоду дослідження. В середньому ефективність операцій з імпорту паперу склала протягом 2013-2017 років 135%. Найбільший рівень ефективності імпорту паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» мав у 2016 році - 144,71%.

Загальний сумарний ефект від імпорту продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за останні п'ять років склав 1125,046 тис. грн. Найбільший економічний ефект від імпорту паперу - 341,367 тис. грн. підприємство отримало у 2017 році.

Ефективність імпортої діяльності можна показати у вигляді графіка (рис. 2.6).



**Рис. 2.6. Показники ефективності проведення операцій з імпорту паперу
ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» протягом 2013 - 2017 рр.**

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

Отже, з огляду на нестабільність ефективності імпортової діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», кожен імпортер повинен бути ретельно проаналізований, аби уникнути непередбачуваних негативних наслідків для ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Методика аналізу контрактів може бути побудована на кожному підприємстві своя, але всі вони зводяться до визначення ефекту від імпорту товарів та ефективності такого імпорту. Це допоможе підвищити вигоду від кінцевої реалізації імпортової продукції. Керівництво підприємства має звернути увагу на удосконалення також системи менеджменту на підприємстві, що допоможе також оптимізувати роботу усіх відділів та як результат досягати запланованих результатів.

Також важливим показником є оцінка ефективності імпорту за товарним асортиментом, отже розглянемо його у таблиці 2.15. Вихідні дані для розрахунку наведено в табл. 2.14

Таблиця 2.14

Вихідні дані для оцінки ефективності імпортерських операцій за товарними групами ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» протягом 2013 - 2017 рр., тис. грн.

Показник	31.12.2013		31.12.2014		31.12.2015		31.12.2016		31.12.2017	
	Доходи	Витрати	Доходи	Витрати	Доходи	Витрати	Доходи	Витрати	Доходи	Витрати
Всього	519,0	393,3	692,0	517,5	761,2	576,9	968,8	669,4	1384,0	1042,6
Папір офсетний	134,0	164,6	157,9	220,2	167,1	231,3	193,5	128,1	210,8	165,3
Папір напівглянцевий	110,0	95,2	148,7	114,3	188,3	120	260,0	239,5	368,5	246,7
Папір глянцевий	82,9	45,1	135,9	43,4	129,5	52,1	176,3	90,4	270,0	68,5
Папір матовий	144,2	23,3	170,2	20,5	201,9	24	246,3	37	365,2	56,5
Папір крейдований	47,6	7,2	79,0	6,2	74,2	8	92,6	13,2	171,0	10,0

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

Таблиця 2.15

Економічний ефект та ефективність імпортих операцій за товарними групами ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» протягом 2013 - 2017 рр., тис. грн.

Показник	31.12.2013		31.12.2014		31.12.2015		31.12.2016		31.12.2017	
	Економічний ефект	Ефективність %	Економічний ефект	Ефективність %	Економічний ефект	Ефективність %	Економічний ефект	Ефективність %	Економічний ефект	Ефективність %
Всього	125,6	131,9	174,4	133,6	184,3	131,9	299,3	144,7	341,5	132,7
Папір офсетний	-28,5	82,4	-55,2	74,0	-83,1	66,8	65,2	150,8	45,5	127,5
Папір напівглянцевий	14,8	115,6	34,4	130,1	48,3	134,5	20,5	108,5	121,8	149,4
Папір глянцевий	37,9	184,3	82,5	254,6	75,4	239,4	84,9	192,9	1,5	100,5
Папір матовий	100,9	333,2	109,7	281,4	137,4	313,0	109,2	179,6	108,7	142,3
Папір крейдований	0,4	101,0	2,8	103,7 1	6,2	109,1	19,4	126,5	65,5	162,1

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Розрахувати показники ефективності імпорту за товарним асортиментом можна, поділивши доходи за конкретною групою товарів на витрати. Дану динаміку ефективності можна представити у вигляді графіка (рис. 2.7).

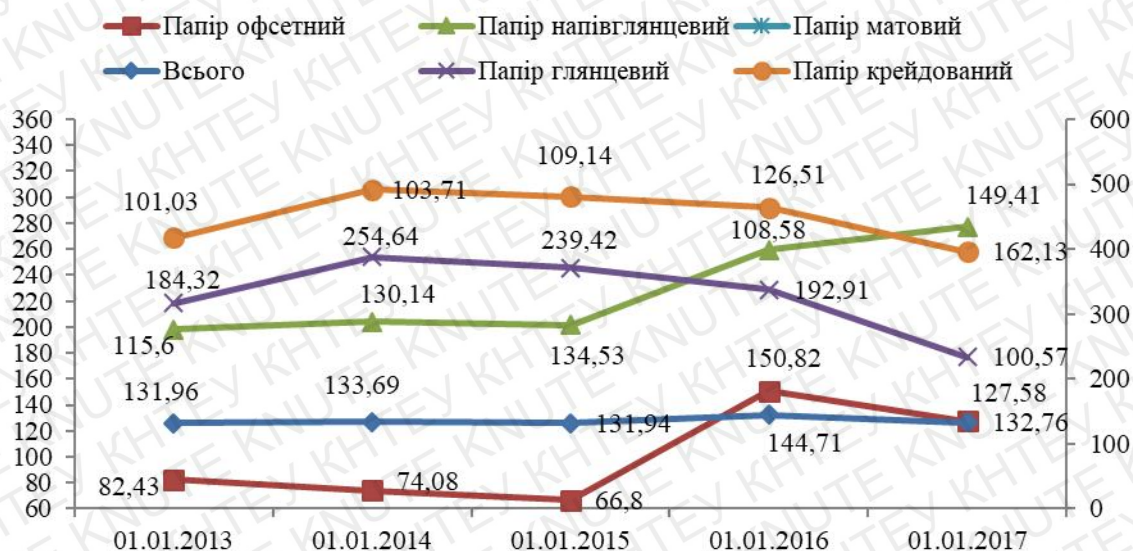


Рис. 2.7. Показники ефективності імпортих операцій за товарними групами ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» протягом 2013 - 2017 рр., %

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Таким чином, у цілому зовнішньоекономічна діяльність досліджуваного підприємства є ефективною та представлена імпортними операціями, досліджуване підприємство має широкий асортимент продукції, яку імпортує з-за кордону, в основному з Німеччини та Франції. Продукція постачальників з цих країн користується попитом на внутрішньому ринку. Клієнти ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» передають перевагу якісним та надійним товарам, тому передають перевагу продукції саме з цих країн. Це і забезпечило ефективність зовнішньоекономічної діяльності в цілому, проте є певні проблеми з організацією торговельно-посередницької діяльності, тому що динаміка її зростання незначна.

Висновки до розділу II

Товариство з обмеженою відповідальністю «ОЛ-ПРИНТ» є самостійним господарюючим суб'єктом.

Пріоритетним напрямком діяльності підприємства є імпорт паперу офсетного, напівглянцевого, глянцевого, матового та крейдового та іншої продукції.

ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» має лінійно-функціональну організаційну структуру, що дозволяє організувати управління за лінійною схемою, а функціональні підрозділи допомагають лінійним керівникам у вирішенні відповідних управлінських функцій. Функціональні керівники мають право безпосередньо впливати на виконавців.

Провівши аналіз абсолютних показників діяльності підприємства було виявлено тенденцію зросту показників. Починаючи з 2015 року спостерігається тенденція зросту чистого прибутку товариства. У 2016 році чистий прибуток становив 76,2 тис. грн., що на 60,1 % більше у порівнянні з попереднім 2015 роком. У 2017 році зафіксований чистий прибуток у розмірі 107,8 тис. грн., що на 41,5% більше від показника попереднього року. Збільшення показників чистого прибутку обумовлено тим, що за останні роки зменшилась кількість конкурентів через неспроможність вистояти кризові умови українського ринку. Досліджуване

підприємство за рахунок оптимізації витрат та закупівлі товарів закордоном на вигідних умовах зуміло зберегти конкурентні позиції на ринки, та зайняти одну з лідируючих позицій. Таким чином, попит на продукцію ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» стабільний, з поступовим зростаючим темпом.

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зріс з 3969,5 тис. грн. до 41527,3 тис. грн. упродовж 3-х років. Найгірші показники чистого доходу спостерігались у 2014 році. Такими самими темпами зростали показники інших операційних доходів та інших доходів.

Прибуток до оподаткування зменшився з 201,2 тис. грн. у 2013 році до 106,4 тис. грн. у 2017 році. Чистий прибуток підприємства суттєво зріс у 2017 році у порівнянні з 2016 роком, проте зменшився порівняно з 2013 роком. У 2013 році чистий прибуток складав 165,3 тис. грн., у 2016 році даний показник зменшився до 76,2 тис. грн., а у 2017 році збільшився на 41,5% і склав 107,8 тис. грн.

Структура балансу є досить нерівномірною і значно відрізняється по роках. Скажімо, у 2015 році в структурі активів переважають необоротні активи, їх частка складає 61,4%, а оборотних відповідно 38,6%, у 2016 році дане співвідношення змінюється і більша частка припадає на оборотні активи – 57,1%, дана тенденція збереглася і в 2017 році, частка оборотних активів склала 60,9%.

Як видно частка необоротних активів в загальній сумі балансу зменшується, а оборотних активів – збільшується, це свідчить про значні капіталовкладення у оборотні активи підприємства.

Аналіз динаміки, складу та структури пасиву балансу підприємства дозволили встановити, що фінансові ресурси підприємства у 2013 – 2017 роках зростають з 2428,9 тис. грн. у 2013 році до 15367,6 тис. грн. у 2017 році.

За 2013-2017 роки джерела формування капіталу зросли на 12938,7 тис. грн. або на 532,7%. Величина власного капіталу в абсолютному вираженні збільшилась на 296,6 тис. грн.. або на 200,9% у 2016 році та на 154,3 тис. грн., або на 34,7% у 2017 році. Зареєстрований капітал залишається без змін протягом аналізованого періоду і складає 100 тис. грн. Резервний капітал

відсутній на підприємстві. Нерозподілений прибуток має додатне значення та збільшується протягом аналізованого періоду з 178,8 тис. грн. у 2013 році до 498,5 тис. грн. у 2017 році. Додатковий капітал на досліджуваному підприємстві відсутній.

Позиковий капітал зростає протягом 2013 – 2017 років з 2150,1 тис. грн. у 2013 році до 14769,1 тис. грн. у 2017 році, що свідчить про збільшення залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, крім того запозичення короткострокові, що у майбутньому буде погіршувати ділову активність підприємства.

Підприємство ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» є безпосереднім учасником ЗЕД, здійснюючи імпорту поліграфічного паперу в листах. Підприємство проводить активну зовнішньоекономічну діяльність, яка має особливість, адже підприємство є торговельно-посередницькою фірмою., також відзначається збільшення поставок продукції протягом 2013– 2017 років.

В основному підприємство імпортує продукцію з Німеччини та Китаю. Проте, частка імпорту продукції з Німеччини знизилася з 61,7% у 2013 році до 50,4% у 2017 році, проте частка імпорту продукції з Китаю зросла сягнувши в 2017 році 21,5% в порівнянні із 17,1% у 2013 році. Також майже стабільною характеризується частка імпорту з РФ яка коливається в середньому протягом досліджуваного періоду в межах 6%.

Частка чистого доходу від реалізації імпортової продукції у загальній сумі чистого доходу спадає з 13,07% у 2013 році до 30,1% у 2017 році. При цьому обсяг чистого доходу від реалізації імпортової продукції у 2014 році збільшився на 173 тис. грн., або на 33,3%, у 2015 році було збільшення даного показника на 69,2 тис. грн., або на 10%, у 2016 році чистий дохід від реалізації імпортової продукції збільшився на 207,6 тис. грн., або на 27,27%, у 2017 році відбулося зростання чистого доходу від реалізації імпортової продукції на 416,96 тис грн або на 43,04%. Зростання чистого доходу від реалізації імпортової продукції зумовлене збільшенням виручки від реалізації підприємства.

Аналізуючи структуру імпорту продукції досліджуваного підприємства встановлено що вона є досить рівномірною. Найбільшу частку в структурі імпорту продукції які динамічно зростають займає папір офсетний, напівглянцевий та матовий, частка першого якого в 2013 році складала 25,82 % у загальній сумі імпорту, у наступних роках незначно проте демонструвала незначний спад, сягнувши в 2017 році 15,22%. Частка імпорту паперу напівглянцевого у 2013 році становила 21,20%, у наступних роках 21,50%, 24,74%, 26,84% та 26,60%. І частка паперу матового демонструвала хоч і змінну проте позитивну динаміку знизившись з 27,8% в 2013 до 26,35% у 2017 році.

Чистий дохід від імпорту продукції у 2014 році збільшився на 173 тис. грн., або на 33,3%, у 2015 році відбулося збільшення даного показника на 69,2 тис. грн., або на 10,0%, у 2016 році чистий дохід від імпорту обладнання зріс на 207,6 тис. грн., або на 27,3 %, у 2017 році спостерігається зростання даного показника на 43,06%.

Найбільшим торговим партнером ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» є Німеччина. Її вага займає 50,4% у 2017 році Також досить значні обсяги підприємство закуповує у Франції – 11,2% та Китаї 21,5%, що в сумарності сягає у 2017 році 73,1%.

Підприємство від здійснення імпорتنих операцій постійно отримувала економічний ефект від проведення операцій з імпорту паперу протягом всього періоду дослідження. В середньому ефективність операцій з імпорту паперу склала протягом 2013-2017 років 135%. Найбільший рівень ефективності імпорту паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» мав у 2016 році - 144,71%.

Загальний сумарний ефект від імпорту продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за останні п'ять років склав 1125,046 тис. грн. Найбільший економічний ефект від імпорту паперу - 341,367 тис. грн. підприємство отримало у 2017 році.

Таким чином, у цілому зовнішньоекономічна діяльність досліджуваного підприємства є ефективною.

РОЗДІЛ III. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

3.1. Обґрунтування напрямів удосконалення системи управління імпортними операціями

Ефективність та перспективи розвитку ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» в сучасних ринкових умовах господарювання залежать від ефективніших напрямів удосконалення системи управління підприємством, зокрема управління імпортними операціями. Обґрунтування напрямів та необхідних умовою удосконалення їх, є запорукою ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. У другому розділі даної роботи нами зазначено наявні проблеми у діяльності досліджуваного підприємства, визначених із використанням SWOT-аналізу.

Серед яких: високий рівень витрат на здійснення зовнішньоекономічних операцій, зокрема імпорту продукції; недостатність досвіду в управлінні фінансовими активами та станом платоспроможності підприємства, що може викликати недовіру закордонних постачальників при розгляді перспективи здійснення міжнародної операції купівлі продажу; несприятливе економіко-політичне середовище в країні, яке створює перепони у здійсненні операцій у сфері ЗЕД; недостатня присутність представництв у регіонах України для збільшення рівня продажів імпортової продукції; недостатність рівня чистого доходу, що створює перепони у вдосконаленні операційної діяльності підприємства та виділенні додаткових грошових коштів на розвиток бізнесу, у тому числі у сфері ЗЕД.

Більшість зазначених проблем можна усунути, впровадивши спеціальні методи управління, які допоможуть удосконалити діяльність досліджуваного підприємства в цілому та особливо діяльність направлену на підвищення ефективності імпорту продукції.

У підприємства є великі переваги на українському ринку, тому що значної

кількості конкурентів в Україні немає.

Ситуація на ринку у дійсності нестабільна, тому підприємству необхідно шукати можливості та впроваджувати зміни для збереження конкурентоспроможності та створення позитивного іміджу у споживача.

Важливим у розвитку власного бренду є покращення операцій зовнішньоекономічної діяльності, оскільки, діяльність підприємства здебільшого орієнтована саме на імпортуванні продукції, та її реалізації на внутрішньому ринку, зокрема через власне виробництво кінцевої продукції.

Дослідження дозволило нам сформулювати основні цілі, ґрунтуючись на основних альтернативах, які максимально можуть посприяти розвитку компанії ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» та вдосконалити управління ЗЕД підприємства, що представлені в рисунку 3.1.



Рис. 3.1. Основні цілі та альтернативи покращення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Не менш ефективним напрямом підвищення ефективності діяльності досліджуваного підприємства є питання ефективності та швидкості реалізації продукції серед кінцевих споживачів. Враховуючи різнонаправленість асортиментних груп що забезпечує зацікавленість продукцією підприємств різних клієнтурних ринків, для зручності моніторингу та вивчення попиту та представлення в подальшому аналітичних показників (результатів), вважаємо за необхідність кожен напрям розподілу імпортованої та власно виробленої продукції позначати, з урахуванням типу ринку, який він обслуговує (промисловий, споживчий тощо).

Для зручності відображення групування напрямів розподілу та виокремлення відповідної нумерації ринку, на який він спрямований, зображено схематично, із рахуванням каналів розподілу (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Рекомендовані для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» напрями розподілу* імпоротної продукції**

**Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

*напрями розподілу – промисловий ринок, позначаємо великою літерою «В» (від англійського «business» – бізнес), споживчий ринок – літерою «С» (від англійського «consumer» – споживач), державний ринок – літерою «S» (від англійського «state market» – державний ринок).

Таблиця 3.2

**Рекомендовані для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» канали розподілу
імпоротної продукції**

Рівень каналів розподілу	Позначення каналів розподілу	Характеристика каналів розподілу
1	2	3
Канал 0-го рівня	«Z» (від англ. «zero» – нуль)	Підприємство організовує прямий продаж як кінцевим (фірмова торгівля, інтернет-маркетинг тощо), так і промисловим споживачам.
Канал 1-го рівня	«R» (від англ. «retail» – роздрібний торговець)	Посередник в каналі здійснює відносно невеликі оптові закупки продукції, діє від свого імені та за власний рахунок, купує продукцію з метою подальшого перепродажу кінцевим споживачам.
	«HoReCa» (відангл. «Hotel, Restaurant, Cafe» – готелі, ресторани, кафе)	До торгових точок даного каналу відносяться готелі, ресторани, кафе, бари, клуби, кінотеатри (HoReCa), які працюють в сегменті on trade.
Канал 2-го рівня	«W» (від англ. «wholesaler» – оптовий посередник)	Посередник в каналі здійснює оптові нерегулярні закупки продукції для наступного перепродажу роздрібній торгівлі. Оптовий посередник діє від свого імені та за власний рахунок, не бере на себе довгострокових зобов'язань перед виробником.
	«Dl» (від англ. «dealer» – дилер)	Посередник в каналі здійснює оптові регулярні закупки продукції, встановлені планом виробника, для наступного перепродажу підприємствам роздрібною торгівлі. Дилер діє від свого імені та за власний рахунок, за певних мінімальних обсягів продажу отримує дилерські пільги (дилерську знижку).
	«D» (від англ. «distributor» – дистриб'ютор)	Дистриб'ютор в каналі здійснює оптові регулярні закупки продукції, встановлені планом виробника, для наступного перепродажу підприємствам оптової та роздрібною торгівлі. Він діє від імені виробника або від свого імені та за власний рахунок, від виробника отримує пільги (знижки, право продажу продукції на певній території, на нього розповсюджується рекламний бюджет тощо) за визначених обсягів продажу та виконання інших умов угоди.
	«DE» (від англ. «exclusive distributor» – ексклюзивний дистриб'ютор)	Ексклюзивний дистриб'ютор або отримує право на ексклюзивний розподіл продукції в певній товарній групі чи на певній території, або має фокус-команди, які займаються таким виключним розподілом. Дані преференції надаються в разі тривалого співробітництва та виконання всіх умов угоди. Він діє від імені виробника та за власний рахунок.
Закордонний канал 2(3)-го рівня	«AD» або «ADE» (від англ. «(exclusive) abroad Distributor» – (ексклюзивний) дистриб'ютор на закордонних ринках)	Дистриб'ютор або ексклюзивний дистриб'ютор отримує право на розподіл продукції компанії на території певної країни. Він діє від імені виробника та за власний рахунок.

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

На основі даних ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» можемо визначити динаміку, щоб зрозуміти які канали розподілу та регіони переважають в каналах розподілу (табл. 3.3)

Таблиця 3.3

Динаміка продажу імпортої продукції в каналах розподілу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Канали розподілу продукції	Обсяги реалізації, тис. грн		Відхилення 2017/2016, (+/-)	
	2016 рік	2017 рік	абсолютне, тис. грн	відносне, %
Система розподілу «В» (Західний регіон)				
«ДІ»	57, 400	82,000	24,6	142,86
Система розподілу «В» (Дилер Східний регіон)				
«ДІ»	230, 000	273,759	43,76	119,03
Система розподілу «В» (Дилер Південний регіон)				
«ДІ»	154,980	172,200	17,22	111,11
Система розподілу «В» (Дилер Північний регіон)				
«ДІ»	526,420	857,800	331,38	162,95
Разом	968,800	1385,759	416,96	143,04

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Для того, щоб охарактеризувати зміни в структурі каналів розподілу, зробити висновки щодо позитивних чи негативних змін, які відбулися, необхідно розглянути динаміку структури розподілу продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ». (табл.3.4).

Таблиця 3.4

Динаміка структури каналів розподілу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Канали розподілу продукції	Структура продаж, %		Відхилення 2016/2015, (+/-)
	2016 рік	2017 рік (попередні дані)	
Система розподілу В (Виробничий ринок Західний регіон)			
«ДІ»	5,92	5,92	-0,01
Система розподілу В1 (Виробничий ринок Східний регіон)			
«ДІ»	23,74	19,76	-3,99
Система розподілу В3 (Виробничий ринок Південний регіон)			
«ДІ»	16,00	12,43	-3,57
Система розподілу В4 (Виробничий ринок Північний регіон)			
«ДІ»	54,34	61,90	7,56

*складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Згідно даних таблиці можна зробити висновок, що ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» займається реалізацією своєї продукції через канали другого рівня, а саме через оптові мережі та за допомогою дилерів.

Це свідчить про недостатність прямих продажів без посередників, що свідчить про наявність резервів зростання підприємства до великої оптової мережі.

Після отримання результату можна буде зробити висновки про вдосконалення певного каналу розподілу або ліквідації, якщо його потенціал зростання дуже малий та займає незначний відсоток серед усіх каналів поставок товарів. Це допоможе розробити необхідну стратегію щодо займання лідерських позицій на ринку та підвищення показників ефективності реалізації імпортової продукції.

Використаємо підхід до прийняття стратегічних рішень управління клієнтами компанії Біловодської О.А. у пропонованій нею матриці «товар-ринок» (рис. 3.3). В ньому застосовують параметри: потенціал зростання клієнта та маржа прибутку, яку приносить клієнт. В даній матриці також пропонується обсяг продажів клієнта визначати розміром „пузиря”, яким він позначений.

Маржа прибутку, яку приносить клієнт	велика	«Стриножені» Велика маржа прибутку – низький потенціал зростання	«Нове покоління» Велика маржа прибутку – високий потенціал зростання
	незначна	«Переорієнтація» Незначна маржа прибутку – низький потенціал зростання	«Червоне чорнило» Незначна маржа прибутку – високий потенціал зростання
		низький	високий
		Потенціал зростання клієнта, %	

Рис. 3.3. Матриця «товар-ринок» для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

До позитивних сторін цього методу, що можна використати для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» належить можливість чіткого розуміння економічної

привабливості клієнта для компанії, тобто визначення приросту прибутку, який можна отримати від співпраці з клієнтом. Позитивним моментом є також те, що обидва показники побудови матриці відображають стан клієнтського портфеля в динаміці. До негативних сторін цього методу належить те, що його можна застосовувати тільки для компаній з невеликою кількістю клієнтів та жорстким контролем витрат на їх обслуговування. Тільки за цих умов можна визначити витрати, а відповідно і прибутки, які приносить кожен клієнт. Негативним моментом також є те, що на потенціал зростання клієнта здійснює сильний вплив потенціал зростання ринку, напрямки дії яких можуть не співпадати.

В матриці «Потенціал зростання клієнта/прибутковість» для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» пріоритет віддають клієнтам з найбільшим споживчим потенціалом та великим приростом прибутку, що приносить клієнт.

Портфельний аналіз клієнтів може здійснюватися також на основі матриці «Потенціал зростання клієнта/прибутковість», він окреслює стратегії для кожного типу учасників каналу розподілу продукції ("червоне чорнило", "переорієнтація", "стриженожені" та "нове покоління"). Даний метод також можна застосовувати для розробки стратегії досліджуваного підприємства.

На думку Вінкельман П., важливим моментом у взаємовідносинах між компанією і її клієнтами є визначити рівень взаємної залежності компанії та клієнта. В цьому випадку варто використовувати матрицю «відносної сили компанії та її клієнтів», яка показує співвідношення частки клієнта в обороті компанії ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» і частки компанії в обороті клієнта (рис. 3.4).

Як бачимо, між підприємством ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» та його клієнтами залежно від ступеня їх взаємозв'язку може спостерігатися як інтеграція, так і конкуренція. У разі монополізму клієнтів на певному ринку ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» може потрапити у часткову або повну залежність від них. Клієнти будуть диктувати умови, за якими повинен працювати постачальник. Внутрішня та взаємна конкуренція спостерігається між аналогічними за спеціалізацією і типорозмірами, рівноцінними за масштабами й обсягами діяльності

підприємствами з потенційними та існуючими клієнтами. В матриці «відносної сили компанії та її клієнтів» найкращою ситуацією є інтеграція, тобто – великий взаємозв'язок між компанією і клієнтом.



Рис. 3.4. Матриця «Відносна сила компанії та її клієнтів»

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

До позитивних сторін цього методу, що можуть застосовуватися для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», належить можливість розробки стратегії не тільки спираючись на положення клієнта в обороті компанії, але й положення компанії в обороті клієнта.

До негативних сторін цього методу належить вибір клієнтів виключно за показником доходу, що призводить до виділення саме тих із них, які приносять більшу частину виручки від реалізації і, відповідно, не звертається увага на високоприбуткових клієнтів, які можуть мати незначну частку в обороті компанії, але бути перспективними. Крім того в даній матриці не враховується динаміка розвитку взаємовідносин між компанією і клієнтами, що є важливим для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ».

Застосування матриці «відносної сили компанії та її клієнтів» для

ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» передбачає визначення співвідношення частки клієнта в обороті компанії і частки компанії в обороті клієнта, тобто їх відносну силу. На цій основі приймаються відповідні стратегічні рішення для кожної категорії клієнтів, найкращою ситуацією тут є інтеграція, тобто – великий взаємозв'язок між компанією і клієнтом.

Крім того, для здійснення інноваційних перетворень в оптовій торгівлі на підприємстві ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» необхідно надати особливого значення таким факторам як:

- а) визначення ролі і місця оптової торгівлі у розвитку економіки України;
- б) визначення пріоритетів, що сприятиме оздоровленню ситуації у виробництві вітчизняних товарів споживчого призначення, а також мінімізуватиме ризики від інтеграції в єдиний економічний простір;
- в) розроблення загальнодержавної стратегії регулювання внутрішнього ринку, системи стимулів для великих підприємств оптової торгівлі;
- г) розроблення інноваційних проектів оптових підприємств для формування товаропровідної мережі, зміцнення міжрегіонального співробітництва з обміну товарами.

Щодо комплексу завдань оптової торгівлі в ринковій економіці, важливо звернути увагу на те, що він повинен включати міжрегіональну і міжгалузеву інтеграцію, оптимальний розподіл товарних ресурсів країни, адже саме оптові підприємства здатні акумулювати комерційну інформацію з усіх основних питань споживчого ринку та надавати її всім зацікавленим економічним агентам. Реалізація такої програми розвитку оптової торгівлі дозволить виділити пріоритетні напрями, а саме:

- створення єдиного інформаційного простору;
- стимулювання інноваційної активності підприємств оптової торгівлі;
- досягнення високого рівня автоматизації і механізації складських операцій та процесів;
- розширення і модернізація складських комплексів;

- ліквідація зайвих посередницьких ланок у процесі руху товару;
- забезпечення сприятливих умов для появи підприємств оптової торгівлі нових типів;
- залучення національного капіталу до участі в інвестиційних проектах по створенню сучасних типів підприємств оптової торгівлі;
- дієвий контроль за якістю товарів, виключення доступу на ринок фальсифікованої та неякісної продукції;
- створення інтегрованих структур (промислово-торговельних об'єднань, фінансово-торговельно-промислових груп);
- введення атестаційних паспортів для об'єктів торговельної діяльності;
- систематичний моніторинг ефективності діяльності та якості послуг, що надаються підприємствами оптової торгівлі.

Рациональна організація діяльності оптового посередництва, зокрема для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» з переорієнтацію його інтересів у напрямку національного виробника здатні забезпечити високу ефективність всієї системи товарообігу в країні і вирішити ключові завдання виробництва та реалізації продукції. При цьому потрібно створити мережу регіональних оптових комплексів, до складу яких необхідно включити:

- організаційно-технічний блок;
- інформаційно-аналітичний блок;
- інноваційно-логістичний блок;
- фінансово-кредитний блок.

Отже, у розвитку економіки України пріоритетне місце займає оптова торгівля. Щоб регулювати внутрішній ринок держави потрібно розробити загальнодержавну стратегію розвитку підприємств оптової торгівлі. Також варто розробити інноваційні проекти оптових підприємств для формування товаропровідної мережі, зміцнення міжрегіонального співробітництва в обміні товарами, що в тому числі підвищить ефективність функціонування ТОВ «ОЛ-ПРИНТ».

3.2. Розробка комплексу заходів щодо удосконалення системи управління імпортерними операціями на ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

В одних випадках фірми-посередники за попередньо обговорену платню знаходять можливих постачальників чи споживачів 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 поставок, піклуються про своєчасну доставку, можуть надавати послуги зі складування, комплектування, упакування, сортування й інших допоміжних операцій.

Успішне здійснення закупівель передбачає наявність широкого спектру інформації про стан ринків. Для дослідження ринку регулярно відбирається та оцінюється детальна інформація з метою визначення місткості ринку і створення передумов для оптимізації закупівель.

Для здійснення вибору конкретного постачальника є такі методи (рис. 3.5).

Однак наведені методи мають певні недоліки. Застосування одних методів передбачає необхідність збору й аналізу значного обсягу інформації, інших - зосередження уваги на одному з факторів (або критеріїв) та ігнорування інших, що, на думку автора, є не досить коректним. До того ж автор вважає, що вибір підприємств-постачальників товарних ресурсів повинен здійснюватися в контексті зв'язку пріоритетності кожного постачальника з урахуванням відповідності всіх критеріїв, які з точки зору певного торговельного підприємства є для нього важливішими.

Вирішення цього завдання можливе на основі застосування методу аналізу ієрархій, автором якого є англійський математик Т. Сааті. Доцільність використання цього методу полягає в тому, що він дозволяє працювати з якісними критеріями (якість, умови постачання та ін.) та, окрім цього, дозволяє визначити

пріоритетність вибору кожного потенційного постачальника з точки зору відповідності основним критеріям їх оцінки.



Рис. 3.5. Методи рекомендаційного вибору постачальників-імпортерів для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Застосування методу Сааті дозволяє порівнювати різні критерії або об'єкти між собою для розробки загальної ієрархії та становить парні порівняння. Проведення дослідження методом аналізу ієрархій потребує вирішення такого

питання: якою мірою (у скільки разів) один елемент (постачальник, критерій) переважає інший.

Матриця парних порівнянь складається за такими принципами: порівнюючи вагомість показників, виходять з 10-бальної системи оцінки, отримані з одного боку від головної діагоналі матриці, повинні бути зворотними оцінками, що знаходяться з іншого боку від головної діагоналі; оцінки складаються, виходячи з принципів, наведених схематично на рис. 3.6.

РЕЙТИНГ СТУПЕННЯ ВАЖЛИВОСТІ		
Бальний рейтинг	Визначення ступеня важливості	Рекомендації щодо використання
1	Об'єкти рівноцінні	Обидва об'єкти рівноцінні між собою за переважністю
3	Один об'єкт має переваги перед іншим	Є певні підстави вважати перший об'єкт дещо кращим за інший
5	Один об'єкт кращий за інший	Є підстави вважати один об'єкт кращим за інший
7	Один об'єкт є абсолютно кращим за інший	Є вагомі підстави вважати перший об'єкт кращим за інший
9	Один об'єкт є абсолютно кращим за переважністю порівняно з іншим	Переважність одного об'єкта порівняно з іншим не викликає жодних сумнівів
2,4,6,8	Значення, що відображають проміжні судження	Використовуються у випадку, коли вибір між двома сусідніми непарними числами викликає труднощі

Рис. 3.6. Рейтингування ступеня (відносної) важливості об'єктів за Т. Сааті для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

*Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Метод аналізу ієрархій передбачає побудову узгоджених матриць, стовпчиками та рядками яких є одні й ті ж показники. На основі попарного порівняння всіх елементів матриці виводиться власний вектор кожного об'єкта дослідження, який нормалізується та перетворюється у вектор пріоритетів, тобто

саме в той показник, який буде частиною ієрархії. Виноградова О. В. зазначає, що визначення вектора пріоритетів є математичним аспектом цього методу, на основі чого робляться економічні висновки.

Можна розглянути приклад за шкалою відносної важливості об'єктів за Сааті. У табл. 3.5 наведено приклад розрахунку рейтингу одного з постачальників підприємства. Значущість окремих критеріїв встановлена. Виставляється оцінка за кожним критерієм (за десятибальною шкалою), після чого шляхом множення отриманих оцінок на значущість відповідних критеріїв і наступного додавання отриманих результатів розраховується рейтинг постачальника (додаток В).

Таблиця 3.5

Розрахунок рейтингу постачальника ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Критерій вибору постачальника	Значущість критерію	Оцінка постачальника за даним критерієм	Добуток значущості критерію на оцінку
1. Ціна	0,25	8	2,0
2. Якість товару	0,2	7	1,4
3. Надійність постачання	0,15	5	0,75
4. Умови платежу	0,15	6	0,9
5. Повнота асортименту	0,1	10	1
6. Віддаленість постачальника	0,1	9	0,9
7. Сервісне обслуговування	0,05	4	0,2
Разом	1,00	-	7,15

**складено за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»*

Розраховуючи рейтинг для різних постачальників і порівнюючи отримані знання, визначають найкращого партнера. Якщо рейтинг джерела постачання нижчий від допустимої величини, то договір постачання за рішенням відповідальних осіб може бути розірваний навіть за умови ініціювання санкцій.

У розглянутому прикладі найвищий рейтинг постачальника свідчить про його перевагу. Однак для розрахунку рейтингу може використовуватися й інша система оцінок, за якої більш високий рейтинг свідчить про вищий рівень негативних якостей постачальника. У цьому випадку перевагу слід віддати тому постачальнику, який має найнижчий рейтинг.

В основі використання цього методу аналізу постачальників лежить припущення, що не всі постачальники характеризуються однаковим впливом на ефективність, через що доцільно інтенсивніше займатися постачальниками, які мають великий обіг.

Досліджуване підприємство має імпорто-орієнтовану стратегію, тому для оптимізації його діяльності варто вдосконалити роботу з закордонними постачальниками,



Рис. 3.7. Рекомендоване дерево цілей для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

**складено автором*

Вітчизняні підприємства під час вибору постачальника сьогодні в основному покладаються на власну інформацію. Обов'язково треба проводити необхідні розрахунки, дослідження, які забезпечують безпеку фінансових та інших інтересів. Це допоможе підприємствам сформувати списки партнерів, яким можна довіряти та які пропонують вигідні умови.

Тенденції майбутнього розвитку дозволяють припустити, що роль вибору вдалих постачальників як чинника успіху в конкурентній боротьбі і в майбутньому буде тільки зростати. Оцінити та вибрати кращого постачальника

3.3. Прогнозні показники зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» з урахуванням запропонованих заходів

Розглянемо економічне обґрунтування ефективності заходів удосконалення ЗЕД для ТОВ «ОЛ-ПРИНТ». Для обґрунтування запропонованих заходів щодо покращення імпоротної діяльності досліджуваного підприємства побудуємо товарний план продукції за структурою асортименту. Такий план є необхідним для того, щоб оперативно виявляти недоліки в роботі з асортиментом підприємства та уникнути проблем, які можуть виникнути при збуті товарів та вплинути як на прибутки підприємства, так і на рівень задоволеності товарами.

Можна сказати, що вся продукція досліджуваного підприємства реалізується на достатньо хорошому рівні, тому і структура асортименту значно не зміниться. Підприємство вже займає стійкі позиції на ринку, та мають значну базу постійних клієнтів. Отже, можна говорити про добре розроблену стратегію стосовно асортименту підприємства, що допомагає зберігати збалансоване співвідношення попиту та пропозиції на продукцію підприємства.

Оскільки структуру асортименту підприємство не змінюватиме, тому прогноз на 2019 рік здійснимо з урахуванням незмінності тенденцій щодо темпів зростання виручки від реалізації та витрат при імпорті паперу.

Основним методом планування збуту який застосовує ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» є метод екстраполяції. Цей метод планування ефективно використовувати в процесі планування збуту для динамічних рядів, по яких спостерігається стійка тенденція до зростання показника у часі. Згідно даного методу, плановий обсяг збуту імпортних товарів визначається або на основі середнього темпу зростання, або на основі середнього абсолютного приросту. Суть використання цього методу в плануванні збутової діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», полягає у виявленні основних напрямків та тенденцій закупівельної діяльності за попередні період, які поширюються на майбутній період.

Планування показників збуту на підприємстві ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

здійснюється за двома напрямками: за дилерами/регіонами та за видами продукції.

На підставі формул (1.7, 1.8, 1.9, 1.10), розрахуємо відповідні показники за видами продукції та регіонами збуту Результати розрахунку наведено в таблиці 3.10. (див. табл. 3.6)

Таблиця 3.6

Середній темп зростання та середній абсолютний приріст збуту імпортного паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за регіонами та видами паперу, грн.

Дилери	Регіон «Північ»	Регіон «Схід»	Регіон «Захід»	Регіон «Південь»
Середній темп зростання				
Папір офсетний	122,31	113,43	117,76	111,10
Папір напівглянцевий	150,09	103,13	138,99	109,96
Папір глянцевий	161,56	124,57	133,60	119,95
Папір матовий	135,17	125,03	125,37	103,83
Папір крейдований	218,17	119,12	107,94	206,47
Середній абсолютний приріст				
Папір офсетний	13,787	1,288	1,128	3,014
Папір напівглянцевий	52,974	7,696	1,640	2,325
Папір глянцевий	30,223	6,628	2,255	7,663
Папір матовий	41,865	8,732	4,203	0,431
Папір крейдований	23,656	2,371	1,025	3,788

Джерело: розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

За допомогою даних наведених в таблиці 3.6. розрахуємо прогнозні показники збуту імпортної продукції за регіонами та видами паперу на 2018. Результати прогнозування збуту наведено в таблиці 3.7.

Аналогічним чином, визначимо план-прогноз реалізації імпортної продукції у 2019 році. Результати прогнозування збуту наведено в таблиці 3.8.

При обґрунтуванні ефективності імпортної діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» на 2018 рік, в першу чергу, необхідно визначити витрати які буде нести підприємство у плановому періоді при імпорті паперу.

Таблиця 3.7.

Скорегований прогноз збуту імпортного паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» на 2018 рік за дилерами та видами паперу, грн.

Дилери	Регіон «Північ»	Регіон «Схід»	Регіон «Захід»	Регіон «Південь»	В цілому за регіонами
За темпом зростання					
В цілому за видами	1020,075	346,670	92,624	217,294	1676,663
Папір офсетний	106,158	62,112	11,588	42,089	221,947
Папір напівглянцевий	331,254	71,614	12,537	39,764	455,169
Папір глянцевий	182,326	58,188	18,624	76,425	335,563
Папір матовий	286,107	91,309	39,065	17,880	434,361
Папір крейдований	106,158	62,112	11,588	42,089	221,947
За абсолютним приростом					
В цілому за видами	884,515	300,474	92,250	189,420	1466,659
Папір офсетний	104,224	61,515	10,968	40,898	217,603
Папір напівглянцевий	273,614	65,185	10,660	38,487	387,947
Папір глянцевий	152,454	53,167	16,195	71,377	293,193
Папір матовий	248,916	85,385	35,363	17,651	387,314
Папір крейдований	105,307	35,222	19,065	21,008	180,603
За корегуванням					
В цілому за видами	964,518	315,487	91,950	198,710	1570,666
Папір офсетний	108,204	62,358	11,122	41,374	223,058
Папір напівглянцевий	306,088	68,017	11,267	39,075	424,447
Папір глянцевий	168,274	54,461	16,795	72,696	312,226
Папір матовий	271,657	86,440	36,107	17,925	412,128
Папір крейдований	110,296	44,212	16,659	27,640	198,807

Джерело: розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

В той же час, слід зауважити, що важливим недоліком використання методу екстраполяції є перенесення помилок з аналітичного періоду на плановий, перенесення минулих тенденцій на майбутнє без урахування коливання показника всередині динамічного ряду, особливо коли відсутні чіткі тенденції зміни. Наслідком такого підходу є значне завищення або заниження планового показника.

Таблиця 3.8.

**Скорегований план збуту імпортного паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» на 2019 рік
за дилерами та видами паперу, грн.**

Дилери	Регіон «Північ»	Регіон «Схід»	Регіон «Захід»	Регіон «Південь»	В цілому за регіонами
За темпом зростання					
В цілому за видами	1539,923	404,945	117,437	287,623	2349,928
Папір офсетний	129,842	70,454	13,646	46,761	260,702
Папір напівглянцевий	497,179	73,856	17,425	43,724	632,184
Папір глянцевого	294,566	72,485	24,882	91,672	483,604
Папір матовий	386,731	114,164	48,976	18,565	568,435
Папір крейдований	231,605	73,988	12,508	86,901	405,002
За абсолютним приростом					
В цілому за видами	1047,02	327,19	102,50	206,64	1683,35
Папір офсетний	118,01	62,80	12,10	43,91	236,82
Папір напівглянцевий	326,59	72,88	12,30	40,81	452,58
Папір глянцевого	182,68	59,79	18,45	79,04	339,96
Папір матовий	290,78	94,12	39,57	18,08	442,55
Папір крейдований	128,96	37,59	20,09	24,80	211,44
За корегуванням					
В цілому за видами	1293,472	366,068	109,969	247,132	2016,639
Папір офсетний	123,926	66,627	12,873	45,336	248,761
Папір напівглянцевий	411,885	73,368	14,863	42,267	542,382
Папір глянцевого	238,623	66,138	21,666	85,356	411,782
Папір матовий	338,756	104,142	44,273	18,323	505,493
Папір крейдований	180,283	55,789	16,299	55,851	308,221

Джерело: розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

В цьому контексті, планування методом екстраполяції на основі середнього темпу зростання та середнього абсолютного приросту доречно доповнити методом ковзної середньої.

Для цього здійснимо планування базисних показників, що визначають вартісні обсяги закупівлі ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» паперу визначивши методом екстраполяції та методом згладженого ряду план закупівлі паперу на зовнішньому

ринку за його видами. Для цього, визначимо середній темп приросту імпорту паперу, його середній абсолютний приріст та середній абсолютний приріст за згладженим рядом за видами паперу протягом 2013-2017 років. Результати розрахунку занесемо до таблиці 3.9 (див. табл. 3.9).

Таблиця 3.9

**Середні темпи зростання, середній абсолютний приріст та середній абсолютний приріст за згладженим рядом обсягів імпорту паперу
ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» у 2013-2017 рр.**

Товарні групи	Коригуючі показники		
	Середній темп приросту %	Середній абсолютний приріст, тис. грн	Середній абсолютний приріст за згладженим рядом, тис. грн
Папір офсетний	1,00	0,18	-15,23
Папір напівглянцевий	1,27	37,88	46,12
Папір глянцевий	1,11	5,85	11,73
Папір матовий	1,25	8,30	8,28
Папір крейдований	1,08	0,70	1,63

Джерело: розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Для того, визначити планові показники імпорту на 2019 рік, спочатку зробимо прогноз закупок імпортного паперу на 2018 рік. Результати розрахунку скоригованого плану наведено в таблиці 3.10 (див. табл. 3.10).

Таблиця 3.10

**Прогноз закупівлі на 2018 рік імпортного паперу
ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за видами, тис. грн.**

Товарні групи	2017	Прогнозні показники визначені за			Скоригований прогноз
		Середній темп приросту	Середній абсолютний приріст	Середній абсолютний приріст за згладженим рядом	
Папір офсетний	165,3	165,3	165,48	150,07	160,2833
Папір напівглянцевий	246,7	247,97	284,58	292,82	275,1233
Папір глянцевий	68,5	69,61	74,35	80,23	74,73
Папір матовий	56,5	57,75	64,8	64,78	62,44333
Папір крейдований	10,0	11,08	10,7	11,63	11,13667
Всього	547,0	551,71	599,91	599,53	583,7167

Джерело: розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

На підставі отриманих в таблиці скоригованих даних, щодо обсягів імпорту паперу у 2018 році визначимо планові показники щодо імпорту паперу у 2019 році Результати розрахунків наведемо в таблиці 3.11(див. табл. 3.11)

Таблиця 3.11

План закупівлі імпортного паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» у 2019 році

Товарні групи	2018 прогноз	Планові показники визначені за			Скоригований план
		Середній темп приросту	Середній абсолютний приріст	Середній абсолютний приріст за згладженим рядом	
Папір офсетний	160,283	160,28	160,46	145,05	155,26
Папір напівглянцевий	275,123	349,41	313,00	321,24	327,88
Папір глянцевий	74,730	82,95	80,58	86,46	83,33
Папір матовий	62,443	78,05	70,74	70,72	73,17
Папір крейдований	11,137	12,03	11,84	12,77	12,21
Всього	583,717	682,72	583,72	583,72	616,72

Джерело : складено за даними табл. 3.4.

Наступним етапом, щодо оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» у плановому періоді, є визначення повних витрат з імпорту паперу за видами. Для цього спочатку, визначимо середній темп приросту, накладних витрат з імпорту паперу, їх середній абсолютний приріст та середній абсолютний приріст за згладженим рядом протягом 2013-2017 років. Результати розрахунку занесемо до таблиці 3.12 (Див. табл. 3.12).

Таблиця 3.12

Середні темпи зростання, середній абсолютний приріст та середній абсолютний приріст за згладженим рядом накладних витрат з імпорту паперу «ОЛ-ПРИНТ» у 2013-2017 рр.

Показники	Коригуючі показники		
	Середній темп приросту	Середній абсолютний приріст, тис. грн	Середній або абсолютний приріст за згладженим рядом, тис.грн
Митні платежі	1,13	0,793	0,7705
Витрати з перевезенням	1,74	103,762	77,165
Витрати з митного оформлення вантажу	1,80	4,872	4,240

Джерело: розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Відповідно до попередніх розрахунків при визначенні планового показника з накладних витрат при імпорті ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», а також використовуючи данні, що наведені в таблиці 3.12, визначимо скоригований прогноз накладних витрат при імпорті паперу на 2018 рік. Результати розрахунку скоригованого плану наведено в таблиці 3.13. (див. табл. 3.13).

Таблиця 3.13

**Скоригований прогноз накладних витрат при імпорті паперу на 2018 рік
ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», тис. грн.**

Показники	2017	Прогноз визначений за			Скоригований прогноз накладних витрат
		Середній темп приросту	Середній абсолютний приріст	Середній абсолютний приріст за згладженим рядом	
Митні платежі	8,205	9,27165	8,9985	8,9755	9,081
Витрати пов'язані з перевезенням	465,90	810,666	569,6625	543,065	641,131
Витрати пов'язані з митним оформленням вантажу	21,528	38,7504	26,4005	25,768	30,306
Всього	495,633	858,6881	605,0615	577,8085	680,519

Джерело: розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Аналогічним чином, визначимо план-прогноз накладних витрат при імпорті паперу у 2019 році. Результати прогнозування збуту наведено в таблиці 3.14. (див. табл. 3.14)

Таблиця 3.14

**Скоригований прогноз накладних витрат при імпорті паперу на 2019 рік
ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», тис. грн.**

Показники	2018	Прогноз визначений за			Скоригований прогноз накладних витрат
		Середній темп приросту	Середній абсолютний приріст	Середній абсолютний приріст за згладженим рядом	
Митні платежі	9,081	10,262	9,874	9,852	9,996
Витрати пов'язані з перевезенням	641,131	1115,568	744,893	718,296	859,5857
Витрати пов'язані з митним оформленням вантажу	30,306	54,551	35,178	34,546	41,425
Всього	680,519	1180,380	680,519	762,694	874,531

Джерело: розраховано за даними ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»

Використовуючи дані планових показників визначимо економічний ефект та ефективність імпорту ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» паперу у 2019 році. Результати розрахунків наведено в таблиці 3.15. (див. табл. 3.15).

Таблиця 3.15

**Очікувані фінансові результати від імпорту паперу
ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» на 2018-2019 роки тис. грн**

Показники	2018 прогноз	2019 план
Закупівельна вартість товару при імпорті	583,717	616,720
Накладні витрати при імпорті	680,519	874,531
Повна собівартість імпорту	1264,236	1491,251
Виручка від реалізації	1570,666	2016,639
Економічний ефект від імпорту	306,430	525,388
Ефективність імпорту %	124,24	135,23

Отже, ефективність перепродажу імпортової продукції зросте у прогностному періоді та залишиться на достойному рівні, зважаючи на ситуацію, в якій працюватиме підприємство в сучасних складних економічних умовах.

Висновки до розділу III

Для того, щоб сформулювати та окреслити усі можливості та перспективи розвитку ТОВ «ОЛ-ПРИНТ», необхідно зазначити основні проблеми, які створюють перепони у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. У другому розділі даної роботи ми вже зазначали наявні проблеми у діяльності організації через проведення SWOT-аналізу.

Наявні наступні недоліки у діяльності ТОВ «ОЛ-ПРИНТ»: високий рівень витрат на здійснення зовнішньоекономічних операцій, зокрема імпорту продукції; недостатність досвіду в управлінні фінансовими активами та станом платоспроможності підприємства, що може викликати недовіру закордонних постачальників при розгляді перспективи здійснення міжнародної операції

купівлі продажу; несприятливе економічне середовище в країні, яке створює перепони у здійсненні операцій у сфері ЗЕД; недостатня присутність представництв у регіонах України для збільшення рівня продажів імпортової продукції; недостатність рівня чистого доходу, що створює перепони у вдосконаленні операційної діяльності підприємства та виділенні додаткових грошових коштів на розвиток бізнесу, у тому числі у сфері ЗЕД.

На нашу думку, основними альтернативами, які максимально можуть посприяти розвитку компанії ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» та вдосконалити управління саме збутовою політикою підприємства. Між підприємством і його клієнтами залежно від ступеня їх взаємозв'язку може спостерігатися як інтеграція, так і конкуренція. У разі монополізму клієнтів на певному ринку підприємство може потрапити у часткову або повну залежність від них. Клієнти будуть диктувати умови, за якими повинен працювати постачальник. Внутрішня та взаємна конкуренція спостерігається між аналогічними за спеціалізацією і типорозмірами, рівноцінними за масштабами й обсягами діяльності підприємствами з потенційними та існуючими клієнтами. В матриці «відносної сили компанії та її клієнтів» найкращою ситуацією є інтеграція, тобто – великий взаємозв'язок між компанією і клієнтом.

Успішна організація оптового продажу на ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» пов'язана з напруженою роботою комерційної служби підприємства, яка повинна вивчати джерела закупівель та постачальників товарів, споживчий попит та торгову кон'юнктуру, вести комерційні переговори, укладати договори, забезпечувати планомірну доставку товарів, вести оперативний облік закупівель та контроль за виконанням договірних зобов'язань.

Виконання цих функцій комерційною службою ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» повинно здійснюватись таким чином, щоб у кінцевому підсумку досягалась економічна ефективність роботи не тільки даного оптовика, а й роздрібних торговельних підприємств, що обслуговуються. Це досягається за рахунок планування та раціональної організації усіх комерційних операцій щодо оптової закупівлі товарів.

Фінансовий результат від перепродажу імпортої продукції складе у 2019 році 525,388тис. грн.,. В цілому ефективність перепродажу імпортої продукції у прогностному періоді буде значною. Ефективність перепродажу імпортої продукції зросте у прогностному періоді та залишиться на достойному рівні, зважаючи на ситуацію, в якій працюватиме підприємство в сучасних складних економічних умовах.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

З усього зазначеного в даній випускній кваліфікаційній роботі, можна зробити такі основні висновки:

1. Немає єдиного наукового визначення терміну «збут імпоротної продукції», але проаналізувавши праці вітчизняних та зарубіжних науковців, ми можемо дати найбільш точне, на нашу думку, визначення. Збут імпоротної продукції – це організаційно складний логістичний процес, який складається із декількох етапів, перший з яких – укладення міжнародного контракту купівлі-продажу, а завершальний – отримання чистого доходу від кінцевої реалізації товару кінцевому споживачу. В управлінні збутом імпоротної продукції приймають участь, як менеджери зовнішньоекономічної діяльності, так і менеджери зі збуту на вітчизняному ринку.

Збут товарів є частиною широкої ланки маркетингової системи підприємства. На ефективність збуту імпоротної продукції впливає увесь процес імпорту, від закупівлі товару закордоном, до його реалізації на національному ринку. Така непроста організація збутової діяльності вимагає у керівництва підприємства створювати власну політику збуту. До структури політики збуту входять: збутова система, політика продажів, політика взаємодії із збутовими каналами, логістика збуту. Окрема ланка політики збуту допомагає підприємству розробити власну найбільш вигідну та ефективну систему управління та отримати найбільш високий результат у вигляді зростаючого чистого доходу від реалізації імпоротної продукції.

2. Ефективна збутова діяльність підприємства вимагає відповідної системи управління. В управлінні збутом імпоротною продукцією велике значення має форма організаційної структури, яка була вибрана для підвищення ефективності здійснюваних операцій. В організаційних формах імпоротної діяльності виділяють такі, як власний імпорт, закордонне представництво та імпортні асоціації. Кожна з таких форм залежить від специфіки діяльності підприємства, обсягів збуту та темпів розвитку та розширення своєї операційної

діяльності. Найбільш простий та вигідний варіант організаційної форми імпортової діяльності для середніх підприємств - це організація власного імпорту. Ця форма несе за собою як вигоди, так і високі ризики, тому потребує професійної організації та контролю.

3. Оцінка ефективності імпортової діяльності несе важливу роль в загальній операційній діяльності підприємства. Завдяки таким показникам як ефективність та ефект від імпорту керівництву можна визначити наявні недоліки або проблеми у зовнішньоекономічній діяльності для оперативного застосування необхідних інструментів для їх усунення. Оцінити ефективність від імпорту складніше, якщо імпортована продукція або сировина була використана для внутрішнього використання на підприємстві. А для тих підприємств, які реалізують імпортовану продукцію на вітчизняному ринку, важливим та найбільш значущим показником є чистий дохід від реалізації імпортованого товару.

Підприємство ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності та конкурентоспроможним підприємством на ринку. Основною сферою діяльності є продаж торговельного обладнання та меблів для магазинів та офісів, більша частина продукції накуповується за кордоном через імпортні операції.

4. Провівши аналіз абсолютних показників діяльності підприємства було виявлено тенденцію зросту показників. Починаючи з 2015 року спостерігається тенденція зросту чистого прибутку товариства. У 2016 році чистий прибуток становив 76,2 тис. грн., що на 60,1 % більше у порівнянні з попереднім 2015 роком. У 2017 році зафіксований чистий прибуток у розмірі 107,8 тис. грн., що на 41,5% більше від показника попереднього року. Збільшення показників чистого прибутку обумовлено тим, що за останні роки зменшилась кількість конкурентів через неспроможність вистояти кризові умови українського ринку. Досліджуване підприємство за рахунок оптимізації витрат та закупівлі товарів за кордоном на вигідних умовах зуміло зберегти конкурентні позиції на ринку, та зайняти одну з лідируючих позицій. Таким чином, попит на продукцію ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» стабільний, з поступовим зростаючим темпом.

5. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зріс з 3969,5

тис. грн. до 41527,3 тис. грн. упродовж 3-х років. Найгірші показники чистого доходу спостерігались у 2014 році. Такими самими темпами зростали показники інших операційних доходів та інших доходів.

Прибуток до оподаткування зменшився з 201,2 тис. грн. у 2013 році до 106,4 тис. грн. у 2017 році. Чистий прибуток підприємства суттєво зріс у 2017 році у порівнянні з 2016 роком, проте зменшився порівняно з 2013 роком. У 2013 році чистий прибуток складав 165,3 тис. грн., у 2016 році даний показник зменшився до 76,2 тис. грн., а у 2017 році збільшився на 41,5% і склав 107,8 тис. грн.

Структура балансу є досить нерівномірною і значно відрізняється по роках. Скажімо, у 2015 році в структурі активів переважають необоротні активи, їх частка складає 61,4%, а оборотних відповідно 38,6%, у 2016 році дане співвідношення змінюється і більша частка припадає на оборотні активи – 57,1%, дана тенденція збереглася і в 2017 році, частка оборотних активів склала 60,9%.

Як видно частка необоротних активів в загальній сумі балансу зменшується, а оборотних активів – збільшується, це свідчить про значні капіталовкладення у оборотні активи підприємства.

Аналіз динаміки, складу та структури пасиву балансу підприємства дозволили встановити, що фінансові ресурси підприємства у 2013 – 2017 роках зростають з 2428,9 тис. грн. у 2013 році до 15367,6 тис. грн. у 2017 році.

За 2013-2017 роки джерела формування капіталу зросли на 12938,7 тис. грн. або на 532,7%. Величина власного капіталу в абсолютному вираженні збільшилась на 296,6 тис. грн., або на 200,9% у 2016 році та на 154,3 тис. грн., або на 34,7% у 2017 році. Зареєстрований капітал залишається без змін протягом аналізованого періоду і складає 100 тис. грн. Резервний капітал відсутній на підприємстві. Нерозподілений прибуток має додатне значення та збільшується протягом аналізованого періоду з 178,8 тис. грн. у 2013 році до 498,5 тис. грн. у 2017 році. Додатковий капітал на досліджуваному підприємстві відсутній.

Позиковий капітал зростає протягом 2013 – 2017 років з 2150,1 тис. грн. у 2013 році до 14769,1 тис. грн. у 2017 році, що свідчить про збільшення залежності

підприємства від зовнішніх джерел фінансування, крім того запозичення короткострокові, що у майбутньому буде погіршувати ділову активність підприємства.

Підприємство ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» є безпосереднім учасником ЗЕД, здійснюючи імпорту поліграфічного паперу в листах. Підприємство проводить активну зовнішньоекономічну діяльність, яка має особливість, адже підприємство є торговельно-посередницькою фірмою., також відзначається збільшення поставок продукції протягом 2013– 2017 років.

В основному підприємство імпортує продукцію з Німеччини та Китаю. Проте, частка імпорту продукції з Німеччини знизилася з 61,7% у 2013 році до 50,4% у 2017 році, проте частка імпорту продукції з Китаю зросла сягнувши в 2017 році 21,5% в порівнянні із 17,1% у 2013 році. Також майже стабільною характеризується частка імпорту з РФ яка коливається в середньому протягом досліджуваного періоду в межах 6%.

Частка чистого доходу від реалізації імпортової продукції у загальній сумі чистого доходу спадає з 13,07% у 2013 році до 30,1% у 2017 році. При цьому обсяг чистого доходу від реалізації імпортової продукції у 2014 році збільшився на 173 тис. грн., або на 33,3%, у 2015 році було збільшення даного показника на 69,2 тис. грн., або на 10%, у 2016 році чистий дохід від реалізації імпортової продукції збільшився на 207,6 тис. грн., або на 27,27%, у 2017 році відбулося зростання чистого доходу від реалізації імпортової продукції на 416,96 тис грн або на 43,04%. Зростання чистого доходу від реалізації імпортової продукції зумовлене збільшенням виручки від реалізації підприємства.

Аналізуючи структуру імпорту продукції досліджуваного підприємства встановлено що вона є досить рівномірною. Найбільшу частку в структурі імпорту продукції які динамічно зростають займає папір офсетний, напівглянцевий та матовий, частка першого якого в 2013 році складала 25,82 % у загальній сумі імпорту, у наступних роках незначно проте демонструвала незначний спад, сягнувши в 2017 році 15,22%. Частка імпорту паперу

напівглянцевого у 2013 році становила 21,20%, у наступних роках 21,50%, 24,74%, 26,84% та 26,60%. І частка паперу матового демонструвала хоч і змінну проте позитивну динаміку знизившись з 27,8% в 2013 до 26,35% у 2017 році.

Чистий дохід від імпорту продукції у 2014 році збільшився на 173 тис. грн., або на 33,3%, у 2015 році відбулося збільшення даного показника на 69,2 тис. грн., або на 10,0%, у 2016 році чистий дохід від імпорту обладнання зріс на 207,6 тис. грн., або на 27,3 %, у 2017 році спостерігається зростання даного показника на 43,06%.

Найбільшим торговим партнером ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» є Німеччина. Її вага займає 50,4% у 2017 році Також досить значні обсяги підприємство закуповує у Франції – 11,2% та Китаї 21,5%, що в сумарності сягає у 2017 році 73,1%.

Підприємство від здійснення імпорتنих операцій постійно отримувало економічний ефект від проведення операцій з імпорту паперу протягом всього періоду дослідження. В середньому ефективність операцій з імпорту паперу склала протягом 2013-2017 років 135%. Найбільший рівень ефективності імпорту паперу ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» мав у 2016 році - 144,71%.

Загальний сумарний ефект від імпорту продукції ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» за останні п'ять років склав 1125,046 тис. грн. Найбільший економічний ефект від імпорту паперу - 341,367 тис. грн. підприємство отримало у 2017 році.

6. Для розвитку підприємства та для досягнення постійно зростаючих результатів своєї діяльності, компанії ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» необхідно розробити план подолання наявних проблем. Вони можуть тормосити процес розвитку, в тому числі зовнішньоекономічної діяльності. Підприємство ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» має декілька найбільш на нашу думку перспективних альтернатив , як для вдосконалення своєї діяльності так і для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності . Один з них – зміна постачальників , що є тривалим по терміну та ризиковим з точки зору можливості втратити клієнтів, які звикли до певних продуктів. Другою альтернативою є створення оптової мережі для розширення своєї діяльності та поліпшення конкурентного становища ТОВ «ОЛ-ПРИНТ». Наразі, підприємство має наявні резерви, але таке розширення

потребує максимальної професійної взаємодії усіх комерційних служб ТОВ «ОЛ-ПРИНТ». Наразі, підприємство має наявні резерви, і для того, щоб досягнути максимальної інтеграції компанії та її клієнтів необхідна професійна взаємодія усіх комерційних служб ТОВ «ОЛ-ПРИНТ».

7. По прогнозам на 2019-2021 роки підприємство має збільшити обсяги імпорتنих операцій з розрахунку на її оптимізацію. Фінансовий результат від перепродажу імпоротної продукції складе у 2019 році 4359,00 тис. грн., у 2020 році – 6042,66 тис. грн., у 2021 році 8849,22 тис. грн. Найбільш ефективною імпортна діяльність очікується у 2021 році – 1,67, у 2019 році – 1,32, у 2020 – 1,43. В цілому ефективність перепродажу імпоротної продукції у прогностичному періоді буде незначною.

Найбільш ефективною імпортна діяльність очікується у 2021 році – 1,67, у 2020 – 1,43, у 2019 році – 1,32. Однак, для того, щоб досягти цих результатів компанії необхідно ефективно та раціонально розпоряджуватися ресурсами, для того, щоб зменшувати витрати на закупівлю товарів закордоном, тим самим мати можливість отримати більшу вигоду від перепродажу продукції на національному ринку.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України – Статистична інформація – Економічна статистика – Зовнішньоекономічна діяльність – Товарна структура зовнішньої торгівлі України (щомісячна інформація) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Економічний суверенітет України в умовах глобальних викликів / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, В. В. Юхименко [та ін.] ; за заг. ред. : А. А. Мазаракі. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — 683 с.
3. Мазаракі А. А. Сучасні тенденції та чинники розвитку зовнішньої торгівлі України [Текст] / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник // Вісник КНТЕУ. — 2011. — № 2. — С. 5–11.
4. Вівчар О. І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Оксана Вівчар // Галицький економічний вісник. — 2009. — № 2. — С. 24-30. —(проблеми мікро- та макроекономіки України).
5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. — 4-те вид., перероб. та доп. — К.: Освіта України, 2012. — 272 с.
6. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України : Підручник. — К.: КНЕУ, 2003. — 948 с.
7. Дячек В. В. Зовнішня торгівля товарами підприємств України: статистичний огляд та можливі шляхи розвитку [Текст] / В. В. Дячек // Бізнес Інформ. — 2012. — № 1. — С. 11–19.
8. Шкурупій О.В. Напрямки розвитку ЗЕД в Україні / О. В. Шкурупій // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://pidruchniki.ws>.
9. Батченко Л. В. Механізм управління експортно-імпортними операціями підприємства / Л.В. Батченко, К.Є. Мойсеєнко, Ю.І. Константинова // Сучасні проблеми державного управління різним сферами і галузями економіки: зб.наук.пр. ДонДУУ. — Донецьк: ДонДУУ. 2013. — Т.ХІV. — Державне управління;

вип. 257. – С. 27-40.

10. Закон України “Про зовнішньоекономічну діяльність” від 16 квітня 1991 р. № 959–ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

11. Господарський кодекс України. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.

12. Бабицький А. Ф. Методологія аналізу економічних процесів і управління : навч. посібник / А. Ф. Бабицький. – К. : МАУП, 2003. – 128 с.

13. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник / О. П. Гребельник. – К.: ЦУЛ, 2004. – 384 с.

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

15. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки: навч. посібник / Л. А. Швайка. – К. : Знання, 2006. – 435 с.

16. Пісьмаченко Л. М. Державне управління зовнішньоторговельною діяльністю в Україні: регулювання та контроль : монографія / Л. М. Пісьмаченко. – Донецьк : ТОВ “Юго-Восток, Лтд”, 2008. – 366 с.

17. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник // І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власюк, О.О. Гетьман / За ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навч. літ., 2004. – 580 с.

18. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 2-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1997. – 864 с.

19. Ковалевська А.В. Конкурентна стратегія зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств України в умовах перехідної економіки інверсного типу: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н. – Харків: ХНТУРЕ, 2002. – 19 с.

20. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник для студ. Вузів. – К.: Центр навч. літ., 2004. – 247 с.

21. Податковий кодекс України – Офіційний документ ВРУ № 2755-VI від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

22. Шкурупій О. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. [навч. посібник] / О.В. Шкурупій, В.В. Гончаренко, І.А. Артеменко. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.

23. Гуріна Г.С., Луцький М.Г., Мостенська Т.Л., Новак В.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності.- Підручник.- К.: Сузір'я, 2007.- 425с.

24. Луцький М.Г., Марченко В.М., Давиденко В.В., Кам'янецька О.В. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. - К: Сузір'я, 2007.- 484с.

25. Бутинець Ф.Ф. Загальні засади експортно-імпортової діяльності // Облік і аналіз в ЗЕД: Підручник. – Вид. 2-ге, доп. і переробл. – Житомир: ПП Рута, 2001. – 542 с.

26. Решетняк К. Е. Експортно-імпортової операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства / К.Е. Решетняк // Управління розвитком. – 2012. - №3(124). – С.30-32.

27. Тюріна Н. М. Основи зовнішньоекономічної діяльності: [навч. посібник] / Н.М. Тюріна, Н.С.Карвацка. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 408 с.

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

29. Зовнішньоекономічні операції і контракти [навчальний посібник] / [В.В. Козик, Л.А. Панкова, Я.С. Крап'як та ін.]. – 2-ге вид. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.

30. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортової операцій в діяльності підприємств [Текст] / І.А. Волкова, І.В. Гірчук // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 53-55.

31. Кузьменко С.С. Організація експортно-імпортової операцій на рівні підприємства та шляхи її удосконалення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20281.doc.htm– Назва з домашньої сторінки

32. Пан М.П.Методичні вказівки до виконання самостійної і контрольної

робіт і проведення практичних занять з дисципліни «Основи зовнішньоекономічної діяльності» для студ. 5 курсу заочної форми навчання за напрямом підготовки 0501 – «Економіка і підприємництво» / Укл. Пан М.П., Торкатюк В.І., Вороніна О.С. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 56 с.

33. Решетняк К. Е. Експортно-імпортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства[Текст]:/ К. Е. Решетняк // Управління розвитком. – 2012. – №3. – С. 30 – 32.

34 . Жмайлова, О.Г. До питання оцінки ефективності експортно-імпортних операцій / О.Г. Жмайлова, І.О. Кобзар // MateriałyXMiędzynarodowejnaukowipraktycznejkonferencji «Naukowamyślinformacyjnejpowieki - 2014» Volume 1. Ekonomicznenauki.: Przemysł. Naukaistudia - С. 65 -70.

35. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини: Навчальний посібник/ В.В. Козик, Л.А. Панкова, Н.Б. Даниленко. - 6-те вид., стер. . - К.: Знання, 2006. - 407 с. - (Вища освіта ХХІ століття).

36. Козак Ю. Г., Лук'яненко Д. Г., Макогон Ю. В. та ін.\ Міжнародна економіка: Навчальний посібник.– К.: Центр навчальної літератури, Видавництво “АртЕк”, 2008. – 436 с.

36. Наumenко В.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, .2010. – 394 с.

38. Лапін, О. В. Управління імпортою діяльністю торговельного підприємства / О. В. Лапін, О. М. Ярмолюк // Тези доповідей 48-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ-магістрантів «Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі», Економіка. - Одеса: ОНПУ, 2013, вип. 48, Т. 6. - С. 57-58.

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

40. Зовнішньоекономічний менеджмент. Навч. посіб. – Дахно І. І., Бабіч Г. В., Барановська В. М., та ін. К.: Центр учбової літератури, 2012. – 568 с.

41. Саллі В.І., Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник.- К.: ВД “Професіонал”, 2003,- 176 с.
42. Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика.: Навч.. Посіб. (курс лекцій).- Тернопіль: Астон, 2005.- 464 с.
43. Чернишова Л. О.Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : практикум :навч. посібник / Л. О. Чернишова, В. О. Козуб, Л. Л. Носач,К. Ю. Величко, О. І. Печенка. – Х. : «Видавництво «Форт»,2017. – 238 с.
44. Дроздова Г. М., Олейнікова С.С. Документація взовнішньоекономічній діяльності: Навч. посібник / Донецький держ.ун-т управління. – Донецьк: ДонДУУ, 2010. – 256 с.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Ретроспектива балансових звітів ТОВ «ОЛ-ПРИНТ» станом на 31.12.2013-31.12.2017 тис. грн.

Актив	Код рядка	на 31.12. 2013 р.	на 31.12. 2014 р.	на 31.12. 2015 р.	на 31.12. 2016 р.	на 31.12. 2017 р.
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи:	1000					
- первісна вартість	1001					
- накопичена амортизація	1002					
Незавершені капітальні інвестиції	1005	371,6	417,9	-	-	-
Основні засоби (залишкова вартість):	1010	701,5	787,7	5740,2	5228,2	6003,7
- первісна вартість	1011	720,3	809,4	6274,5	6836,7	7089,4
- знос	1012	18,9	21,3	534,3	1608,5	1954,3
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-	-	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020					
Довгострокові фінансові інвестиції:		-	-	-	-	-
- які облік-ся за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-	-	-	-
- інші фінансові інвестиції	1035	-	-	-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-	-	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-	-	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-	-	-	-
Усього за розділом I	1095	1073,1	1205,6	5740,2	5228,2	6003,7
II. Оборотні активи						

Запаси	1100	792,2	890,1	475,2	913,2	1008,7
Поточні біологічні активи	1110					
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125			770,4	2006,5	2893,0
Дебіторська заборгованість за рахунками:						
- за виданими авансами	1130					
- з бюджетом	1135			166,7	770,8	900,6
у тому числі з податку на прибуток	1136					
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	332,4	373,5	867,6	1974,1	2077,3
Поточні фінансові інвестиції	1160					
Гроші та їх еквіваленти	1165	30,4	34,2	739,0	123,0	496,8
Витрати майбутніх періодів	1170					
Інші оборотні активи	1190	200,8	225,6	597,2	1162,8	1987,5
Усього за розділом II	1195	1355,8	1523,4	3616,1	6950,4	9363,9
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200					
Баланс	1300	2428,9	2729	9356,3	12178,6	15367,6

Пасив	Код рядка	на 12.31. 2013 р.	на 31.12. 2014 р.	на 31.12. 2015 р.	на 31.12. 2016 р.	на 31.12. 2017 р.
I. Власний капітал						
Зареєстрований капітал	1400	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Капітал у дооцінках	1405					
Додатковий капітал	1410					
Резервний капітал	1415					
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	178,8	220,4	47,6	344,2	498,5
Неоплачений капітал	1425					
Вилучений капітал	1430					
Усього за розділом I	1495	278,8	320,4	147,6	444,2	598,5
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-			
Довгострокові кредити банків	1510	-	-			
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-	458,0	-572,8	-189,5
Довгострокові забезпечення	1520	-	-			
Цільове фінансування	1525	-	-			
Усього за розділом II	1595	-	-	458	-572,8	-189,5
III. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	1600					
Поточна кредиторська заборгованість	0,0					
- за довгострок. зобов'язаннями	1610					

- товари, роботи, послуги	1615	965,7	1085,0	4788,8	5469,0	6794,2
- розрахунками з бюджетом	1620	18,7	20,5	-	0,2	10,4
- - у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-	-	-	-
- розрахунками зі страхування	1625	0,8	0,9	-	-	-
- розрахунками з оплати праці	1630	-	-	-	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-	-	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1164,9	1302,2	3961,9	6838,0	8154,0
Усього за розділом III	1695	2150,1	2408,6	8750,7	12307,2	14958,6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700					
Баланс	1900	2428,9	2729	9356,3	12178,6	15367,6

ДОДАТОК Б

**Ретроспектива аналітичних звітів про фінансові результати ТОВ
«ОЛ-ПРИНТ» станом на 31.12.2013-31.12.2017, тис. грн.**

Стаття	Код рядка	на 12.31. 2013 р.	на 31.12. 2014 р.	на 31.12. 2015 р.	на 31.12. 2016 р.	на 31.12. 2017 р.
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3969,47	4406,4	17971,5	32175,1	41527,3
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2563,3	3767,3	16388,9	23044,4	26148,2
Валовий:						
- прибуток	2090					
- збиток	2095					
Інші операційні доходи	2120	69		357,9	1390,7	2078,3
Адміністративні витрати	2130					
Витрати на збут	2150					
Інші операційні витрати	2180	143,5	367,0	1882,4	10448,4	6473,6
Фінансові результати від операційної діяльності:						
- прибуток	2190					
- збиток	2195					
Доход від участі в капіталі	2200					
Інші фінансові доходи	2220					
Інші доходи	2240					
Фінансові витрати	2250					
Втрати від участі в капіталі	2255					
Інші витрати	2270					
Фінансові результати до оподаткування:						
- прибуток	2290	201,17	272,1	58,1	76,2	157,3
- збиток	2295					
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	35,9	51,7	10,5	-	49,5
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305					
Чистий фінансовий результат:						
- прибуток	2350	165,27	220,4	47,6	76,2	107,8
- збиток	2355					

Шкала парних порівнянь Т. Сааті

Відносна важливість (бали)	Визначення	Пояснення
1	однакова важливість	обидва елементи вносять однаковий вклад
3	один елемент трохи важливіший за другий	досвід дозволяє поставити один елемент трохи вище за другий
5	суттєва перевага	досвід дозволяє встановити безумовну перевагу одного над другим
7	значна перевага	один елемент настільки важливіший за другий, що є практично значимим
9	абсолютна перевага одного над другим	очевидність переваги підтверджується більшістю
2,4,6,8	проміжні оцінки між сусідніми твердженнями	компромісне рішення
обернені величини чисел, наведених вище	якщо при порівнянні одного елемента з другим, отримане одне з вищевказаних чисел (1-9), то при порівнянні другого з першим, матимемо обернену величину	

ДОДАТОК Г

Алгоритм розрахунку вибору постачальника

Метод аналізуєрархій онлайн <https://axd.semestr.ru/upr/hierarchies.php>

Числова оцінка матриці попарним порівнянням для обраних критеріїв

КРИТЕРИИ	Ціна	Якість	Надійність	Розрахунок	Асортимент	Доставка	Обслуговування
Ціна	1	3	4	2	3	2	3
Якість	1/3	1	2	3	3	4	5
Надійність	1/4	1/2	1	2	3	1	6
Розрахунок	1/2	1/3	1/2	1	2	6	1
Асортимент	1/3	1/3	1/3	1/2	1	8	1
Доставка	1/4	1/2	1	1/4	1/2	1	1
Обслуговування	1/4	1/2	1	1/4	1/3	1/3	1

Ставлення узгодженості (СУ) = 9,25%

Ціна

Провайдер	Дисковое пространство (Мб)
Ціна	100
Якість	100
Надійність	100
Розрахунок	100
Асортимент	200

	Ціна	Якість	Надійність	Розрахунок	Асортимент	Нормализованные оценки вектора приоритета
Ціна	1	1	1	3	2	1,430969
Якість	1	1	1	8	3	1,888175
Надійність	1	1	1	1	2	1,148698
Розрахунок	1/3	1/8	1	1	1	0,529612
Асортимент	1/2	1/3	1/2	1	1	0,608364
Сумма	3,8333	3,4583	4,5000	14,0000	9,0000	5,605819

Отношение согласованности (ОС) = 8,14% Должно быть < 10%, допускается < 20%.

Якість

Провайдер	Количество предоставляемых почтовых ящиков POP
Ціна	15
Якість	20
Надійність	100
Розрахунок	30
Асортимент	Неограничено

	Ціна	Якість	Надійність	Розрахунок	Асортимент		Нормализованные оценки вектора приоритета
Ціна	1	1/2	2	3	1	1,245731	0,224291
Якість	2	1	1	2	7	1,947294	0,350606
Надійність	1/2	1	1	2	2	1,148698	0,206820
Розрахунок	1/3	1/2	1/2	1	2	0,698827	0,125822
Асортимент	1	1/7	1/2	1/2	1	0,513533	0,092460
Сумма	4,8333	3,1429	5,0000	8,5000	13,0000	5,554084	

Отношение согласованности (OC) = **10,97%**

Должно быть < 10%, допускается < 20%.

Надійність

Провайдер	Тариф (\$/м)	Скидка (%)	Итого за год (\$)	Домен (\$/год)	Всего за год (\$)
Ціна	19,80	12,00	209,09	24,00	233,09
Якість	20,00	0,00	240,00	0,00	240,00
Надійність	25,00	10,00	270,00	24,00	294,00
Розрахунок	21,25	0,00	255,00	15,00	270,00
Асортимент	8,95	10,00	96,66	0,00	96,66

	Ціна	Якість	Надійність	Розрахунок	Асортимент		Нормализованные оценки вектора приоритета
Ціна	1	1	6	3	1/7	1,207911	0,148307
Якість	1	1	3	2	1/7	0,969640	0,119053
Надійність	1/6	1/3	1	1/2	1/9	0,314696	0,038638
Розрахунок	1/3	1/2	2	1	1/8	0,529612	0,065026
Асортимент	7	7	9	8	1	5,122780	0,628976
Сумма	9,5000	9,8333	21,0000	14,5000	1,5218	8,144639	

Отношение согласованности (OC) = **6,50%**

Должно быть < 10%, допускается < 20%.

Розрахунок

Провайдер	Среднее время, проходящее от подачи запроса до получения 10К информации (sec)
Ціна	1,10777
Якість	1,98136
Надійність	1,08902
Розрахунок	2,45846
Асортимент	0,87859

	Ціна	Якість	Надійність	Розрахунок	Асортимент		Нормализованные оценки вектора приоритета
Ціна	1	1	1	1	1/2	0,870551	0,144936
Якість	1	1	1/3	1	1/5	0,581811	0,096864
Надійність	1	3	1	1	1/2	1,084472	0,180551
Розрахунок	1	1	1	1	1/9	0,644394	0,107283
Асортимент	2	5	2	9	1	2,825235	0,470366
Сумма	6,0000	11,0000	5,3333	13,0000	2,3111	6,006462	

Отношение согласованности (OC) = **8,48%** Должно быть < 10%, допускается < 20%.

Асортимент

Провайдер	UpTime (%)
Ціна	99,892
Якість	100,000
Надійність	99,407
Розрахунок	98,929
Асортимент	100,000

	Ціна	Якість	Надійність	Розрахунок	Асортимент		Нормализованные оценки вектора приоритета
Ціна	1	1/3	1	1	1/3	0,644394	0,103880
Якість	3	1	1	7	1	1,838416	0,296363
Надійність	1	1	1	1	1/5	0,724780	0,116838
Розрахунок	1	1/7	1	1	1/7	0,459157	0,074019
Асортимент	3	1	5	7	1	2,536517	0,408900
Сумма	9,0000	3,4762	9,0000	17,0000	2,6762	6,203264	

Отношение согласованности (OC) = **8,24%** Должно быть < 10%, допускается < 20%.

Альтернативы	Критерии					Глобальные приоритеты
	Ціна	Якість	Надійність	Розрахунок	Асортимент	
Численное значение вектора приоритета						
	0,400275	0,243513	0,160659	0,118922	0,076632	
Ціна	0,255265	0,224291	0,148307	0,144936	0,102162	0,245686
Якість	0,326824	0,350606	0,119053	0,096864	0,313012	0,204832
Надійність	0,204912	0,206820	0,038638	0,180551	0,114906	0,1584869
Розрахунок	0,094475	0,125822	0,165026	0,107283	0,067782	0,146855
Асортимент	0,108524	0,092460	0,628976	0,470366	0,402138	0,253758
Доставка	0,104912	0,106820	0,038638	0,080551	0,114906	0,100369
Обслуговування	0,04912	0,106820	0,038638	0,030551	0,014906	0,05669

Следует остановить свой выбор на альтернативе с максимальным значением глобального приоритета =

0,254686